



The Turkish
Online Journal
of Design
Art and
Communication





The Turkish
Online Journal
of Design
Art and
Communication

APRIL 2025

Volume 15 – Issue 2

DOI: 10.7456/tojdac

ISSN: 2146-5193

Editor

Prof. Dr. Deniz YENGİN

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>

ABOUT TOJDAC
(ISSN: 2146-5193)

TOJDAC aims to publish the original scientific articles of the researchers in line with the principles of international publishing in order to open up to the world under the guidance of science and to reach the society it is in, and to lead their changing and developing demands. TOJDAC Journal; It is a peer-reviewed scientific journal published electronically 4 times a year, in January, April, July and October. In the TOJDAC Journal based on Social Sciences; Research article, compilation and screening article works and related fields in the social sciences close to this, works are accepted within the scope of scientific studies. TOJDAC Journal; It is scanned in international directories such as ULAKBİM, DOAJ (Directory of Open Access Journals), Crossref, Index Copernicus, Academic Search Ultimate (EBSCOhost), Google Scholar and SOBIAD. For TOJDAC Journal with open access;

We will accept your original research and review articles to discuss your views on research articles, review and screening articles and similar social sciences. Please check if the article submission is active. The article acceptance period can be revised at the initiative of the editors. You need to organize your articles according to the draft article and send them with the similarity report. Similarity report upper limit is 10%.

The aim of TOJDAC is to create a source for academics and scientists who are doing research in the arts, design and communication that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help develop the fields of study.

Accordingly, TOJDAC's intentions are on publishing articles and scientific works which are guided by a **scientific quality sensibility**.

ISSN: 2146-5193

Aim & Scope

Turkish Journal of Design, Art, and Communication (TOJDAC) is an open-access, peer-reviewed, scientific, and international journal that started to be published in 2011. Our journal, aiming to publish national and international high-quality research in design, art, and communication; is published four times a year in January, April, July, and December. Articles submitted for publication in the journal must be scientific and original works in English or Turkish. Original research articles, review articles, interviews, opinions, translations, and book reviews in the fields of design, art, and communication that comply with scientific publication qualifications and publication principles are evaluated.

TOJDAC aims to publish original scientific articles of researchers in line with international publishing principles to reach the society in which it is located by opening up to the world under the guidance of science and leading their changing and developing demands. TOJDAC Journal, providing international visibility to its authors as a journal scanned in international indexes, such as ULAKBİM, DOAJ (Directory of Open Access Journals), Crossref, Index Copernicus, Academic Search Ultimate (EBSCOhost), Google Scholar, and SOBIAD.

TOJDAC publishes studies that evaluate many topics such as media studies, communication research, new media, digital art, virtual reality, digitalization, social media, digital culture, virtual addiction, network society, digital society, digital minimalism, internet of things, virtual reality, artificial intelligence, digital communication, internet, and mass media from the perspective of design, art and communication fields. TOJDAC applies a double-blind peer-review process. The target audience of TOJDAC, which opens to the world under the guidance of science, consists of academics, higher education students, professionals, and related corporate enterprises.

Ethical Principles and Publication Policy

Turkish Journal of Design, Art, and Communication (TOJDAC) adopts a scientific publishing approach based on the principles of transparency. In this direction, the principles under publishing ethics published by the Committee on Publication Ethics (COPE) constitute the basis of TOJDAC's publication policy. Within this framework, in cases of misuse or violation of publication ethics, it refers to the publication ethics flowcharts (<https://publicationethics.org/resources/flowcharts>) developed by COPE.

The studies requested to be included in TOJDAC should not have been published in another journal or platform before and should not have entered the evaluation stage of another journal. TOJDAC performs a double-blind review process during the evaluation phase of the studies. Accordingly, many factors such as plagiarism, adopting an unrealistic attitude within the scope of authorship and research, violating copyrights, and concealing conflicts of interest are considered against ethical principles. In addition, the fact that humans or animals will be used as data collection tools in any research emphasizes the necessity of obtaining 'Ethics Committee Approval'. Any study determined to be incompatible with ethical principles may be withdrawn from publication.

TOJDAC pays attention to the highest standards of ethical values within the scope of scientific publishing and adopts internationally accepted publishing principles. The authors are responsible for ensuring that the articles comply with ethical rules.

Research Ethics

The journal upholds the highest standards of research ethics and adopts the international principles of research ethics defined below. It is the responsibility of the authors to ensure that manuscripts comply with ethical guidelines. The principles of integrity, quality, and transparency must be ensured in the design, review of the design, and conduct of the research. The research team and participants should be fully informed about the purpose of the research, its methods its anticipated potential uses, and the requirements and risks, if any, of participating in the research. Confidentiality of information provided by research participants and confidentiality of respondents must be ensured. The research should be designed to protect the autonomy and dignity of participants. Harm to participants must be avoided. The research should be planned in a way that does not put participants at risk. Research independence must be clear and explicit; any conflict of interest must be stated. In experimental studies, written informed consent must be obtained from participants who decide to participate in the research. Consent must be obtained from the legal guardian of children and those under guardianship or those with confirmed mental illness. If the study will be carried out in any institution or organization, approval must be obtained from this institution or organization where the study will be conducted.

Ethics Committee Approval

"Ethics Committee Approval" is required for the following research. Approved "Ethics Committee Approval" must be obtained from the institution where the author of the article is located. Researches that require Ethics Committee approval are as follows:

All kinds of research conducted with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using surveys, interviews, focus group studies, observation, experiment, interview techniques, and the use of humans and animals (including material/data) for experimental or other scientific purposes, clinical research on humans, research on animals and retrospective studies by the law on the protection of personal data.

In addition, it should be stated that the "informed consent form" has been obtained in case presentations, permission should be obtained from the owners for the use of scales, questionnaires, and photographs belonging to others, and it should be stated that the copyright legislation is complied with in the intellectual and artistic works used. In these articles, "Ethics Committee Permission" must be stated in the text. Articles should include a statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Open Access

Within the scope of the open access policy adopted by the Turkish Journal of Design, Art, and Communication, all issues and content of TOJDAC, published four times a year in January, April, July, and December, are provided free of charge to the readers. The reader has the right to read, download, and copy the full text of any work published in TOJDAC. This is by the open access definition of BOAI (BUDAPEST OPEN ACCESS INITIATIVE). In addition, it is considered a violation of ethical principles for the reader to use the content for commercial purposes.

Publication Policy

The studies to be published in TOJDAC should be appropriate for the purpose and scope of the journal. In this direction, it is among the important points that the researches have an original value. Plagiarism, duplication, false authorship/ denied authorship, research/data fabrication, article slicing, slicing and dicing, copyright infringement, and concealment of conflict of interest are considered unethical behaviors. All studies that do not

comply with accepted ethical standards are removed from publication. The publication of unlawful and/or unethical studies detected after the publication process is stopped in the same way. The article acceptance period can be renewed at the discretion of the editors. In the studies submitted to the journal for publication; the name of any of the authors cannot be deleted from the imprint, a new name cannot be added to the imprint, and the order of authors cannot be changed without the written permission of all authors. Manuscripts should be edited according to the draft article and submitted with a similarity report. In addition, the 'Referee Response File' is requested from our authors for article revision.

Plagiarism Check

The pre-checked studies are scanned using plagiarism software. The iThenticate software is used for studies applied to the problem of plagiarism, defined as the act of copying the ideas or works of another person or institution without permission and using them without specifying the source. Authors are informed in line with the data provided by plagiarism reports. High similarity rates of the studies may be rejected even if they are accepted due to violating the ethical principles of publishing. Accordingly, the upper limit of the similarity report is 10%.

Evaluation Process

All submitted articles must be strictly original work. The article should not have an ongoing evaluation process in another journal. In case of detection of such applications, no other application of the relevant author is accepted to the journal in any way.

The manuscripts received in the journal management system are pre-evaluated by the editors in the following criteria within 4 weeks at the latest. The evaluations are made by the following criteria: suitability to the subject areas of the journal, similarity rate evaluation, compliance with the scientific rules of the journal (APA Rules), publication language (abstract, adequacy of keywords, structured abstract translation, etc.).

Studies that pass the preliminary evaluation stage by the editors are forwarded to 2 referees who are experts in their fields according to the nature of the study. After the study is sent to the referee, the referee indicates to the editorial board whether he/she can evaluate the study within 4 weeks at the latest. Referees who do not indicate are removed from the study and new referees are appointed. According to the nature of the study, the referees evaluate the study on the standard evaluation form. In addition, the referees can also submit notes on the full text indicating their suggestions and opinions to the editorial board if they wish. The period for referee evaluations is set as 4 weeks. The reviewers' opinions guide the editors in making the final decision. The final decision always belongs to the editors.

Referees can express their opinions in 4 ways for the study. These opinions are as follows:

- The manuscript can be accepted (Acceptance): It can be accepted for publication after corrections.
- Few corrections are required (Minor Revision): The editorial board checks whether the corrections have been made and decides.
- Major changes are required in the manuscript (Major Revision): After the corrections, the referee re-evaluates the manuscript. After the study is received by the authors, it is taken to the 2nd round of evaluation.
- The manuscript is not suitable for publication and cannot be published (Rejection): A 3rd or 4th referee may be assigned to the study in line with the referee's opinions, this process works in the same way as the above-mentioned period. After the completion of the evaluation in line with the referees' opinions, the referees' opinions are reviewed by the Editors within at least two weeks.

Responsibility for the Editor and Reviewers

Responsibilities of the Author: It is the author's responsibility to ensure that the manuscript conforms to scientific and ethical standards, so authors must guarantee that the manuscript is original, has not been previously published elsewhere, and is not under consideration for publication in another language. Copyrights should be respected and copyrighted material should be used with the necessary permissions. The work of other authors, contributors, or references cited should be used appropriately and acknowledged in the references. All authors should directly contribute to the academic and scientific integrity of the manuscript; those who do not

meet the criteria for authorship but have contributed should be acknowledged in the 'acknowledgments' section. Financial relationships, conflicts of interest, and competition of interest must be declared. In studies involving a human element, it should be stated that 'informed consent' was obtained from the participants, and ethics committee approval was obtained. The author should prepare and submit the manuscript strictly according to the writing rules specified by the journal.

Responsibilities of the Editor: The Editor-in-Chief is responsible for ensuring that manuscripts submitted for publication are evaluated impartially and treated fairly, regardless of the ethnicity, gender, sexual orientation, nationality, religious beliefs, and political philosophy of the authors. The editor-in-chief ensures that reviewers adhere to the principles of impartiality by opposing conflicts of interest. He/she has full authority in the referee assignment process and is responsible for making the final decision on the articles to be published in the journal.

Responsibilities of Reviewers: Reviewers are expected to adhere to the principles of impartiality. They should not have any conflicts of interest with the authors or financial supporters of the research and should be impartial in their evaluations. Reviewers should ensure that all information about submitted manuscripts remains confidential and report to the editor if they encounter any problems such as copyright infringement or plagiarism. Care is taken to keep the identity of the referees confidential during the evaluation process and it is emphasized that the referees should not discuss the articles among the referees.

Copyright

The TOJDAC journal, which adopts the open access philosophy, accepts for review "works that have never been published anywhere before, have not been accepted for publication, and/or have not been submitted for consideration to another journal." During the process of submitting the article via DergiPark, authors upload the 'Transfer of Copyright Agreement' form, signed, within the system and transfer the publication rights of the work to TOJDAC, which is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).

Main Topics of TOJDAC

Media studies, communication research, new media, digital art, virtual reality, digitalization, social media, digital culture, virtual addiction, network society, digital society, digital minimalism, internet of things, virtual reality, artificial intelligence, digital communication, user experience, internet, and mass media from the perspective of design, art and communication fields.

Language of TOJDAC

Turkish and English

Contact

İstanbul - Türkiye

e-mail: tojdac@gmail.com

web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>

The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication TOJDAC
ISSN: 2146-5193

EDITORS

CHIEF EDITOR

Prof. Dr. Deniz YENGİN, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
tojdac@gmail.com

COORDINATOR OF SCIENTIFIC PUBLISHING

Prof. Dr. Deniz YENGİN, AILabs Publishing, Türkiye
deniz@ailabstr.com

CO-EDITOR

Yasemin ÇAKAR, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
yaseminncakr@gmail.com

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Hasan SAYGIN (İstanbul Aydın University)
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara University)
Prof. Dr. Erhan AKYAZI (Marmara University)
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL (İstanbul University)
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU (İstanbul University)
Prof. Dr. Okan ORMANLI (İstanbul Kültür University)
Prof. Dr. Aykut ARIKAN (Türkisch-Deutsche Universität)

GUEST EDITORS

Prof. Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Türkiye
Assoc. Prof.Dr. Çiğdem Aytekin, Marmara University, Türkiye
Assoc. Prof.Dr. And Algül, Üsküdar University, Türkiye
Assoc. Prof.Dr. Okan Ormanlı, İstanbul Kültür University, Türkiye
Assist. Prof.Dr. Arzu Eceoglu, İstanbul Kültür University, Türkiye

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Aysel Aziz, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Türkiye, aysel.aziz@yeniuyuzuil.edu.tr
Prof. Dr. Christine I. Ogan, University of Indiana, U.S.A. ogan@indiana.edu
Prof. Dr. Donald L. Shaw, University of North Carolina, U.S.A.
Prof. Dr. Douglas Kellner, UCLA University, U.S.A. kellner@ucla.edu
Prof. Dr. Farouk Y. Seif, Antioch University, U.S.A.
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Marmara University, Türkiye, filiz@marmara.edu.tr
Prof. Dr. H.Hale Künüçen, Başkent University, Türkiye, kunucen@baskent.edu.tr
Prof. Dr. Jale Sarmaşık, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Türkiye, jale.sarmasik@yeniuyuzuil.edu.tr
Prof. Dr. Safiye Kırlar Aksu, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Türkiye, safiye.kirlarakso@yeniuyuzuil.edu.tr
Prof. Dr. Haluk Gürgen, Bahçeşehir University, Türkiye, haluk.gurgen@bahcesehir.edu.tr
Prof. Dr. Jean-Marie Klinkenberg, Liege University, Belgium
Prof. Dr. Judith K. Litterst, St. Cloud State University, U.S.A.
Prof. Dr. Lev Manovich, University of California, U.S.A. manovich.lev@gmail.com
Prof. Dr. Lucie Bader Egloff, Zurich University, Switzerland
Prof. Dr. Korkmaz Alemdar, Atılım University, Türkiye
Prof. Dr. Nazife Güngör, Üsküdar University, Türkiye, nazife.gungor@uskudar.edu.tr

Prof. Dr. Süleyman İrvan, Üsküdar University, Türkiye, suleyman.irvan@uskudar.edu.tr
Prof. Dr. Nurcay Türkoğlu, Arel University, Türkiye, nurcayturkoglu@arel.edu.tr
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, İstanbul University, Türkiye, ntimisi@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron, Galatasaray University, Türkiye, ntatal@gsu.edu.tr
Prof. Dr. Hasan Saygın, İstanbul Aydın University, Türkiye, hasansaygin@aydin.edu.tr
Prof. Dr. Maxwell E. McCombs, University of Texas, U.S.A. maxmcombs@utexas.edu
Prof. Dr. Murat Özgen, İstanbul University, Türkiye, mozgen@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Mutlu Binark, Hacettepe University, Türkiye, mbinark@gmail.com
Prof. Dr. Selçuk Hünerli, İstanbul University, Türkiye, shunerli@gmail.com
Prof. Dr. Suat Gezgin, Yeditepe University, Türkiye, gezgin@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Sung-do Kim, Korea University, South Korea
Prof. Dr. Ümit Atabek, Yaşar University, Türkiye, umit.atabek@yasar.edu.tr
Prof. Dr. Yasemin Giritli Inceoğlu, Galatasaray University, Türkiye, inceogluy@gmail.com
Prof. Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Türkiye, csutcu@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Dilruba Çatalbaş, Galatasaray University, Türkiye, dcatalbas@gsu.edu.tr
Prof. Dr. Emel Karayel Bilbil, Marmara University, Türkiye, emelkarayel@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Ceyhan Kandemir, İstanbul University, Türkiye, ceyhan.kandemir@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Erhan Akyazı, Marmara University, Türkiye, eakyazi@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Güven Necati Büyükbaykal, İstanbul University, Türkiye, guvenb@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Nesrin Özdenir Dönmez, Marmara University, Türkiye, nozdenir@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Işıl Zeybek, İstanbul Kültür University, Türkiye, i.zeybek@iku.edu.tr
Prof. Dr. Recep Tayfun, Maltepe University, Türkiye, receptayfun@maltepe.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet Üstünipek, İstanbul Kültür University, Türkiye, m.ustunipek@iku.edu.tr
Prof. Dr. Çiğdem Aytekin, Marmara University, Türkiye, cigdem.aytekin@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Tolga Kara, Marmara University, Türkiye, tolgakara@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Okan Ormanlı, İstanbul Kültür University, Türkiye, ormanliokan.iku@gmail.com
Prof. Dr. Ayhan Biber, İstanbul Arel University, Türkiye, ayhanbiber@arel.edu.tr
Prof. Dr. İncilay Cangöz, Anadolu University, Türkiye, icangoz@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Banu Manav, Kadir Has University, Türkiye, banu.manav@khas.edu.tr
Prof. Dr. And Algül, Üsküdar University, Türkiye, algul_a@yahoo.com
Prof. Dr. Ahmet Eskicumahı, Sakarya University, Türkiye, ecumali@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Aykut Arıkan, Türkisch-Deutsche Universität, Türkiye, aykut.arikan@tau.edu.tr
Prof. Dr. Hatice Öz Pektaş, İstanbul İstinye University, Türkiye, hatice.pektas@istinye.edu.tr
Prof. Dr. Erkan Saka, İstanbul Bilgi University, Türkiye, erkan.saka@bilgi.edu.tr
Prof. Dr. Senem A. Duruel Erkılıç, Mersin University, Türkiye, sduruelerkilic@gmail.com
Prof. Dr. Mine Demirtaş, İstanbul Beykent University, Türkiye, seblamine@gmail.com
Prof. Dr. Günseli Bayraktutan, Başkent University, Türkiye, bayrakt@baskent.edu.tr
Prof. Dr. Elvan Özkavruk Adanır, İzmir Ekonomi University, Türkiye, elvan.ozkavruk@ieu.edu.tr
Prof. Dr. Barış Atiker, Aydın Adnan Menderes University, Türkiye, barisatiker@gmail.com
Prof. Dr. Ezgi Öykü Yıldız Balaban, İstanbul Kültür University, Türkiye, e.yildiz@iku.edu.tr
Prof. Dr. Nalan Büker, İstanbul Arel University, Türkiye, nananbucker@arel.edu.tr
Prof. Dr. Derya Elmalı Şen, Karadeniz Teknik University, Türkiye, d_elmali@ktu.edu.tr
Prof. Dr. Fatih Us, Ondokuz Mayıs University, Türkiye, mim.fatihus@gmail.com
Prof. Dr. Muteber Erbay, Karadeniz Teknik University, Türkiye, merbay@ktu.edu.tr
Prof. Dr. Serap Yılmaz, Karadeniz Teknik University, Türkiye, serapciveleks@gmail.com
Prof. Dr. Funda Kurak Açıcı, Karadeniz Teknik University, Türkiye, fundakurak@ktu.edu.tr
Prof. Dr. Emine Köseoğlu, Fatih Sultan Mehmet Vakıf University, Türkiye, koseogluemine@gmail.com
Prof. Dr. D. Alper Altunay, Anadolu University, Türkiye, aaltunay@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Ebru Okuyucu, Afyon Kocatepe University, Türkiye, ebruokuyucu@hotmail.com
Prof. Dr. Ruken Özgül Kılanc, İstinye University, Türkiye, ruken.kilanc@istinye.edu.tr
Prof. Dr. Rana Kutlu, İstanbul Kültür University, Türkiye, r.kutlu@iku.edu.tr
Prof. Dr. Erkan Yüksel, Anadolu University, Türkiye, eyuksel@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Zekiye Tamer, Cumhuriyet University, Türkiye, zekiye_tamer@hotmail.com
Prof. Dr. Mikail Batu, Necmettin Erbakan University, Türkiye, mikailbatu@erbakan.edu.tr
Prof. Dr. Arif Can Güngör, İstanbul Aydın University, Türkiye, acangungor@aydin.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Can Karagülle, Bolu İzzet Baysal University, Türkiye, karagulle_c@ibu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Nuran Öze, Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım University, Türkiye, nuran.oze@arucad.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Metin Uçar, Kastamonu University, Türkiye, metinucar@kastamonu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Gülçin Cankız Elibol, Hacettepe University, Türkiye, gcelibol@yahoo.com
Assoc. Prof. Dr. Gül Yaşartürk, Akdeniz University, Türkiye, gulyasarturk@yahoo.com
Assoc. Prof. Dr. Önder Yağmur, Atatürk University, Türkiye, oyagmur@atauni.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Nilay Özsaş Uluçay, Muğla Sıtkı Koçman, Türkiye, nozsavas@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Dilek Tunali, Dokuz Eylül University, Türkiye, tunali.dilek@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Alım Selin Mutdoğan, Hacettepe, University, Türkiye, smutdogan@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Ceren Yegen, Mersin University, Türkiye, cerenyegen@mersin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Selvihan Kılıç Ateş, Balıkesir University, Türkiye, selvihan@balikesir.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Hikmet Eldek Güner, İzmir Demokrasi University, Türkiye, hikmeteldek@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Emine Saka Akın, Karadeniz Teknik University, Türkiye, sakin7@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Yeliz Kuşay, Marmara University, Türkiye, ykusay@marmara.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ceyda Deneçli, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye, ceyda.denecli@nisantasi.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Aypek Arslan, Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye, asuman.aypek@hbv.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. İsmail Emre Kavut, Mimar Sinan University, Türkiye, emre.kavut@msgsu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Erdem Öngün, Trakya University, Türkiye, erdemongun@trakya.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Zuhall Akbayır, Marmara University, Türkiye, zuhal.akbayır@marmara.edu.tr
Assoc. Prof. Deniz Cemal Koşar, Muğla Sıtkı Koçman University, Türkiye, denizckosar@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Serdar Karakaya, Muğla Sıtkı Koçman University, Türkiye, serdarkarakaya62@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Engin Çelebi, Çukurova University, Türkiye, engincelebi@cu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ayten Övür, İstanbul Aydın University, Türkiye, aytenovur@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Özlem Arda, İstanbul University, Türkiye, ozlemarda@istanbul.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ayşegül Akaydin Aydın, İstanbul Aydın University, Türkiye, aakaydinaydin@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Songül Aral, İnönü University, Türkiye, songul.aral@inonu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Veli Boztepe, İstanbul Aydın University, Türkiye, veliboztepe@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Tuğba Andaç Güzel, Kayseri University, Türkiye, tugbaandacguzel@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı, Yıldız Teknik University, Türkiye, yeldayanat@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Hicran Özlem Ilgın, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, hicranilgin@comu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ahmet İlkey Ceyhan, İstanbul Kent University, Türkiye, ilkayceyhan@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Gözde Sunal, İstanbul Ticaret University, Türkiye, gsunal@ticaret.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Zeynep Pehlivan Baskın, Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye, zpehlivan@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Ersin Diker, Gümüşhane University, Türkiye, ersindiker@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Nizam Orçun Önal, Erciyes University, Türkiye, nizamorcunonal@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Ayşenur Ceren Asmaz, Erciyes University, Türkiye, acerenasmaz@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Dilek Çulha, Yalova University, Türkiye, dilek.i.culha@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Duygu Dumanlı Kürkçü, İstanbul Arel University, Türkiye, duyguurkcuc@arel.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Filiz Karakuş, Ankara Yıldırım Beyazıt University, Türkiye, ferdemir06@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Hülya Soydaş Çakır, Fenerbahçe University, Türkiye, hulyascakir@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Eda Öz Çelikbaş, Karabük University, Türkiye, ozedaoz@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Berk Çaycı, İstanbul Ticaret University, Türkiye, bcayci@ticaret.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Özge İslamoğlu, Karadeniz Teknik University, Türkiye, ozgesever@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Deniz Akbulut, İstanbul Aydın University, Türkiye, denizakbulut@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. İlke İlter Güven, Dokuz Eylül University, Türkiye, ilke.ilter@deu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Sarp Bağcan, İstanbul Gelişim University, Türkiye, bagcansarp@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Emel Demir Askeroğlu, Namık Kemal University, Türkiye, edemir@nku.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Merve Çelik Varol, İstanbul University, Türkiye, mervecelik20@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Hüda Sayın Yücel, Kırıkkale University, Türkiye, hudasayn@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Mehmet İlker Berkman, Bahçeşehir University, Türkiye, miberkman@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Evin Eriş, Branderburg University, Germany, erisevin@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Zeynep Biricik, Atatürk University, Türkiye, zeynepd@atauni.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Betül Yazar Koçer, Mersin University, Türkiye, betulyarar@mersin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Selin Kiraz Demir, Amasya University, Türkiye, kirazselin@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Koray Sevindi, İstanbul Medeniyet University, Türkiye, koraysevindi@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Begüm Aylin Önder, İstanbul Arel University, Türkiye, begumaylinonder@arel.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Fırat Ata, Hatay Mustafa Kemal University, Türkiye, firatata47@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Ramazan Çelik, Trakya University, Türkiye, ramazancelik23@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Gökmen Karadağ, İstanbul Aydın University, Türkiye, gokmenkaradag@aydin.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Müge Öztunç, İstanbul Aydın University, Türkiye, mugeoztunc@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Gonca Yıldırım, İstanbul Aydın University, Türkiye, goncayildirim@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Firdevs Kulak Torun, Atatürk University, Türkiye, firdevskulaktorun@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Merve Aydoğdu Çelik, Tekirdağ Namık Kemal University, Türkiye, maydogdu@nku.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. K. Pınar Kırkık Aydemir, Abant İzzet Baysal University, Türkiye, mimar844@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Betül Aytepe Serinsu, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Türkiye, betul.aytepe@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Taylan Maral, İstanbul Gelişim University, Türkiye, tmaral@gelisim.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Betül Gelengül Ekimci, İstanbul Teknik University, Türkiye, ekimci@itu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Yaprak Özel, İstanbul Nişantaşı University, Türkiye, yaprak.ozel@nisantasi.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ayşegül Gürdal Pamuklu, Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye, aysegulgurdal@ibu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Zuhale Demir, Trakya University, Türkiye, zuhaldemir@trakya.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Gül Esra Atalay, Üsküdar University, Türkiye, gulesra.coskun@uskudar.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Özlem Gök, Erciyes University, Türkiye, ozlemgok@erciyes.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Nihat Dursun, Beykent University, Türkiye, nihatdursun@beykent.edu.tr
Assoc. Prof. Ebru Çatalakaya Gök, Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar University, Türkiye, ebrugok@mgu.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Merve Kaaraoğlu Can, Kütahya Dumlupınar University, Türkiye, mervekaraoglucan@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Tuğçe Çevik, İstanbul Aydın University, Türkiye, tugcecevik@aydin.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Arzu Erçetin, İstanbul Kültür University, Türkiye, a.eceoglu@iku.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Tuğba Renkçi Taştan, İstanbul Ayvansaray University, Türkiye, tugbarenkcitastan@ayvansaray.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Renk Dimli Oraklıbel, Bahçeşehir University, Türkiye, renk.dimlioraklibel@arc.bau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Bilgen Tuncer Manzakoglu, Bahçeşehir University, Türkiye, bilgen.manzakoglu@arc.bau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Dilek Karaaziz Şener, Hacettepe University, Türkiye, dsener@hacettepe.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Filiz Bilgin Ülken, Mersin University, Türkiye, filizbilgin77@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Servet Senem Uğurlu, Mimar Sinan University, Türkiye, senem-ugurlu@windowslive.com
Assist. Prof. Dr. Hatice Aybike Karakurt, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Türkiye, aybikeak@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Oylum Tunçelli, Kocaeli University, Türkiye, oylum.tuncelli@hotmail.com
Assist. Prof. Dr. Asuman Kaya, Eskişehir Teknik University, Türkiye, asumankaya@eskisehir.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Fatma Bulat, Kırıkkale University, Türkiye, f.bulat@kku.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Tuncay Çiçek, Iğdır University, Türkiye, alpago_25@hotmail.com
Assist. Prof. Dr. Sevdal Emlak, İzmir Demokrasi University, Türkiye, sevdal.emlak@idu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Hülya Demir, Ondokuz Mayıs University, Türkiye, hulya.demir@omu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Sena Coşkun, Afyon Kocatepe University, Türkiye, senacoskun@aku.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Tahsin Emre Fırat, Atatürk University, Türkiye, tahsinemrefirat@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Betül Hatipoğlu Şahin, KTO Karatay University, Türkiye, betulhatip@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Mehmet Göl, Kütahya Dumlupınar University, Türkiye, mehmet.gol@dpu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Evren Bayramlı, İstanbul Esenyurt University, Türkiye, evrenbayramli@esenyurt.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Ömer Cenap Özdemir, Ardahan University, Türkiye, omercenapozdemir@ardahan.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Çiğdem Erdal, Harran University, Türkiye, cigdemmerdal@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Mehmet Özdemir, Ankara University, Türkiye, mehmet255@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Şenay Baş, Trabzon University, Türkiye, senaybas@trabzon.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Sena Aydın, İstanbul Ticaret University, Türkiye, senaaydin@ticaret.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Onur Yumurtacı, Anadolu University, Türkiye, oyumurtaci@anadolu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Berrin Küçükcan, 29 Mayıs University, Türkiye, berrinb1@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Ayça Yılmaz, Anadolu University, Türkiye, aycayilmazakademik@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Emine Banu Burkut, Konya Teknik University, Türkiye, burkutbanu@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Burak İli, Iğdır University, Türkiye, burakili34@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Hakan Bakar, Iğdır University, Türkiye, hakan.bakar@igdir.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Gürkan Topaloğlu, Karadeniz Teknik University, Türkiye, gtopaloglu@ktu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Özlem Kurt Çavuş, Eskişehir Technical University, Türkiye, ozlemkurt@eskisehir.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Mustafa Hikmet Aydıngüler, Topkapı University, Türkiye, hikmetaydinguler@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Seda Gökçe Turan, Bahçeşehir University, Türkiye, sedagokce.turan@bau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Secil Sever Demir, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Türkiye, sesevef@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Dilarak Tekrin, Türk-Alman University, Türkiye, dilara.tekrin@tau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Alper İşleyen, Amasya University, Türkiye, alperisleyen@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Özden Özlü, Maltepe University, Türkiye, ozdenozlu@maltepe.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Rabia Zamur Tuncer, İstanbul University, rabia.zamur@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Hamit Özyurt, Kahramanmaraş Sütçü İmam University, hcanozyurt@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Orhun Türker, Bolu Abant İzzet Baysal University, turkerorhun@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Selim Çınar, Selçuk University, slmcinar@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Aslı Taş Taghinezhad Nourian, Erzurum Teknik University, asli.tas@erzurum.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Mahmut Atilla Söğüt, Mimar Sinan Güzel Sanatlar University, atilla.sogut@msgsu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Fatma Sedes, İstanbul Aydın University, fatmasedes@aydin.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Serkan Tok, Nevşehir University, serkantok@nevsehir.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Emel Kuşku Özdemir, İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, emel.ozdemir@kavram.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Mahmut Kutlu, Niğde Ömer Halisdemir University, kmahmut@ohu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Özkan Avcı, Bartın University, ozkanavci@bartin.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Pınar Sunar Bükülmez, Bahçeşehir University, pinar.sunar@arc.bau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Esin Fakıbbaba Dedeoğlu, Ekonomi ve Teknoloji University, e.dedeoglu@etu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Selami İnce, Şırnak University, selamiince@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Belinda Torus, Bahçeşehir University, belinda.torus@arc.bau.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Alaattin Aslan, Marmara University, alaattin.aslan@marmara.edu.tr
Dr. Rahime Özgün Kehya, Kafkas University, Türkiye, ozgunkehya@gmail.com
Dr. İbrahim Emre Günay, Yıldız Teknik University, Türkiye, ibrahimemregunay@gmail.com
Dr. İrem Yeniceler Kortak, İstanbul Arel University, Türkiye, iremynclr@gmail.com
Dr. Erdem Varol, Niğde Ömer University, Türkiye, erdemvarol355@gmail.com
Dr. Ferda Tazeoğlu Filiz, Selçuk University, Türkiye, ferdatazeoglu@gmail.com
Dr. Gülseren Dinvar Pekşen, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, gulseren.dinvar@comu.edu.tr
Dr. Pınar Alpay, Doğuş University, Türkiye, pozer@dogus.edu.tr

ISSUE EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Deniz Yengin, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, deniz.yengin@comu.edu.tr
Prof. Dr. Okan Ormanlı, İstanbul Kültür University, Türkiye, ormanliokan.iku@gmail.com
Prof. Dr. And Algül, Üsküdar University, Türkiye, algul_a@yahoo.com
Asc. Prof. Dr. Ayşegül Akaydın Aydın, İstanbul Aydın University, Türkiye, aakaydin@aydin.edu.tr
Asc. Prof. Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Asc. Prof. Dr. Begüm Aylin Önder, İstanbul Arel University, Türkiye, begumaylinonder@arel.edu.tr

LANGUAGE AND COPY EDITORS

Asc. Prof. Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Asc. Prof. Dr. Feyza Dalaylı, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, feyza.dalayli@comu.edu.tr
Asc. Prof. Dr. Ayşegül Akaydın Aydın, İstanbul Aydın University, Türkiye, aakaydin@aydin.edu.tr
Yasemin Çakar, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, yaseminncakr@gmail.com
Eda Erdem, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, edardm7@gmail.com
Sefa Harranoğlu, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, sefaharranoglu@gmail.com
Başak Açıkalin, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, basakacikalinc@gmail.com

ÖNEMLİ: Dergide yayınlanan görüşler ve sorumluluk yazarlara aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Bütün makaleler Turnitin programı ile intihal yönüyle akademik anlamda kontrol edilmektedir.

IMPORTANT: All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors. The published contents in the articles can not be used without being cited. All the papers are controlled academically with the Turnitin program.

Editörün Mesajı

Sevgili TOJDAC Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 15, Sayı 2 yayınlamızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 22 yazarın 16 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayınlamak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere TOJDAC Sekreterliği tojdac@gmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Editör

Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
İletişim Fakültesi
Çanakkale TÜRKİYE
Tel: 0286 218 00 18
E-mail: tojdac@gmail.com
URL: <http://www.tojdac.org>

From the Editor

Greetings Dear readers of TOJDAC,

We are happy to announce to you that our Volume 15, Issue 2 has been published. There are 16 articles from 22 authors published in this current issue.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, or submit articles for consideration, please contact TOJDAC Secretariat at the below address or e-mail us to tojdac@gmail.com

Hope to stay in touch and meeting in our next Issue.

Editor

Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart University
Communication Faculty
Çanakkale TÜRKİYE
Tel: 0286 218 00 18
E-mail: tojdac@gmail.com
URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>

TABLE OF CONTENTS
April 2025 Volume 15 Issue 2
(10.7456/tojdac)

RESEARCH ARTICLES

DETERMINATION OF STUDENTS' COLOR PREFERENCES IN INTERIOR DESIGN STUDIOS WITH VIRTUAL REALITY (VR) METHOD <i>KADİR BİNGÖL</i> <i>DİDEM ERTEN BİLGİÇ</i>	333
AN ANALYSIS OF TITLE DESIGN IN INDIANA JONES FILMS <i>HASAN ASAN</i>	347
MOBILE REPRESENTATIVES OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: TRAVELLING TRUNK MUSEUMS THROUGH THE CASE OF BOLU / MUDURNU <i>CİHAN ŞULE KÜLÜK</i>	362
SUDDEN TRANSITION FROM PHYSICAL TO DIGITAL: COLOR LEARNING IN ARCHITECTURAL EDUCATION DURING THE COVID 19 PANDEMIC <i>İLAYDA SOYUPAK</i>	377
RECONSTRUCTING THE PAST: A SPATIAL ANALYSIS OF THE KLEO SERIES IN THE CONTEXT OF HISTORY, CINEMA, AND ARCHITECTURE <i>ŞÖLEN KÖSEOĞLU</i>	394
FROM PROFESSIONAL DESIGNER TO DESIGN STUDENT; CREATIVE LESSONS IN THE METAVERSE UNIVERSE <i>GÖKÇE BAHAR YILMAZ</i> <i>ARMAĞAN SEÇİL MELİKOĞLU EKE</i>	410
CREATING ATMOSPHERE IN CINEMA IMAGES: A SAMPLE APPLICATION <i>FATİH ÇALIŞKAN</i>	429
THE CHANGING STAGE OF (DIGITAL) SELF-PRESENTATION: INTERNET MEMES AND THE BARBENHEIMER <i>CAN CENGİZ</i>	458
HOW DID THE MEDIA FRAME COP29?: TURKISH MAINSTREAM MEDIA & FOREIGN PRESS IN TURKISH <i>ÖZGE CENGİZ</i>	476
ART MUSEUM ARCHITECTURE AS DISCOURSE: DIFFERENTIATING INSTITUTIONAL IDENTITIES IN ISTANBUL <i>EZGİ ÇİÇEK</i> <i>ZEYNEP CEYLANLI</i>	491

DETERMINING ONLINE PRIVACY AWARENESS OF UNIVERSITY STUDENTS: A STUDY ON THE SAMPLE OF GÜMÜŞHANE UNIVERSITY FACULTY OF COMMUNICATION <i>TUĞÇE AYDOĞAN KILIÇ</i> <i>ERSİN DİKER</i> <i>FATİH AKSOY</i>	513
INTERNATIONAL MEDIA FRAMING OF THE PALESTINIAN-ISRAELI WAR <i>MEHMET AKİF GÜNAY</i>	526
THE TRANSFORMATIVE EFFECT OF COGNITIVE BIASES AND THE DIGITALIZATION PROCESS ON FIRM PERFORMANCE <i>SÜLEYMAN BİLLOR</i> <i>BURÇİN KAPLAN</i>	543
SHARENTING: A STUDY ON INSTAGRAM POSTS OF INFLUENCER PARENTS IN TÜRKİYE <i>SEFER KALAMAN</i>	553

REVIEW ARTICLES

DECONSTRUCTING HEGEMONIC GAZE IN PHOTOGRAPHY <i>MERT ÇAĞIL TÜRKAY</i>	563
THE NECESSITY OF A COLLABORATIVE COMMUNICATION MODEL: AN ANALYSIS IN THE CONTEXT OF THE CONCEPTS OF CONVERGENCE, COLLECTIVE INTELLIGENCE AND PARTICIPATORY CULTURE <i>ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL</i>	578

İÇİNDEKİLER
Nisan 2025 Cilt 15 Sayı 2
(10.7456/tojdac)

ARAŞTIRMA MAKALELERİ

SANAL GERÇEKLİK (VR) YÖNTEMİYLE İÇ MEKAN TASARIM STÜDYOLARINDA ÖĞRENCİLERİN RENK TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ <i>KADİR BİNGÖL</i> <i>DİDEM ERTEN BİLGİÇ</i>	333
INDIANA JONES FİLMLERİNİN JENERİK TASARIMLARININ İNCELEMESİ <i>HASAN ASAN</i>	347
SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN TAŞINABİLİR TEMSİLCİLERİ: BOLU / MUDURNU ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN GEZİCİ BAVUL MÜZELER <i>CİHAN ŞULE KÜLÜK</i>	362
FİZİKSELDEN DİJİTALE ANI GEÇİŞ: COVID-19 PANDEMİSİ SIRASINDA MİMARLIK EĞİTİMİNDE RENK ÖĞRENİMİ <i>İLAYDA SOYUPAK</i>	377
GEÇMİŞİ YENİDEN İNŞA ETMEK: TARİH, SİNEMA VE MİMARLIK BAĞLAMINDA KLEO DİZİSİNİN MEKÂNSAL ANALİZİ <i>ŞÖLEN KÖSEOĞLU</i>	394
PROFESYONEL TASARIMCIDAN TASARIM ÖĞRENCİSİNE; METAVERSE'DEN YARATICI ÖĞRETİLER <i>GÖKÇE BAHAR YILMAZ</i> <i>ARMAĞAN SEÇİL MELİKOĞLU EKE</i>	410
SİNEMA GÖRÜNTÜSÜNDE ATMOSFER YARATIMI: ÖRNEK BİR UYGULAMA <i>FATİH ÇALIŞKAN</i>	429
(DİJİTAL) BENLİK SUNUMUNUN DEĞİŞEN SAHNESİ: İNTERNET MEMLERİ VE BARBENHEİMER <i>CAN CENGİZ</i>	458
MEDYA COP29'U NASIL ÇERÇEVELEDİ?: TÜRKİYE ANA AKIM MEDYASI & TÜRKÇE DIŞ BASIN <i>ÖZGE CENGİZ</i>	476
BİR SÖYLEM OLARAK SANAT MÜZESİ MİMARLIĞI: İSTANBUL'DA KURUMSAL KİMLİKLERİN AYRIŞTIRILMASI <i>EZGİ ÇİÇEK</i> <i>ZEYNEP CEYLANLI</i>	491

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVİRİMİÇİ MAHREMİYET FARKINDALIĞININ
TESPİTİ: GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEKLEMİNDE
BİR ARAŞTIRMA

TUĞÇE AYDOĞAN KILIÇ

ERSİN DİKER

FATİH AKSOY

513

FİLİSTİN-İSRAİL SAVAŞININ ULUSLARARASI MEDYADA ÇERÇEVELENMESİ
MEHMET AKİF GÜNAY

526

BİLİŞSEL ÖNYARGILAR VE DİJİTALLEŞME SÜRECİNİN FİRMA PERFORMANSI
ÜZERİNDEKİ DÖNÜŞTÜRÜCÜ ETKİSİ

SÜLEYMAN BİLLOR

BURÇİN KAPLAN

543

SHARENTING: TÜRKİYE'DEKİ INFLUENCER EBEVEYNLERİN INSTAGRAM
PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

SEFER KALAMAN

553

İNCELEME MAKALELERİ

FOTOĞRAFTA HEGEMONİK BAKIŞIN YAPISÖKÜMÜ

MERT ÇAĞIL TÜRKAY

563

İŞBİRLİKÇİ BİR İLETİŞİM MODELİNİN GEREKLİLİĞİ: YAKINLAŞMA, KOLEKTİF
ZEKÂ VE KATILIMCI KÜLTÜR KAVRAMLARI BAĞLAMINDA BİR ANALİZ

ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL

578

DOI Numbers of TOJDAC
April 2025 Volume 15 Issue 2
(10.7456/tojdac)

RESEARCH ARTICLES

DETERMINATION OF STUDENTS' COLOR PREFERENCES IN INTERIOR DESIGN
STUDIOS WITH VIRTUAL REALITY (VR) METHOD

KADİR BİNGÖL

DİDEM ERTEN BİLGİÇ

10.7456/tojdac.1614801

AN ANALYSIS OF TITLE DESIGN IN INDIANA JONES FILMS

HASAN ASAN

10.7456/tojdac.1614805

MOBILE REPRESENTATIVES OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE:
TRAVELLING TRUNK MUSEUMS THROUGH THE CASE OF BOLU / MUDURNU

CİHAN ŞULE KÜLÜK

10.7456/tojdac.1614845

SUDDEN TRANSITION FROM PHYSICAL TO DIGITAL: COLOR LEARNING IN
ARCHITECTURAL EDUCATION DURING THE COVID 19 PANDEMIC

İLAYDA SOYUPAK

10.7456/tojdac.1614849

RECONSTRUCTING THE PAST: A SPATIAL ANALYSIS OF THE KLEO SERIES IN
THE CONTEXT OF HISTORY, CINEMA, AND ARCHITECTURE

ŞÖLEN KÖSEOĞLU

10.7456/tojdac.1614857

FROM PROFESSIONAL DESIGNER TO DESIGN STUDENT; CREATIVE LESSONS IN
THE METAVERSE UNIVERSE

GÖKÇE BAHAR YILMAZ

ARMAĞAN SEÇİL MELİKOĞLU EKE

10.7456/tojdac.1614868

CREATING ATMOSPHERE IN CINEMA IMAGES: A SAMPLE APPLICATION

FATİH ÇALIŞKAN

10.7456/tojdac.1614882

THE CHANGING STAGE OF (DIGITAL) SELF-PRESENTATION: INTERNET MEMES
AND THE BARBENHEIMER

CAN CENGİZ

10.7456/tojdac.1614974

HOW DID THE MEDIA FRAME COP29?: TURKISH MAINSTREAM MEDIA &
FOREIGN PRESS IN TURKISH

ÖZGE CENGİZ

10.7456/tojdac.1614990

ART MUSEUM ARCHITECTURE AS DISCOURSE: DIFFERENTIATING
INSTITUTIONAL IDENTITIES IN ISTANBUL

EZGİ ÇİÇEK

ZEYNEP CEYLANLI

10.7456/tojdac.1614995

DETERMINING ONLINE PRIVACY AWARENESS OF UNIVERSITY STUDENTS: A
STUDY ON THE SAMPLE OF GÜMÜŞHANE UNIVERSITY FACULTY OF
COMMUNICATION

TUĞÇE AYDOĞAN KILIÇ

ERSİN DİKER

FATİH AKSOY

10.7456/tojdac.1615136

INTERNATIONAL MEDIA FRAMING OF THE PALESTINIAN-ISRAELI WAR

MEHMET AKİF GÜNAY

10.7456/tojdac.1615156

THE TRANSFORMATIVE EFFECT OF COGNITIVE BIASES AND THE
DIGITALIZATION PROCESS ON FIRM PERFORMANCE

SÜLEYMAN BİLLOR

BURÇİN KAPLAN

10.7456/tojdac.1622581

SHARENTING: A STUDY ON INSTAGRAM POSTS OF INFLUENCER PARENTS IN
TÜRKİYE

SEFER KALAMAN

10.7456/tojdac.1631098

REVIEW ARTICLES

DECONSTRUCTING HEGEMONIC GAZE IN PHOTOGRAPHY

MERT ÇAĞIL TÜRKAY

10.7456/tojdac.1614822

THE NECESSITY OF A COLLABORATIVE COMMUNICATION MODEL: AN
ANALYSIS IN THE CONTEXT OF THE CONCEPTS OF CONVERGENCE,
COLLECTIVE INTELLIGENCE AND PARTICIPATORY CULTURE

ABDULKADİR BÜYÜKBİNGÖL

10.7456/tojdac.1617766



DETERMINATION OF STUDENTS' COLOR PREFERENCES IN INTERIOR DESIGN STUDIOS WITH VIRTUAL REALITY (VR) METHOD

SANAL GERÇEKLİK (VR) YÖNTEMİYLE İÇ MEKAN TASARIM STÜDYOLARINDA ÖĞRENCİLERİN RENK TERCİHLERİNİN BELİRLENMESİ

Kadir BİNGÖL¹

Didem ERTEN BİLGİÇ²



ORCID: K.B. 0000-0003-4005-3644
D.E.B. 0000-0002-6304-8648

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Kadir Bingöl

Kütahya Dumlupınar University, Türkiye
E-mail/E-posta: kadirbingol.arch@gmail.com

² Didem Erten Bilgiç

Kocaeli University, Türkiye
E-mail/E-posta: didemerten@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %9

Revision Requested/Revizyon talebi:
06.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
23.02.2025

Accepted/Kabul tarihi: 15.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
Kocaeli Üniversitesi Rektörlüğü
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu/ E-10017888-
020-487626/ 18/10/2023

Citation/Atf: Bingöl, K. & Erten Bilgiç D. (2025).
Determination Of Students' Color Preferences In
Interior Design Studios With Virtual Reality (VR)
Method. The Turkish Online Journal of Design Art
and Communication, 15 (2), 333-346.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614801>

Abstract

Since the correct use of colors in educational spaces can increase spatial quality and make it possible to achieve quality education, this study investigates the color preferences of students in interior design studios, which is an educational space. The study focused on 198 Interior Architecture undergraduates at Kütahya Dumlupınar University in Turkey during the 2023-2024 fall semester, selected through convenience sampling. In this context, the randomized pretest-posttest control group design, which is a real experimental research model, was used and the participants experienced Munsell colors on the front wall surface of the interior design studio space with the virtual reality method as a stimulus factor. The results of the study revealed that pale blue color (Munsell notation = 5B 6/8) with medium chroma and medium value is the most preferred color in interior design studios and that the experimental process influences color preferences for the space context. However, the general color preferences made without using the spatial context were not affected by the experimental process except for the color orange.

Keywords: Educational Spaces, Design Studios, Interior Color Preferences, Munsell Colors, Immersive Virtual Reality, VR Environment.

Öz

Eğitim mekânlarında renklerin doğru kullanımı mekânsal kaliteyi artırarak kaliteli eğitime ulaşmayı mümkün kılacağından, bu çalışma bir eğitim mekânı olan iç mekân tasarım stüdyolarında öğrencilerin renk tercihlerini araştırmaktadır. Çalışma, 2023-2024 güz döneminde Türkiye'deki Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde kolayda örnekleme yoluyla seçilen 198 İç Mimarlık lisans öğrencisine odaklanmıştır. Bu kapsamda gerçek deneysel araştırma modeli olan randomize öntest-sontest kontrol gruplu desen kullanılmış ve katılımcılar uyarıcı faktör olarak sanal gerçeklik yöntemi ile iç mimari stüdyo mekânının ön duvar yüzeyinde Munsell renklerini deneyimlemişlerdir. Çalışmanın sonuçları, orta kroma ve orta değere sahip soluk mavi rengin (Munsell notasyonu = 5B 6/8) iç tasarım stüdyolarında en çok tercih edilen renk olduğunu ve deneysel sürecin mekân bağlamına yönelik renk tercihlerini etkilediğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, mekânsal bağlam kullanılmadan yapılan genel renk tercihleri turuncu renk dışında deneysel süreçten etkilenmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Mekanları, Tasarım Stüdyoları, İç Mekan Renk Tercihleri, Munsell Renkleri, Sürükleyici Sanal Gerçeklik, VR Ortamı.



INTRODUCTION

The quality of physical infrastructure and the spatial quality of educational environments play a crucial role in achieving Quality Education, alongside the qualifications of educators and the curriculum. Educational institutions should be customized to provide the physical infrastructure, opportunities, and resources for individuals to receive the necessary education at designated times in accordance with their age and situation in the context of human-space interaction. There are many environmental factors for a quality educational space. Baker (1986, p. 80) has divided these factors into three groups: ambient factors such as acoustics, temperature, smell, lighting; social factors such as institutional employees, customers, and users; and design factors such as architecture, texture, material, and color.

It is the design factors that affects the visual perception in space such as color, form, material, light and texture concepts (Aslan et al., 2015, p.139). Visual perception is the most dominant among other types of perception in perceiving space and enables the observer to distinguish the differences between two unstructured fields of view of the same size and shape (Wyszecki & Stiles, 2000, p. 306). In history, people have imitated the colors of fire, water, sky, and soil that they encountered in nature with natural materials collected from nature. During the periods when mostly yellows and reds were imitated, iron-rich colored soils, usage of which goes back to the lower chipped stone period (350000 BC), were used as coloring pigments (Delamare & Guineau, 2012, p. 16). In the following years, the development of the dye industry has facilitated the obtainment of colors and has led to an increase in the number of colors that are limited in the natural environment. The augmenting number and variety of colors has given people the opportunity to choose and prefer among the colors to be used when needed.

Color preferences depend on the sensation and perception of color in the human brain. Color, which is designed in the brain through sensation and perception, is a physical event as it is related to the wavelength of light, a physiological event due to the transformation of light energy coming into the eye into electrical energy in nerve cells such as cone cells, and a psychological event due to the sensation caused by the perception of electrical energy in the brain (Temizsoylu, 1987, p.9). This situation may cause individuals to evaluate colors differently and accordingly, color preferences may vary depending on various factors such as personal characteristics, gender, age-experience, culture-exposed colors and their associations, color characteristics, color knowledge-color education, geographical location, socio-economic status, fashion, social, sociological and historical events, the context in which the color is used, lighting conditions and background colors (Child et al., 1968; Guilford & Smith, 1959; Holmes & Buchanan, 1984; Schloss & Palmer, 2011; Ou et al., 2012). Therefore, these variable factors should be controlled in color preference research.

The first color preference studies were generally conducted by looking at the psychological effects of color samples on subjects by considering colors independently from the interior or any other context (Cohn, 1894; Dorcus, 1926; Washburn, 1911). However interior color preferences are generally related to the action performed in space and the harmony of the color palette used in the space. Considering the existence of many types of spaces along with independent variables such as gender, culture and age that affect color preferences, preference research conducted on colored papers or various color samples may not be usable in the context of space. This situation makes the color preference in the context of space rather important. Color preference studies in the context of space are examined under three headings as physical spaces (Kwallek et al., 1996; Kamaruzzaman et al., 2010; Manav, 2007) virtual spaces (Park & Guerin, 2002; Slatter & Whitfield, 1977; Whitfield, 1984) and virtual reality spaces according to the type of research space.

Virtual reality spaces are interactive environments that are created in three dimensions through computer programs, reflect the real movements of the user simultaneously, and appeal to other senses besides visual sensation (Bayraktar & Kaleli, 2007, p. 2). In virtual reality spaces, the general aim is to create the best representation of reality in the virtual environment and to provide the user with the feeling of reality through mental perception. Virtual reality can be created in two separate ways as immersive virtual reality and non-immersive screen based virtual reality (Robertson et al., 1993, p. 82).



Immersive virtual reality is created with the help of various tools such as data gloves, headsets, virtual reality cabinets, controllers, and virtual reality glasses (VR glasses) used to increase the sense of reality. These tools reinforce human-space interaction and the sense of reality by providing multi-sensory sensations such as visual, auditory, and tactile to virtual reality. VR glasses enable people to participate in events from their own point of view. The sense of movement created by VR glasses with image and sound features and other auxiliary apparatus used in conjunction with it, enables the simultaneous transfer of reality to the virtual environment. It is particularly important to create these visual and auditory elements as close to reality as possible in order to reinforce the experience of space. For this reason, immersive virtual reality space was used in this study.

MATERIAL AND METHODS

In this study, the randomized pretest-posttest control group design was used (Table 1).

Table 1. Research method.

	Group	Pretest	Process	Posttest
198 randomly selected university students	Experiment (100 people)	Color preference survey	Experiencing 24 colors in the context of space with VR glasses	Color preference survey
	Control (98 people)	Color preference survey		Color preference survey

According to the research method, the sample was divided into two groups as experimental and control groups, and the first data on color preferences were collected by applying the same pretest form to both groups. After a certain period of time passed following the pretest phase, only the experimental group was given the opportunity to see and experience 24 colors selected from the Munsell color system on the front wall surface (the wall where the board is located) of the virtual BMA-2 design studio with immersive virtual reality method as a stimulating task. Oculus brand Quest 2 model wireless virtual reality glasses were used in the application and immediately after the application, the color preference results of all subjects in both the experimental and control groups were collected through the same questionnaire used in the pretest phase and the results were compared. No stimulus task or any other procedure was applied to the control group during the experiment. Nevertheless, a post-test was administered to the control group. Thus, it was examined whether there were any changes in the color preferences of the control group during the experiment.

Selection of Subjects

The study population includes all university students studying in interior architecture departments where design education is given. Since it was not possible to reach the entire population, Creswell's (2012, p. 145) convenience sampling method was used. According to this method, the study consists of 198 undergraduate students (n=198) studying at Kütahya Dumlupınar University Department of Interior Architecture in the fall semester of the 2023-2024 academic year, with an average age of 21.08 (between 18-28).

In the pretest phase, 229 people participated in the study, but the measurement results of 25 participants were excluded from the study due to non-data mobility. Later on, 2 students among the participants were disenrolled from the course and 4 students could not be reached either face-to-face¹ or online (e-mail and telephone). For this reason, the data of 6 participants who could not be reached for various reasons were also excluded from the study, and the sample number was finalized with a total of 198 participants, 98 in the control group. In social science research (qualitative, quantitative, experimental), a sample size between 30 and 500 people may be sufficient (Coşkun et al., 2019, p. 162).

¹ Since 8 out of 9 students graduated in the spring term and 1 student could not be reached face-to-face during these periods, the post-test questionnaire application was carried out online via Google form.



Survey Design

In the pretest and posttest stages, the same questionnaire form was used and consists of three parts. The first part of the questionnaire includes demographic characteristics. The second part of the questionnaire includes open-ended questions about BMA-2 interior design studio color preferences. In the third part of the questionnaire, are 5-point Likert-type questions regarding the level of preference of a total of 24 colors in 4 different categories in the color palette. The preference levels for each color are marked as 1-never prefer, 2-do not prefer, 3-undecided (neither prefer nor do not prefer-neutral), 4-prefer, and 5-strongly prefer. This section aims to reveal the importance of the context in which the color is used by comparing the results before and after the experiment.

Colors Used

A virtual color palette of 24 colors was created for use in the experiment. These colors were selected from the Munsell color system. The Munsell color system has proven to be one of the most useful systems in interior design with modifications (Pile, 1997, p. 38). The Munsell color system "offers the best opportunities for quantitative attributes in the direction of qualities familiar to psychologists among systems that purport to represent the full range of colors" (Guilford and Smith, 1959, p. 488). These qualities (feature, scale, dimension) based on human perception are hue, value and chroma, and the 24 colors used in the experiment were defined according to these qualities.

For this purpose, first, six basic color families (red-5R, orange-5YR, yellow-5Y, yellow-5Y, green-5G, blue-5B and purple-5P) were determined in their purest form among Munsell hues in their purest form (the coefficient 5 in the Munsell color system represents the purest form of color hues). The eye perceives the 180 pure shades of color in the spectrum roughly as these six basic colors (Danger, 1987, p. 36). The different colors of these 6 color families in terms of value and chroma were computer generated to obtain bright, pale, light, and dark colors (Figure 1).

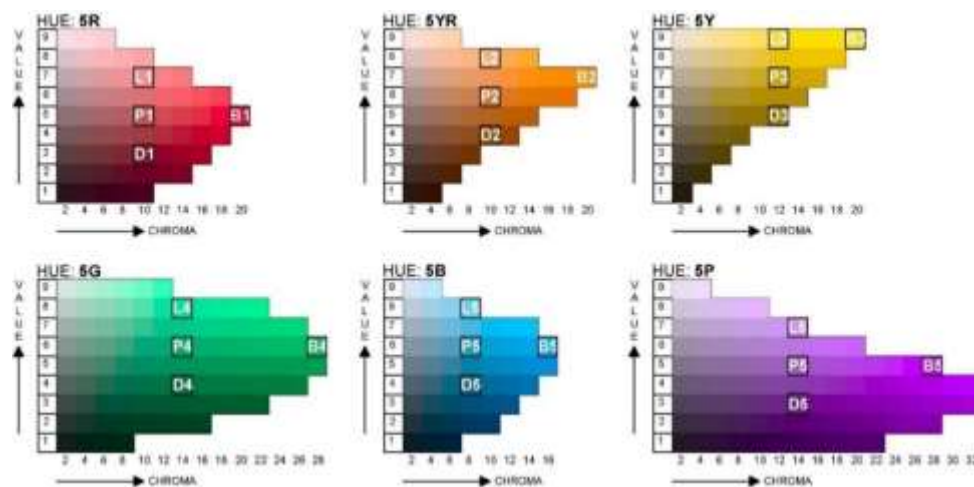


Figure 1. Digitizing the six Munsell surface shades and determining the colors for four different color categories within the scope of the study (Created by the author).

Figure 1 shows the different colors of the red, orange, yellow green, blue, and purple hues in terms of computer-generated value and chroma amount. Among these colors, the basic colors (bright red-B1, bright orange-B2, bright yellow-B3, bright green-B4, bright blue-B5, bright purple-B6) were first determined to be used in the experiment. These colors have medium value and high chroma in each of the 6 color families. The category of pale colors was created with the colors P1 (pale red), P2 (pale orange), P3 (pale yellow), P4 (pale green), P5 (pale blue), and P6 (pale purple), which have approximately the same value as the obtained base colors but whose chroma is almost half of these colors. A light color category and a dark color category were created with reference to the pale colors. Light colors are L1 (light red), L2 (light orange), L3 (light yellow), L4 (light green), L5 (light blue) and L6 (light purple), whose values are 2 steps higher than pale colors. Dark colors are D1 (dark red),

D2 (dark orange), D3 (dark yellow), D4 (dark green), D5 (dark blue) and D6 (dark purple), whose values are 2 steps below the pale colors. Thus, a virtual color catalog of 24 Munsell colors obtained from 6 basic color families was completed (Figure 2). The value of the basic colors and pale colors in the color catalog is the same and the chroma is different, and the chroma of the light colors, dark colors, and pale colors is the same and the value is different.

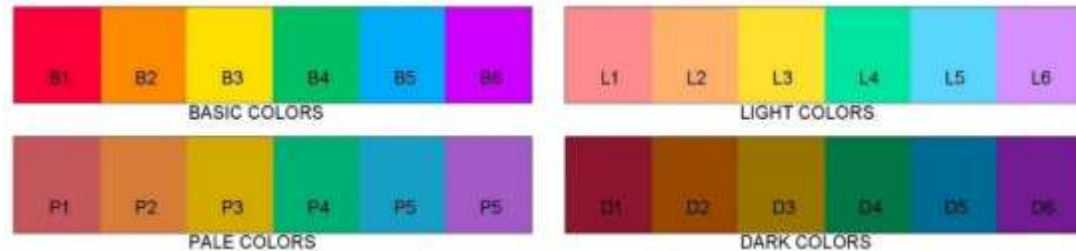


Figure 2. Virtual color palette (Created by the author).

Munsell colors for colored surfaces in Figure 2 were converted into RGB codes to be reproduced in computer environment. However, the conversion process differs due to the color gamut of digital devices. Gamut refers to all the colors that the digital device can produce. All digital devices can produce a limited range of colors depending on their characteristics and the color gamut may vary between devices. This situation shows that Munsell surface colors that are not included in the color gamut of the Toshiba brand P50 A14H model number laptop to be used during the study may not be produced. Therefore, care was taken to ensure that the Munsell surface colors used in the study are within the computer gamut and are convertible for the virtual environment.

To represent the Munsell colors in a virtual environment, the colors were converted into RGB codes using Paul Centore's conversion tables (2013) and the Color Translator & Analyzer (CTA) program by BabelColor (Centore, 2013, p. 5-26; Pascale, 2022) (Appendix 1). The RGB codes were adjusted to match the color gamut of the Toshiba P50 A14H laptop used in the study, ensuring that all colors were within the device's color range. This process allowed the Munsell colors to be accurately represented in the virtual environment, despite potential variations in digital device color gamuts.

The computerized reproduction of Munsell surface colors with RGB codes using the conversion tables of Centore (2013) prevents color differences in paint pigment materials and difficult to control experimental conditions such as lighting conditions and produces comparable norms for further research. In addition, the research experiment can be repeated by other researchers by extending it to the desired scope and context thanks to the color samples given in RGB and Munsell notation.

Space Used

The physical and virtual spaces for the experiment were both based on the BMA-2 design studio at Kütahya Dumlupınar University Faculty of Architecture. This studio is the most frequently used and familiar space for students, which is expected to save time and yield more accurate results during the study. For the virtual studio, the plan drawings of the physical studio space (Figure 3) were utilized and the method of on-site surveying was used for exact measurements. Then, using AutoCad 2021, 3ds Max 2022 and Unreal Engine 4 programs, a virtual model was created to be one-to-one with the physical space.

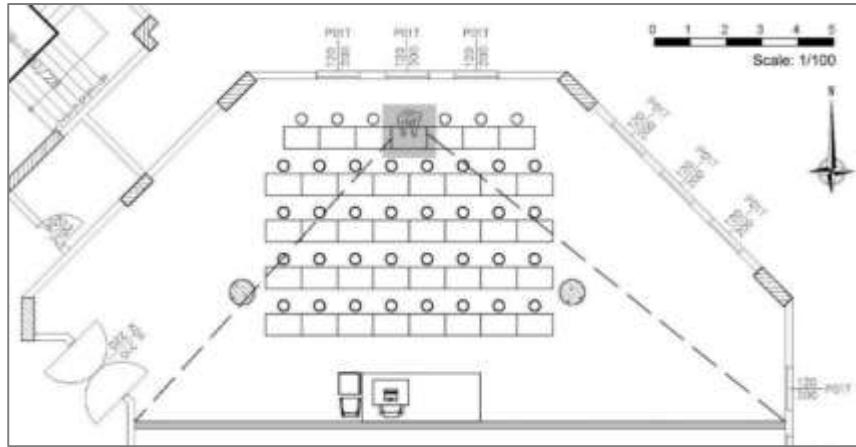


Figure 3. Plan of Kütahya Dumlupınar University Faculty of Architecture BMA- No. 2 Interior Architecture Design Studio (KDPU Department of Building Affairs, 2023).

The BMA-2 studio (157.02 m²) is actively used as a studio as of November 2023, with a ceiling height of 275 cm and a capacity for 40 people. There are white student drawing tables and blue teacher's table and chair in the studio. The walls and ceiling are white, and the floor features light-colored ceramics. Illumination was measured using an Extech 45170 lux meter between 13:00-15:00, when the studio is most active. The illuminance level created by the use of artificial light and natural light together is 434 lux in the measurement carried out under indoor weather conditions in the winter season. Although this level is sufficient for the general illumination of the classroom, it is insufficient for technical drawing works (TS EN 17037). Therefore, in the virtual model, the lighting on the drawing tables (at a height of 73 cm) was adjusted to 750 lux. Additionally, the virtual lighting used a high CRI level for accurate color perception, and the color temperature was set to 5000 K to match the ideal conditions for true color visibility (Fitöz, 2002, p. 93). Daylight was excluded from the virtual environment due to variable conditions.

Procedure

In the randomized pretest-posttest control group design method, all data collection stages were started with the ethics committee approval decision numbered 7 taken at the meeting of Y University² Social and Human Sciences Ethics Committee dated 18/10/2023 and numbered 2023/11. After approval was obtained, all participants signed a voluntary consent form and pretest data were collected from these participants between December 27, 2023, and January 15, 2024, entirely face-to-face with the questionnaire method. After the pretest phase was completed, 98 students in the control group were administered the posttest phase between March 4 and March 16, 2024, mostly face-to-face, while 100 students in the experimental group were administered the experiment face-to-face just before the posttest between the same dates (Figure 4).



Figure 4. Experiment application realized in Physical BMA-2 interior design studio (Archive).

² University name removed due to double blind policy

Before starting the experiment, the Ishihara color blindness test was applied to the 100 subjects in the experimental group and the subjects who were not color blind were taken to the physical BMA-2 interior architecture design studio. In order to prevent the subjects from being affected by each other, only one subject at a time was taken into the studio and seated in the chair designated for him/her in the classroom. This chair was in the same position both in the physical space and in the virtual reality space. The position of the chair was determined by the subjects as the midpoint of the back row where the wooden wall could be seen from a comfortable and wide angle (see figure 3). The subject seated on the designated chair put on the Oculus Quest 2 headset with the help of the researcher and performed color selection tasks using the Oculus Quest 2 controller, which functioned as a computer mouse.

In the fiction of the virtual space, on the table in front of the subject, the color palette consisting of 24 Munsell colors prepared to be used in the research is located in the form of colored buttons (Figure 5). The subjects are expected to apply these colors to the wall where the whiteboard is located by pressing the buttons and experience them on this wall surface. In this context, the subjects were first asked to apply the 6 colors in the basic color category to the wooden wall surface according to the order in the Munsell color wheel. Then, this method was repeated for the other 3 color categories, and the experiment was concluded after the subjects simultaneously experienced 24 different colors in the virtual color palette on the wooden wall surface in the virtual BMA-2 design studio.



Figure 5. Color palette in the form of colored buttons in the virtual classroom (Created by the author).

EXPERIMENT RESULTS

The pretest and posttest data obtained from all subjects with the questionnaire method were analyzed descriptively with the help of SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) data analysis program in line with the research questions and interpreted by checking whether there was a significant difference between the tests. In this study, color preferences constitute the dependent variable, while the context of the interior space in which the color is used constitutes the independent variable.

Research Question-1: How does experiencing colors in the context of space with immersive virtual reality method affect students' color preferences in interior design studios?

In the pretest phase of the study, 11.1% of the participants (n=22) refrained from indicating a color preference for the BMA_2 design studio. The data of 22 participants who did not indicate any color preference were shown as no answer in the statistical analysis phase. The other 176 participants indicated many color types for their studio color preferences, excluding multicolor, vibrant color, light color and dark color. In the posttest phase conducted after the experimental process, none of the participants in both the experimental and control groups selected the option "no answer" for color preference in the context of the space and made at least one-color preference for the BMA_2 design



studio space. To perform statistical analysis, the process was simplified by combining similar answers obtained in the pretest and posttest, and categorical data were created (Appendix 2). The answers converted into categorical data were analyzed in terms of experimental and control groups through frequency analysis (Table 2).

Table 2. Color preferences for BMA_2 design studio in the pretest and posttest phase for experimental and control groups

Experimental group pretest			Experimental group posttest		
Preferred colors	n	%	Preferred colors	n	%
White	20	20,0	Blue	31	31,0
Blue	19	19,0	Red	23	23,0
Beige	12	12,0	Orange	20	20,0
No preference	9	9,0	Green	13	13,0
Green	8	8,0	Yellow	6	6,0
Gray	8	8,0	Purple	6	6,0
Yellow	7	7,0	White	1	1,0
Orange	5	5,0	Total	100	100,0
Purple	3	3,0			
Red	2	2,0			
Pink	2	2,0			
Black	1	1,0			
Brown	1	1,0			
Multi Color	1	1,0			
Light Colors	1	1,0			
Vibrant Colors	1	1,0			
Total	100	100,0			

Control group pretest			Control group posttest		
Preferred colors	n	%	Preferred colors	n	%
Blue	18	18,4	White	23	23,5
Beige	14	14,3	Blue	21	21,4
White	13	13,3	Beige	14	14,3
Gray	13	13,3	Green	10	10,2
No preference	13	13,3	Gray	7	7,1
Green	10	10,2	Orange	5	5,1
Red	3	3,1	Multi Color	5	5,1
Orange	3	3,1	Purple	4	4,1
Black	3	3,1	Yellow	2	2,0
Multi Color	3	3,1	Black	2	2,0
Yellow	2	2,0	Light Colors	2	2,0
Purple	1	1,0	Red	1	1,0
Brown	1	1,0	Brown	1	1,0
Dark Colors	1	1,0	Navy Blue	1	1,0
Total	98	100,0	Total	98	100,0

n= Frequency % = Percentage



Table 2 shows the pretest and posttest color preferences of the control and experimental groups for the BMA-2 design studio space. As can be seen, blue color and its shades were the most preferred color for the BMA_2 design studio both in the pretest and posttest phase among all participants. In the pretest, a total of 37 students preferred blue as the main color for the BMA_2 design studio. After blue, white was the most preferred color for the studio space. A total of 33 students expressed their satisfaction with the current color of the BMA_2 design studio and preferred white again. After that, beige, gray and green were the preferred colors for the studio respectively.

When the pretest-posttest preference results in Table 2 are compared in terms of groups, it is seen that experiencing colors with VR glasses is effective on color preferences for the space. The colors red and orange, which were preferred by a total of 7 people from the experimental group for the BMA-2 design studio before the experiment, were preferred by 43 people after the experiment. The preference for blue color, which was preferred by a total of 19 subjects, increased to 31. While blue color was associated with concepts such as creativity, tranquility and inspiration by the experimental group, red and orange colors were preferred because they were associated with energy, vitality, warmth and attracting attention. Pale blue (5B 6/8) was the most preferred among blue color tones whereas dark red (5R 3/10) was the most preferred one among the red color tones and light orange (5YR 8/10) among the orange color tones.

Among all participants, white, the existing color of the BMA-2 design studio, was preferred immediately after the universally liked blue color in the pretest phase. In other words, when different colors are not experienced in the context of the space, the color preferences for the space are affected by the existing colors of the space. However, the preference for white, the existing color of the space, was almost completely abandoned by 100 participants who experienced different colors through VR glasses in the design studio space. Only 1 participant from the experimental group still preferred white despite the colors experienced.

After the experimental process, the preference for blue color increased among the experimental group and exciting chromatic colors such as red and orange became the most preferred colors for design studio interiors, unlike white color. In this case, it was seen that the white color, which was considered very suitable for studio spaces by the participants before the experiment, was preferred only out of habit, and when compared to different colors, more dynamic and activating colors were preferred for studio interiors compared to white.

Research Question-2: Is there a significant difference between the pretest and posttest scores of the students in the experimental and control groups regarding their general color preferences? In other words, does experiencing colors through VR glasses have an effect on general color preferences?

General color preferences were measured on a 5-point Likert scale. The mean pretest and posttest preference scores of all participants for 24 colors on a 5-point Likert scale were tabulated (Table 3).



Table 3. Frequency analysis of 24 different colors.

Preference queue	Posttest (n=198)			Pretest (n=198)		
	All Colors	\bar{x}	S _x	All Colors	\bar{x}	S _x
1	Blue	4,11	0,81	Blue	4,15	0,89
2	Light Blue	4,09	0,79	Light Blue	4,09	0,95
3	Dark Blue	3,97	0,93	Dark Blue	3,86	1,14
4	Pale Blue	3,62	0,95	Pale Blue	3,76	1,03
5	Light Green	3,56	0,99	Light Green	3,57	1,08
6	Green	3,55	1,08	Green	3,54	1,13
7	Dark Green	3,52	1,18	Light Purple	3,49	1,23
8	Dark Red	3,32	1,29	Dark Green	3,44	1,24
9	Light Purple	3,26	1,24	Dark Red	3,34	1,25
10	Pale Green	3,25	1,09	Dark Purple	3,29	1,29
11	Dark Purple	3,23	1,30	Pale Green	3,28	1,12
12	Red	3,18	1,14	Purple	3,25	1,25
13	Purple	3,09	1,27	Pale Purple	3,20	1,19
14	Light Red	3,07	1,07	Red	3,17	1,15
15	Orange	3,06	1,00	Light Orange	3,02	1,09
16	Light Orange	3,04	1,07	Orange	2,97	1,00
17	Pale Purple	3,01	1,15	Light Yellow	2,96	1,20
18	Light Yellow	2,99	1,16	Pale Red	2,94	1,18
19	Pale Red	2,90	1,13	Light Red	2,93	1,05
20	Yellow	2,90	1,01	Yellow	2,86	1,03
21	Dark Orange	2,85	1,12	Dark Orange	2,84	1,15
22	Pale Orange	2,76	1,10	Pale Orange	2,79	1,04
23	Pale Yellow	2,75	1,11	Pale Yellow	2,72	1,21
24	Dark Yellow	2,72	1,11	Dark Yellow	2,59	1,15

n= number of participants, \bar{x} =mean, S_x= standard deviation

Examining Table 3, it is seen that among the context-free color preferences of all participants, all shades of blue were the most preferred colors in both the pretest and posttest stages whereas the 5 colors least preferred by all participants in both the pretest and posttest phases were the dark and pale shades of yellow and orange.

The pretest mean scores of the experimental and control groups for the 24 colors in the 5-point Likert scale were compared by independent sample t-test, but no statistically significant difference was found ($p>0.05$, t values are given in Appendix 3). This supports that the pretest mean scores for general color preference for both groups were not statistically significantly different from each other and that the groups were in equal conditions at the beginning of the study. To determine the effect of the experimental procedure in the control and experimental groups, which were supported to start the study under equal conditions by measuring the same pretest scores, the mean difference between the posttest and pretest scores was first calculated. Then, whether there was a statistically significant difference between the difference scores obtained for the control and experimental groups was tested with an independent sample t-test (Appendix 4). As a result of the independent sample t-test, no statistically significant difference was found between the difference scores of the experimental and control groups in general ($p>0.05$, t values are given in Appendix 4). This supports that the posttest-pretest difference averages of the control and experimental groups were statistically similar. Among a total of 24 different colors, only the difference between the posttest and pretest for the pale orange color was statistically significant between the experimental and control groups ($p<0.05$, $t=2.040$), which was in favor of the experimental group. It can be stated that experiencing the color orange through VR glasses caused positive preferences for the said color. The color preferences indicate



general preferences and do not include a spatial context. Therefore, it can be said that experiencing colors does not have a great effect on general color preferences made without the use of spatial context.

CONCLUSION

This study was carried out with the main purpose of determining the color preferences that can be effective in achieving quality learning in interior design studio spaces and the results obtained can be used in different scientific studies. For this purpose, a two-stage color preference study, pretest, and posttest, was conducted between 27 December 2023 and 22 March 2024 (a total of 88 days). Students studying at Kütahya Dumlupınar University Department of Interior Architecture in the fall semester of the 2023-2024 academic year participated in the study. The spatial context used in the study, in which color preferences (color preferences independent of space and color preferences in the context of space) were determined, was determined as the design studio BMA-2, which was most frequently used by the participants.

In the pretest phase of the study, which was conducted with the participation of 198 randomly selected students, the color preferences of all students were taken theoretically (questionnaire method) and analyzed within themselves. The posttest phase was organized to measure the effect of the experimental procedure (24 different colors experienced on the front wall surface of BMA-2 with VR glasses) given to approximately half of the students (n=100) on color preferences. Results were the following:

- ✓ Among all participants, the order of hue preference independent of the spatial context (general color preference order) was blue, green, purple, red, orange, and yellow. After the experiment, red was slightly more preferred than purple. However, the difference is not statistically significant. Therefore, experiencing colors in the context of space with VR glasses does not significantly affect the general color preference order independent of the context. All shades of blue were the most preferred colors among the 24 colors given. The fact that blue is the most popular color in general is consistent with many studies in literature (Eysenck, 1941; Guilford, 1934; George & Margaret, 1938; Jastrow, 1897; Katz & Breed, 1922; Madden et al., 2000; Washburn, 1911; Von Allesch, 1925). Dark and pale shades of yellow and orange were the least preferred colors. The fact that yellow and orange are less popular than other colors is generally consistent with other studies in the literature (Eysenck, 1941; Guilford, 1934; Jastrow, 1897; Katz & Breed, 1922;). However, in a study conducted by George and Margaret (1938) with 500 university students, purple was preferred after yellow and orange (George & Margaret, 1938).
- ✓ The general order of color preference is approximately similar within the categories of basic colors, pale colors, light colors and dark colors selected from the Munsell color system, which have different characteristics in terms of value and chroma. Therefore, it can be said that the hue feature is more important than the brightness and value scale of the color in color preference. The result obtained is compatible with Kıran's (2012) study. In Kıran's (2012) study, it was found that the significant effect among the preferred colors was due to the color tone and the colors with short wavelength were preferred more (Kıran, 2012).
- ✓ The experimental procedure caused positive preferences only for the pale orange color out of 24 colors, except that experiencing colors indoors with VR glasses does not affect users' general preferences for colors. However, color preferences in the context of space were affected by the experimental process.
- ✓ Before the experiment, the top 5 most preferred colors for the BMA-2 design studio wooden wall surface among all participants were blue, white, beige, no preference, gray and green, respectively. As a result of the experimental procedure affecting contextual color preferences, the top 5 most preferred colors for the BMA-2 design studio were blue, orange, red, white and green, respectively. The white and beige colors preferred before the experiment were replaced



by warmer and chromatic colors such as red and orange after the experimental procedure. The order of color preference of the experimental group after the experimental procedure was blue, red, orange, green, (yellow, purple)³ and white.

- ✓ For the BMA-2 design studio, the basic and light blue colors were equally less popular among the blue shades, and the most preferred color was pale blue with Munsel color notation 5B 6/8, which has a medium value and medium chroma. The experimental treatment increased the preference for pale blue (5B 6/8) in the context of space. Some of the reasons for the preference of the participants who preferred blue color and its shades on the wooden wall surface of the design studio are as follows.
 - It is a color that gives comfort to the eye.
 - It gives a feeling of glamor and vitality.
 - A color that is not overwhelming and does not distort the focus.
 - It evokes peace as it evokes the sea and the sky.
 - It is soothing and makes you want to work.
 - Inspiration
 - It goes well with the blue furniture in the studio.
 - More compatible with the teacher's desk and other furniture
 - More suitable for the atmosphere of the space
 - Makes the studio environment feel more peaceful and creative
- ✓ Among the experimental group, yellow and purple were preferred by an equal number of people, but they were preferred last among the colors presented. Yellow color was interpreted positively in all 9 adjective-pairs indicating positive or negative states, while purple color was perceived positively only in terms of being modern and active. The blue color preference preferred by all participants for the BMA-2 design studio is consistent with the study of Baytn et al. (2005). In the study conducted by Baytin et al. (2005), the green-blue color coded 3050B50G was the second most preferred color for the wooden wall surface of the design studios. However, the purple color tone (light purple), which was preferred in the first place in the same study, was preferred in the last place by the experimental group (Baytin et al., 2005).
- ✓ Although white color was considered more suitable for the BMA-2 design studio than red and orange colors before the experiment, it was preferred by only 1 person in the experimental group after the experiment. Similarly, in a study conducted by Kwallek et al. (1996) with a total of 675 psychology students on the effects of colors used in the office environment on employee performance, white-colored offices were described as the least distracting offices and were preferred more. Nevertheless, it was determined that the errors made in white offices were higher than in other offices. The high preference for white color for the BMA-2 design studio before the experiment may be due to the fact that the students adopted white as the existing color of the space and did not experience different colors in the context of the space.
- ✓ The experimental procedure encouraged participants to make choices for the BMA-2 design studio. The 22 users who avoided making a choice before the experiment made at least one-color choice after the experiment. In the pretest phase, the 17 color type preferences obtained for the BMA-2 design studio before the simplification process decreased to 14 after the experiment. The difference is due to the experimental group. While only 1 person in the experimental group preferred white color other than the colors presented to them in the experiment, the control group continued to prefer various colors such as black, brown, and beige. This shows that basic color tones are sufficient for the BMA-2 design studio.
- ✓ In the color preference stage, experiencing the colors in the virtual reality space using VR

³ The number of preferences for the colors yellow and purple given in parentheses is equal.



glasses without physically applying the colors to the space did not have a great effect on the general color preference. However, spatial color preferences were affected by the experimental procedure. In addition, it was observed that the experimental process facilitated preference making by reducing preference ambivalence and revealed preference tendencies for different colors other than the existing space colors. In this case, it is clear that the use of color names or color samples of certain sizes in interior color preference will not give accurate results. Therefore, it is recommended to show the users the materials in which colors are used in context during the color preference stages.

The results are limited to a small sample selected from a large population and a specific spatial context. All of the participants are interior architecture students, whether they have color knowledge or not. Therefore, future studies are needed to generalize the results for all individuals and different types of spaces.

REFERENCES

- Allesch, G. J. V. (1925). Die aesthetische Erscheinungsweise der Farben. *Psychologische Forschung*, 6(1), 1-91.
- Aslan, F., Aslan, E., & Atik, A. (2015). Perception in interior space. *İnönü University Journal of Art and Design*, 5(11), 139-151.
- Baker, J. (1986). The role of the environment in marketing services: The consumer perspective. *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, 1(1), 79-84.
- Bayraktar, E., & Kaleli, F. (2007). Virtual reality and application areas. *Academic Informatics*, 1(6), 253-259.
- Baytin, C., Kiran, A., & Tunbis, M. (2005). Color preferences in architectural design studios. *Architectural Science Review*, 48(4), 317-328.
- Centore, P. (2013). Conversions between the Munsell and sRGB color systems. <http://www.munsellcolourscienceforpainters.com/23.02.2024>
- Child, I.L., Hansen, J.A., & Hornbeck, F.W. (1968). Age and sex differences in children's color preferences. *Wiley on Behalf of the Society for Research in Child Development*, 39(1), 237-247.
- Cohn, J. (1894). Experimentelle untersuchungen ueber die gefühlsbetonung der farben, helligkeiten und ihrer combination. *Philos. Studien*, 10, 562-603.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2019). *Research methods in social sciences SPSS applied (10th Edition)*. Sakarya: Sakarya Bookstore.
- Creswell, J.W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, evaluating, quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Boston: Pearson Education Inc.
- Danger, E. P. (1987). *The color handbook: How to use colour in commerce and industry*. England: Gower Technical Press
- Delamare, F., & Guineau, B. (2012). *Colors and their materials (3rd edition) (Trans. O. Türkiye)*. Istanbul: YKY.
- Dorcus, R. M. (1926). color preferences and color associations. *The Pedagogical Seminary and Journal of Genetic Psychology*, 33(3), 399-434.
- Eysenck, H. J. (1941). A critical and experimental study of color preferences. *The American Journal of Psychology*, 54(3), 385-394.
- Fitoz, İ. (2002). *Lighting design model for 'artificial light' as a determinant factor in space design (Yayın No. 128404)*. [Doctoral Thesis, Mimar Sinan University], Yök National Thesis Center
- Guilford, J.P. (1934). The affective value of color as a function of hue, tint, and chroma. *Journal of Experimental Psychology*, 17(3), 342-370.
- Guilford, J.P. and Smith, P.C. (1959). A system of color-preferences. *The American Journal of Psychology*, 72(4), 487-502.
- Holmes, C.B., & Buchanan, J.A. (1984). Color preference as a function of the object described. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 22(5), 423-425.
- Kamaruzzaman, S.N., Marinie, E., & Zawawi, A. (2010). Influence of employees' perceptions of color



- preferences on productivity in Malaysian office buildings. *Journal of Sustainable Development*, 3(3), 283-293.
- Katz, S.E., & Breed, F.S. (1922). The color preferences of children. *Journal of Applied Psychology*, 6(3), 255-266.
- Kiran, A. (2012). Color preferences in Turkey. *Psychology Studies*, 17, 47-52.
- Kwallek, N., Lewis, C.M., Lin-Hsiao, J.W.D., & Woodson, H. (1996). Effects of nine monochromatic office interior colors on clerical tasks and worker mood. *Color Research & Application*, 21(6), 448-458.
- Madden, T.J., Hewettn, K., & Roth, M.S. (2000). Managing images in different cultures: a cross-national study of color meanings and preferences. *Journal of International Marketing*, 8(4), 90-107.
- Manav, B. (2007). Color-emotion associations and color preferences: A case study for residences. *Color Research & Application*, 32(2), 144-150.
- Ou, L.C., Luo, M.R., Sun, P.L., Hu, N.C., Chen, H.S., Guan, S.S., Woodcock, A.A., Caivano, J.L., Huertas, R., Treméau, A., Billger, M., Izadan, H., & Klaus Richter, K. (2012). A cross-cultural comparison of color emotion for two-color combinations. *Color Research & Application*, 37(1), 23-43.
- Park, Y., & Guerin, D.A. (2002). Meaning and preference of interior color palettes among four cultures. *Journal of Interior Design*, 28(1), 27-39.
- Pascale, D. (2022). BabelColor, Color Translator and Analyzer Version 6.0.7.
- Pile, J. F. (1997). *Color in interior design*. New York: Mc Graw Hill.
- Robertson, G.G., Card, S.K., & Mackinlay, J.D. (1993). Three views of virtual reality: Nonimmersive virtual reality. *Computer*, 26(2), 81-83.
- Schloss, K.B., & Palmer, S.E. (2011). Aesthetic response to color combinations: preference, harmony, and similarity. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 73, 551-571.
- Slatter, P.E., & Whitfield, T.W.A. (1977). Room function and appropriateness judgments of color. *Perceptual and Motor Skills*, 45(3), 1068-1070.
- St. George, M.W. (1938). Color preferences of college students with reference to chromatic pull, learning, and association. *The American Journal of Psychology*, 51(4), 714-716.
- Temizsoylu, N. (1987). *Color and its use in painting*. Istanbul: Mimar Sinan University Publications.
- Turkish Standards Institute (2022). *Daylight in buildings*, TS EN 17037 + A1 (2022). Ankara
- Washburn, M.F. (1911). A note on the affective values of colors. *The American Journal of Psychology*, 22(1), 114-115.
- Whitfield, A. (1984). Individual differences in evaluation of architectural color: Categorization effects. *Perceptual and Motor Skills*, 59(1), 183-186.
- Wyszecki, G., & Stiles, W.S. (2000). *Color science: concepts and methods, quantitative data and formulae (2nd Edition)*. New York: John Wiley & Sons.





INDIANA JONES FİMLERİNİN JENERİK TASARIMLARININ İNCELEMESİ

AN ANALYSIS OF TITLE DESIGN IN INDIANA JONES FILMS

Hasan ASAN¹



ORCID: HA. 0009-0004-3021-5851

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Hasan Asan

İstanbul Topkapı University, Türkiye

E-mail/E-posta: hasan.asan@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %5

Revision Requested/Revizyon talebi:

18.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 15.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atıf: Asan, H. (2025). Indiana Jones Filmlerinin Jenerik Tasarımlarının İncelemesi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 347-361.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614805>

Öz

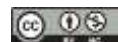
Sinema endüstrisinin başlangıcında film jenerikleri, yazar, yönetmen, oyuncu gibi önemli bilgileri sunan grafik kartlar, zamanla teknolojinin gelişmesiyle beraber hem içerik hem de görsel açıdan zenginleşerek hareketli animasyonlara dönüşmüştür. Dolayısıyla tasarımda yaşanan dönüşümü uzun soluklu bir film serisi üzerinde incelemek anlamlı olacaktır. Bu amaçla sinemanın klasikleri arasına giren hem oyunculuk hem de sinema dili açısından haklı bir üne sahip olan macera içerikli Indiana Jones filmi seçilmiştir. Indiana Jones, 1981'den 2023'e kadar vizyona giren ve yaklaşık yarım yüzyıllık bir zamana yayılan beş filmlik serinin jenerikleri incelenerek geçirdiği uzun süreç boyunca tasarım evrimi ortaya konulmuştur. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş olup, Indiana Jones serisinin jenerikleri renk, kompozisyon, tipografi gibi grafik tasarım ilkeleri bağlamında analiz edilmiştir. Çalışmada, jeneriklerin estetik ve iletişimsel yönlerine ışık tutularak, film sektörü ve jenerik tasarımcıları için yararlı bir kaynak olması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İndiana Jones, Grafik Tasarım, Film Jenerikleri, Jenerik ve Tipografi, Jenerik ve Renk, Jenerik ve Animasyon.

Abstract

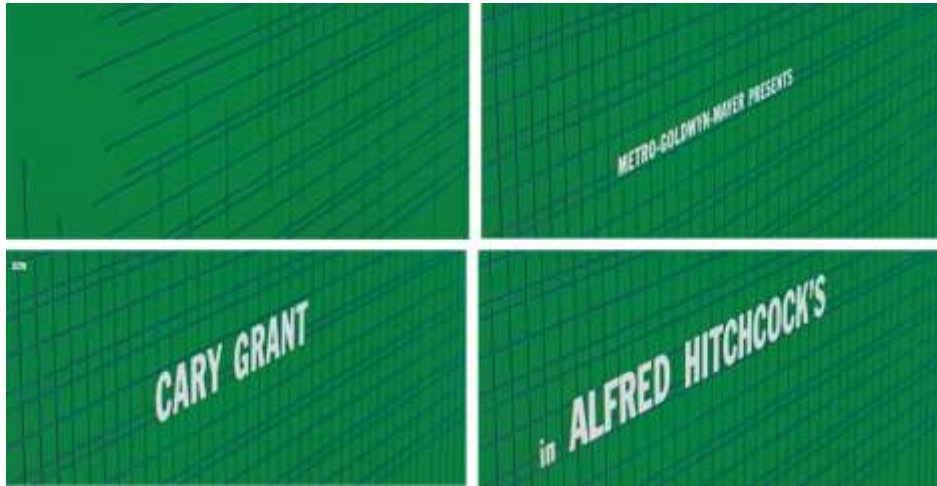
At the inception of the film industry, title sequences consisted of graphic cards presenting essential information such as the writer, director, and cast. However, with advancements in technology, these sequences have evolved both in content and visual complexity, transforming into dynamic animations. Therefore, examining this transformation within the context of a long-running film series is a meaningful approach. For this purpose, the Indiana Jones series a widely recognized and critically acclaimed adventure franchise known for its cinematic language and performances has been selected. By analyzing the title sequences of the five films released between 1981 and 2023, this study aims to reveal the design evolution that has taken place over nearly half a century. This research adopts a qualitative methodology, analyzing the title cards of the Indiana Jones series through the principles of graphic design, including color, composition, and typography. By shedding light on the aesthetic and communicative aspects of these sequences, the study aspires to serve as a valuable resource for the film industry and title sequence designers.

Keywords: Indiana Jones, Graphic Design, Film Title Sequences, Title Cards and Typography, Title Cards and Color, Title Cards and Animation .



GİRİŞ

Jenerik (kart) tasarımları, gözlemlerime göre filmler ya da programlardan önce ve sonrasında yaratımda emeği geçenleri tanıtmak amacıyla durağan/hareketli tasarımlarla anlatılan içerikler olarak ifade edilebilir. Film ve programların tanıtımları için vazgeçilmez bir unsuru olan jenerikler, izleyiciye süreç ve içerikleri hakkında fikir veren, akış düzenini gösteren kartlardır. Başlangıçta bu süreç sessiz filmlerde içeriğin başlıklar şeklinde siyah kartlar üzerine elle yazıldığı bir dönemle başlamasına rağmen sonraki dönemlerde çizgiler içeriğe dahil edilerek grafik tasarım unsuruna dönüşmeye başladığı görülmektedir. Film yapımının ilk zamanlarında, kartlar yalnızca kilit personelin temel bir listesiyle sınırlı tutulduğu görülmektedir. Bununla birlikte, endüstri olgunlaştıkça katkıda bulunanları kabul etmek için daha kapsamlı ve standartlaştırılmış bir yaklaşıma duyulan ihtiyaç da arttı. Sinemanın başlangıcında, kartlar genellikle metinsel ve film başında veya sonunda slayt olarak gösterildiği ilk zamanlarda bu kartlar sadece temel bilgiler içerirken, Krasner'e (2008) göre, 1930'lar ve 1940'lar ile birlikte açılış kartları daha ayrıntılı ve görsel olarak zenginleşmeye başladığına değinmektedir. Bu dönem, grafik sanatçılarının klasik yöntem tasarımlar ve yaratıcı tipografi kullanarak jeneriklere sanatsal bir boyut kazandırdığı dönemdir. Tasarımcıların, kartların görsel çekiciliğini artırmak için elle çizilmiş illüstrasyonlar ve yaratıcı yazılar kullanmaları grafik tasarımın bu dönemde önemli bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır. Filmlerde artık amaç sadece bilgilendirmek değil, aynı zamanda izleyicinin dikkatini baştan çekebilmektir. Tek boyut şeklinde üretilen tasarımlar ikinci Dünya Savaşı'ndan sonra film başlıkları yeni bir aşamaya evrilmiş, grafik sanatçıları jenerik sahnelerini daha sanatsal yapma eğilimine girmişlerdir. Jenerik tasarımında önemli bir dönüm noktası ise Saul Bass'ın Alfred Hitchcock'un '1959 da North by Northwest' (Şekil 1) de filmi için serbest çizgiler ve hareketli tasarımlar kullanarak yarattığı devrimdir.



Şekil 1. Saul Bass'ın Alfred Hitchcock'un '1959 da North by Northwest' film jeneriği (MovieTitles, 2018).

1970'ler ve 1980'ler, bilgisayar tarafından üretilen grafiklerin kullanımıyla birlikte jenerik tasarımında önemli bir dönüşüm yaşandı. Bu dönemde, animasyonlu öğeler, dinamik tipografi ve görsel efektler jenerik sahnelerine entegre edilmeye başlandı. 1977'de çekilen Yıldız Savaşları gibi filmler, bu dönemin yeniliklerini ve teknolojik ilerlemelerini sergileyen önemli örnekler arasında yer almaktadır. Film endüstrisi dijital çağa geçtikçe, grafik tasarımın jeneriklerdeki rolü daha da önem kazanarak genişledi. Dijital platformlar ve yazılımlar, tasarımcılara 3D grafikler, hareketli grafikler ve etkileşimli öğeler içeren çeşitli görsel stilleri deneme imkânı sağladı. Güç ve Boyraz makalesinde, dijital tasarım için şu ifadeyi söylemektedir, *"farklı teknolojilerin arayüzlerini tek bir iş içinde yan yana getirerek, her birinin benzersiz görüntü mantığını ön plana çıkarır. İzleyici, estetik deneyimi kendini çevreleyen geniş fiziksel alanın içinde ve simüle edilmiş ortamda katmanlı arayüzlerde yaşar"* (Güç ve Boyraz, 2023, s. 8073). Bu süreçte açılış jenerikleri, yönetmenler ve tasarımcıların iş birliğiyle filmin tonunu belirleyen görsel olarak çarpıcı sahneler oluşturmak için başlı başına bir sanat formu haline gelebilir. Film jenerikleri yalnızca bir kabul aracı değil, aynı zamanda bir hikâye anlatma aracı olabilir. Jenerik tasarımı, temaları, ruh halini ve stili iletme için görselleri kullanarak bir filmin anlatısının ayrılmaz

bir parçası haline gelebilir. Grafik tasarımcılar, jenerik projenin genel estetiği ve vizyonu ile uyumlu olmasını sağlamak için film yapımcılarıyla yakın iş birliği içinde çalışabilirler.

Bu dönemde jenerik tasarımında yaşanan dönüşümler ve teknolojik yenilikler, sinema dünyasında yeni bir görsel dilin ortaya çıkmasına katkıda bulunulur. Hem estetik hem de anlatısal açıdan zenginleşen jenerik tasarımları, filmlerin izleyici üzerinde bıraktığı etkiyi artırdığı ve sinema deneyiminin önemli bir parçası haline gelebildiğidir.

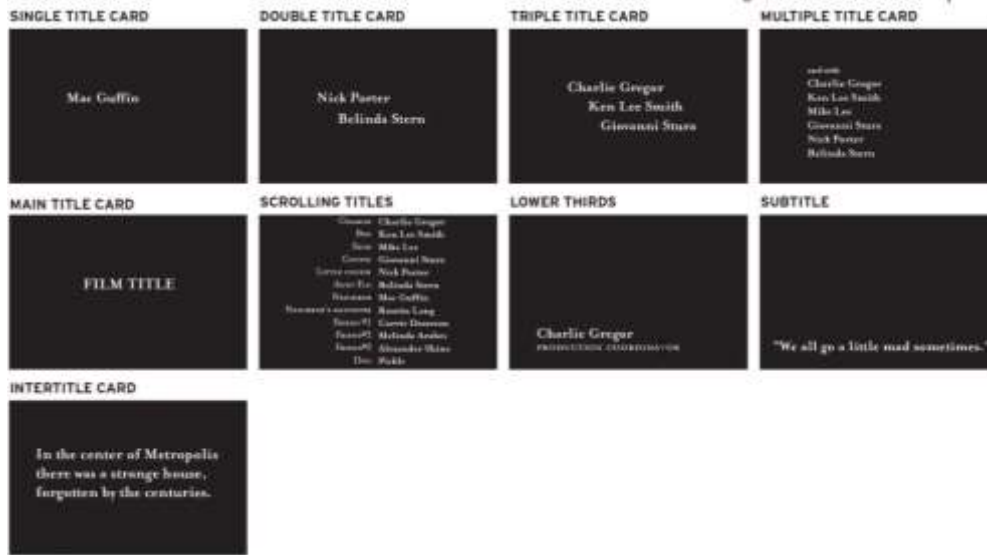
Günümüzde, film jeneriklerinin oluşturulma süreci multidisipliner bir yaklaşım gerektirir. Yönetmenler, yapımcılar ve post prodüksiyon ekipleriyle birlikte çalışan grafik tasarımcılar, sanatsal yetenek ve teknik uzmanlığın bir kombinasyonunu kullanarak etkileyici ve bilgilendirici jenerik sahneleri oluşturabilirler. Bu filmlerin hem başlangıcında hem de sonunda jeneriklerin daha dikkat çekici ve anlamlı olmasına olanak tanıyabilir. Film endüstrisi gelişmeye devam ettikçe, gelecek nesiller, sinemanın görsel dilini şekillendiren jenerikler ve grafik tasarım alanında daha fazla yenilik bekleyebilir. Yeni teknolojiler, yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik gibi alanlarda ilerlemeler, jenerik tasarımında devrim yaratma potansiyeline sahip olabilir. Bu gelişmeler, film jeneriklerinin daha etkileşimli, kişiselleştirilebilir ve izleyiciyi daha fazla içine çeken bir deneyim haline gelmesini sağlayabilir.

Film jenerikleri ve grafik tasarım süreci, film yapımının önemli bir unsuru olarak kalmaya devam edecektir. Yönetmenler, yapımcılar ve tasarımcılar arasındaki iş birliği, jeneriklerin sanatsal ve teknik olarak etkileyici olmasını sağlar. Gelecekte, bu iş birliğinin ve teknolojik yeniliklerin, film jeneriklerinin evrimini ve sinema deneyimini daha da ileriye taşıması beklenmektedir.

Bu çalışma, sinema endüstrisinde kültürel bir fenomen haline gelmiş olan Indiana Jones film serisinin jeneriklerini, grafik sanatları bağlamında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, literatür taramasına ek olarak, jeneriklerin tasarım ilkeleri çerçevesinde yorumlanması yöntemi kullanılmıştır. Serinin filmleri, tipografi, renk ve kompozisyon gibi tasarım ilkelerini kapsayan başlıklar altında incelenerek, seri tasarımlarında üslup birliğinin var olup olmadığı araştırılmıştır

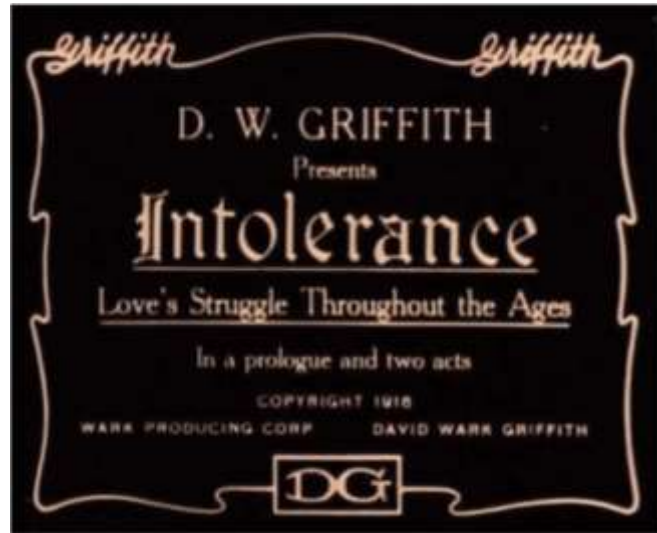
JENERİK TASARIMINDA BAŞLIK KARTLARI

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre jenerik, TDK (2024) “*tanıtma ad*” olarak kullanılırken, Fransızca “*générique*,” genele ait olan ve filmin yapısına uygun müzik ve metin hazırlanarak yapılan tasarımlardır. Amerikan ve İngilizlerdeki karşılığı “*title*” anlamında kullanılmaktadır. Göymen’in aktarımına göre, “*Hollywood terminolojisinde açılış jenerikleri için "openingtitle", kapanış jenerikleri için ise "endtitle" ya da "endcredits" sözcükleri kullanılmıştır. Aşağıdan yukarıya doğru akacak şekilde tasarlanan bitiş yazılarına ise; rolcaption (dönen yazı) olarak adlandırılmaktadır*” (Göymen, 2020, s. 21). (Şekil 2) incelendiğinde, ticari sinema filmleri için temel kompozisyon kart bilgilerinin deneysel bir film yapımcılığı biçimi olarak nasıl geliştiği görülebilir. Başlangıçta, “*siyah bir arka plan üzerine elle çizilmiş beyaz harflerle yapılan başlıklar, içerdiği kişilerin adlarını, diyalogları ve sahneleri belirtirken dekoratif unsurlarla süslenirdi. Bu süslemeler zamanla çizgiler, ana hatlar veya küçük çizimler gibi unsurları da içerecek şekilde genişledi*” (Krasner, 2008, s. 22).



Şekil 2. Kart Kompozisyon düzeni (Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web /s31)

Jenerik tasarımı ile seyircinin dikkatinin görsel unsurlara çekilmesi ve anlatılan hikayeye bağ kurması amaçlanmaktadır. Saul Bass’a göre, filmin öncesinde hazırlık yapılması ve bitişinde ise filmin etkisini üzerinden atmak için bir ayrışma odası olarak tanımlanır. Braha ve Byrne’in (2011) eserine göre başlığın birincil amacı oyunculara ve ekibe doğrudan atıfta bulunmaktır. Başlık dizileri, hareketli grafiklerin güçlü bir ifadesidir ve film endüstrisinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu kartlar, sinemanın başlangıcından itibaren, örneğin D.W. Griffith tarafından yaratılan markalı başlık kartlarıyla (title cards) başlayarak, filmin stilini ve kimliğini yansıttığı (Şekil 3) görülebilir.



Şekil 3. D.W. Griffith tarafından yaratılan markalı başlık kartları (Creative Motion Graphic Titling for Film, Video, and the Web /s 45)

Jenerik tasarımında kullanılan grafik öğeler, görüntü, ses, renk, semboller ve tipografi gibi çeşitli unsurlarla film ve programların başlangıç ve bitiş bilgilerini grafik bir dil kullanarak anlatılır. Bu grafik dilin doğru kullanımı, sunulan programların içeriği hakkında izleyiciye önemli bilgiler sağlayabilir. “1920’lerin deneysel film öncüleri ve sonraki nesil animatörler ve grafik tasarımcılar üzerinde büyük bir etki bıraktı. Sinema endüstrisinde, 1950’lerde animasyon film başlıklarının geliştirilmesi, hareketli grafikler adı verilen yeni bir grafik tasarım biçimini oluşturdu. Bu da durağan tipografiye hareketli tipografiye geçişin başlangıcını simgeler” (Krasner, 2008, s. 6).

JENERİK TASARIMINDA TİPOGRAFİ KULLANIMI

“Yazının temel işlevini, işaretler yardımıyla düşünce ve bilgi aktarımı olarak tanımlayabiliriz. Ancak tipografi bu tanımın bir adım ötesidir, bir anlamda “yazı ile sanat yapma” boyutudur” (Uçar, 2017, s. 106). Film jeneriklerinde ise tipografi, bir filmin başında ve sonunda görüntülenene açılış kartları, başlıklar ve diğer ilgili metinsel öğelerin tasarımını ve düzenini kapsar. Dolayısıyla jenerikteki tipografik önemli bir işlev yüklenmektedir. Ambrose ve Harris tipografi için şöyle söylemektedirler, “Tipografi en iyi biçimde kullanıldığında dilin sonsuzluğunu ve zamanını birleştiren görsel bir biçimi” (Ambrose & Harris, 2012, s. 8) olduğunu belirtirler, jeneriklerde de doğru kullanıldığında film ile seyirciyi tipografik görselle etkileyebilir. Yine Çetinkaya ve Dursun (2023) makalesinde Görsel ifadelerin temellerini açıklığa kavuşturmak amacıyla metinler aracılığıyla detaylandırma yapılmaktadır. Gerçekliklere ayna tutmak ve yorum katmak, bilgi birikimi gereksinimini metinsel ayrıntılarla karşılamaktadır. Yönetmenler ve tasarımcılar jeneriklerde kullanacakları yazı karakterini film içeriğini yansıtacak şekilde seçtikleri gözlenmektedir. Yanı sıra teknik ilerlemeler de önemli ölçüde jenerik tipografisinde katkıda bulunmaktadır. Sessiz filmlerin erken örneklerinde kullanılan yazı kartları genellikle siyah tahta üzerine elle yazılmış ve basit metinler olduğu olmasının yanı sıra görsel biçimi de ön plana çıkarma amacı gütmüştür (Şekil 4). Daha sonraki dönemlerde, yazı tasarımcıları tarafından bu kartlara küçük süslemeler ve çizgiler dahil edilerek görsel olarak zenginleştirilirdi. Göymen’e (2020) göre, “Jenerik tasarımında tipografi; mesajın anlaşılabilir bir şekilde iletilmesinin yanı sıra, görsel bir dil, tarz ve farklı bir imge olarak ortaya konan bir eleman olma iddiasını taşımaktadır” diye vurgulamaktadır. Dolayısıyla film jeneriklerine bakıldığında tipografi filmin atmosferine, ruhuna ve tonuna göre şekillendiği açıkça görülebilmektedir.



Şekil 4. Elle yazılmış Kart örnekleri (Göymen, 2020).

Manovich’in ‘The Language of New Media’ adlı eserinde, Manovich, (2001) “sessiz film başlıkları için genellikle serif veya sans-serif gibi basit tipografi tercih edildiğini” belirtir. Grafik tasarımcıları ve tipograflar, açılış jeneriklerinin görsel etkisini artırmak için kalın harfler, dinamik düzenler ve etkileyici tipografi ile deneyler yaptılar. Bu örneklerden biri (Şekil 5) “Amerikalı Dada sanatçısı Man Ray ve görüntü yönetmeni Marc Allegret’in 1926 yapımı ‘Anemic Cinema’ filminde kullanılan hareketli sarmal yazılardır. Bu yazılar deneysel tipografinin bir örneğidir. Burada tipografi, filmdeki anlatının özgün ve yaratıcı bir biçimde görselleştiği görülmektedir. Bu süreçte grafik tasarım teknolojilerinin gelişimi ve kültürel duyarlılıkların değişimi, film jeneriklerinde kullanılan tipografik tekniklerde önemli bir genişlemeye yol açtı” (Braha ve Byrne, 2011, s. 46).



Şekil 5. Amerikalı Dada sanatçısı Man Ray ve görüntü yönetmeni Marc Allegret'in 1926 yapımı 'Anemic Cinema' filminde kullanılan deneysel Tipografi (AeonVideo, 2023).

Grafik tasarım teknolojilerindeki gelişim ve değişen kültürel duyarlılıkların etkisiyle, film jeneriklerinde kullanılan tipografik teknikler önemli bir gelişmeye tanık oldu. Saul Bass gibi tasarımcılar, cesur grafikler ve yaratıcı animasyonlarla film jenerikleri tipografisinde devrim yarattılar. Dijital tipografi, özellikle dijital teknolojilerin yükseldiği 20. yüzyılın sonlarından itibaren, film jeneriklerinde daha da yaygınlaştığı söylenebilir. Alfred Hitchcock'un filmlerinde kullanılan tipografi, film yapımcıları ile yapılan iş birliklerinde filmin ruh halini ve tonunu yansıtan önemli bir unsur olarak ortaya çıktı (Şekil 6).



Şekil 6. Alfred Hitchcock'un filmlerinde kullanılan tipografi (Family Plot, 1976)

20. yüzyılın ikinci yarısında dijital teknolojinin ortaya çıkması, film jeneriklerinde tipografi kullanımını daha da değiştirdi. Hareketli grafik yazılımının yaygınlaşması, tasarımcılara tipografik tasarımda yeni imkanlar sundu. 1995'deki Se7en, filminde David Fincher'ın yönettiği ve Kyle Cooper tarafından tasarlanan açılış jenerikleri, dijital tipografinin izleyicilere sürükleyici ve görsel olarak çarpıcı deneyimler sunduğunu (Şekil 7) görmek mümkündür. Burada, dijital teknolojilerin sağladığı yenilikçi çözümlerle dijital tipografi daha etkileşimli hale getirilmiştir. Noyan ve Ödekan makalesinde 'Seven film' jeneriği için;

Bu çalışma için bir dönüm noktası olmuştur. Zira üniversitede grafik tasarım okuyan bir öğrenci için, sinema gibi bir disiplinle grafik tasarımın birleşmesi ve bunu türlü tasarım ilkelerini alışıya ederek, deneysel bir ruhla yapıp işlevini yerine getirmeyi de başarması büyüleyicidir. Diğer büyüleyici yanı, jeneriklerin farkına varılması ve okuma yapılan alanın sinemadaki bir uzantısının varlığının keşfedilmesi olmuştur. (Noyan ve Ödekan, 2009, s. 5)



Şekil 7. Se7en, filminde David Fincher'ın yönettiği ve Kyle Cooper tarafından tasarlanan açılış jenerikleri (Se7en, 1995)

Burada deneysel tipografi ve dijital tekniklerin birleşimiyle tipografi, film anlatısının önemli bir parçası haline gelmiştir. Özel olarak tasarlanmış yazı biçimleri ve titiz kompozisyonlar kullanarak bir anlatı aracı olarak tipografiyi kullanan yapımcılar, film jeneriklerinin tasarımında tipografiyi kullanma süreci, teknolojik gelişmeler, sanatsal yenilikler ve değişen izleyici beklentileri ile birlikte gelişen dinamik ve çok yönlü bir çabadır. Jenerikler tasarımlarında kullanılan “yaratıcı tipografik uygulamalar bireylerde güçlü bir hatırlatma duygusu oluşturabilmektedir.” (Asan ve Asan, 2022, s. 44). Dijitalarcane’da yapılan yayına göre, Dijitalarcane, (2024) Tipografi film jeneriklerinin estetik ve anlatı boyutlarının şekillenmesinde önemli şekilde rol alabilir ve 353ilmed tipografi, yönetmenlerin filmin ruhunu ve tonunu düzenleme ve tasarım yoluyla aktarmalarına yardımcı olan önemli bir sanat biçimidir.

Çağdaş sinema için film jeneriklerinde dikkate değer bir eğilim, retro ve vintage estetiğin yeniden canlanmasıdır. Helfand’a (2016) göre, film yapımcıları ve tasarımcılar, 20. Yüzyılın ortalarındaki grafik tasarım stillerinden ilham alarak nostalji ve sinema tarihi duygularını canlandırmak için çaba göstermektedirler. Ayrıca, tipografinin hareketli grafikler ve görsel efektlerle entegrasyonu, çağdaş film jeneriklerinde giderek daha yaygın hale gelebilmektedir. Retro ve vintage tipografi, bu bağlamda nostaljik bir atmosfer yaratmak için kullanılmaktadır. 2014 yılında Galaksinin Koruyucuları gibi filmler, James Gunn’ın yönettiği ve Sarofsky tarafından tasarlanan jenerikler, tipografinin Computer-Generated Imagery (CGI) ile birleştiği görsel, çarpıcı ve kavramsal olarak zengin deneyimler yaratımının bir parçası olarak gösterilebilir (Şekil 8). Dahası, dijital tipografinin ve değişken yazı tiplerinin yükselişi, film jeneriklerinde tipografik ifade için yeni olanaklar açabilmektedir.



Şekil 8. James Gunn'ın yönettiği ve Sarofsky tarafından tasarlanan jenerikler, tipografinin bilgisayar ortamındaki üretimi (Galaksinin Koruyucuları, 2014).

Lupton'a (2014) göre değişken yazı tipleri, farklı ekran boyutları ve çözünürlüklerine uyum sağlayarak dinamik ve duyarlı tipografi sağlar. Bu esneklik, film jeneriklerinin çeşitli cihazlarda gösterilmesinde avantaj sağlar. Teknolojik gelişmeler ve kültürel eğilimlerin etkisiyle, film jeneriklerinde tipografinin geleceği, yeni tipografik formlar ve tekniklerle devam eden deneylerle şekillenebilecektir. Filmler, tipografik seçimlerinde okunabilirliğe ve erişilebilirliğe öncelik vererek, geçmişleri veya yetenekleri ne olursa olsun tüm izleyicilerin filmin jenerikleri ile etkileşime girmesini sağlayabilir. İleriye bakıldığında, film jeneriklerinde tipografinin geleceği, dijital teknolojideki ilerlemelerin yanı sıra yeni tipografik formlar ve tekniklerle devam eden deneylerle oluşturulabilecektir.

JENERİK TASARIMINDA KOMPOZİSYON VE RENK KULLANIMI

Başlık kartı oyuncu kadrosunun veya ekibin bilgilerini gösteren bir kompozisyonu biçimidir. Ekranda beliren temel kompozisyon kart bilgileri; Tek Kart, Çift Kart, Üçlü Kart, Çoklu Kart, Bir Ana Başlık Kartı, Alt Üçte Birlik Kısım, Altyazılar, Ara Yazılar şeklinde kategorilere ayrılmaktadır. Bu tür kartların kullanımı, hem estetik hem de işlevsel bir amaca hizmet eder, çünkü her biri film anlatısının farklı yönlerini vurgulamak için çeşitli düzenleme yöntemleri kullanır. Kompozisyonel denge oluşturulması, bu kartların izleyici tarafından anlaşılabilir ve dikkatle izlenebilir olmasını sağlar. Asan'ın araştırma makalesinde, *“kompozisyondaki önemli husus pozitif ve negatif alanlardır. Pozitif ve negatif alanı tanımlamak gerekirse, negatif alan kompozisyonda yer alan elemanları çevreleyen boş alanları, pozitif alan ise; nesnelerin yer alarak gruplandığı ve izleyicinin dikkatinin odaklandığı alandır”* (Asan, 2021, s. 241). Pozitif ve negatif alan kullanımı, bir jenerik tasarımının izleyicinin dikkatini yönlendirmede nasıl kritik bir rol oynadığını gösterir. Pozitif alan, metinlerin, figürlerin ve önemli öğelerin yer aldığı bölümdür ve görsel hiyerarşiyi sağlar. Negatif alan ise bu öğelerin etrafında kalan boşluk olarak, gözün bu öğelere odaklanmasını sağlayarak dengeli bir kompozisyon oluşturur. Braha ve Byrne (2011) eserinde, jeneriklerin ekranda görünme sırası ve yazı tipi boyutlarının genellikle sözleşmelerle belirlendiğini ve tasarımcının bu konuda sınırlı bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir.

Film jeneriklerinde rengin tasarıma dahil edilmesi, genel sinema deneyimine önemli ölçüde katkıda bulunan çok yönlü bir süreç olabilmektedir. Bu sanatsal çaba, duyguları ifade etmek, anlatı öğelerini güçlendirmek ve izleyiciyle etkileşime geçerek görsel bir dil oluşturmayı amaçlayabilir. Çağdaş sinema tekniklerinde, renk sadece estetik bir unsur değil, aynı zamanda hikâye anlatımının ve izleyici katılımının ayrılmaz bir parçası haline gelebilir. *“Tabiatla her şey belli bir uyum (ahenk) içerisinde. Uyum kelime anlamı ile bir bütünü parçaları arasında bulunan uygunluktur. Renklerin uyumlu bir şekilde kullanılması izleyicinin ilgisini önemli ölçüde arttırmaktadır. Çünkü renkler görsel kompozisyonla ilgili birçok bilgiyi izleyicilere yansıtmaktadır”* (Kırık, 2013, s. 78). Göymen'e (2020) göre, *“renk tamamlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile en önemli öğelerinden biridir. Okuyucuyu etkiler, ilgiyi diri tutmaktadır. Jenerikler, renk sayesinde daha etkili sunulabilmektedir”*.

Sinemanın başlangıcında filmler genellikle siyah beyaz görüntülerle sınırlıydı. Ancak, renkli film teknolojisinin ortaya çıkışı ile yapımcılar yaratıcı ifade için güçlü bir araç elde ettiler. Renkli film teknolojisinin kullanımı sadece görsel estetiği değil, aynı zamanda anlatının anlam derinliğini de artırmıştır. Renk, film jeneriklerinde ruh halini yansıtan görsel bir kod olarak işlev görebilir. Siyah beyazdan renklere geçiş, sinemanın tarihsel evrimini ve estetik anlayışındaki değişimi gösterir.

Film jenerikleri tasarımımda renk kullanma süreci bilinçli bir sanatsal çabadır. Film yapımcıları, duygusal tepkileri tetiklemek ve izleyicinin anlatıyı yorumlamasına rehberlik etmek için renklerden stratejik olarak yararlanırlar. Bu bağlamda rengin dramatik işlevi, belirli bir duyguyu, karakter gelişimini veya hikayenin temasını izleyiciye iletme için tasarımımda kullanılır. Renk ile tonlama, izleyiciye filmin türüne uygun ruh halini verebilir; örneğin, sıcak renkler (kırmızı, turuncu) aksiyon ve gerilim sahnelerinde dinamik bir hava yaratırken, soğuk renkler (mavi, mor) dramatik veya mistik bir atmosfer oluşturabilir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, film yapımcıları renk kullanımının sınırlarını zorlamaya devam eder ve sürekli gelişen sinema diline katkıda bulunabilirler. Bu süreç, yeni fırsatlar sunarak görsel gösterinin ötesinde derin ve duygusal bir iletişim biçimi olarak film jeneriklerinin hikâye anlatımına önemli katkı sağlayabilir. Renk ve kompozisyonun birleşimi, film jeneriklerinde izleyiciye güçlü bir görsel ve duygusal deneyim sunar.

INDİANA JONES FİLM JENERİKLERİNİN İNCELEMESİ

George Lucas ve Steven Spielberg'in yönettiği Indiana Jones serisi, Kaya (2024). 1981'de Kutsal Hazine Avcıları filmiyle başlamış, ardından 1984'te Kamçılı Adam, 1989'da Son Macera, 2008'de Kristal Kafatası Krallığı, 2023'te Kader Kadranı filmleriyle devam etmiştir.

Serinin ilk filmi olan Raiders of the Lost Ark "Kutsal Hazine Avcıları", 1981 yılında gösterime girmiştir. Filmin yapımcılığını George Lucas üstlenmiş ve yönetmenliğini Steven Spielberg yapmıştır. Filmin başlangıcında, yapımcı firma olan "Paramount Picture" logosu karanlık ekran sonrası hafif saydam şekilde beliren animasyonla gelmektedir ve 12. saniyeye kadar bu saydamlaşan animasyon kaybolarak, prodüksiyonu yapan şirketin yazı kartını göstermektedir. İlk olarak, serifli regular fontla majiskül, içi boş, beyaz renk kontörle yazılmış filmin ismi ekranda belirir. Ardından filmin başrol kahramanı ve diğer yardımcı oyuncuların isimleri büyük harflerle tek tek art arda gelir. Bu dizilim, tekli kart kompozisyonu şeklinde düzenlenmiş ve sonrasında filme katkı bulunanların isimleri sırasıyla ekrana yansımaktadır. Filmin bitişinde de yine beyaz kontörle, küçük ve büyük harfle yazı tasarımı filmde kullanıldığı görülmektedir.

Bu tasarım, bilgisayar teknolojisinin film laboratuvarlarında kullanılmaya başlanmasıyla, 1960'lar öncesi kartlardan farklı olarak, elle yazım yerine dijital tasarım kullanılarak yapıldığı söylenebilir. Etkileyciliği artırmak için jenerik (başlık kartları) filmin üzerine eklenmiş ve içerikle müzik eşliğinde gelmektedir. Acar makalesinde, destekleyici bir ifade ile "jenerik akışında kullanılan müziğin, görüntülerin senkronize olabileceği bir alt yapı oluşturması ve filmde yaratılmak istenen duyguya izleyiciyi çeken önemli bir unsur olarak görülmeye başlaması da yine bu dönemlere denk gelir" (Acar, 2015, s. 13). Jeneriğin devamında da tipografinin majiskül olması, rahat okunabilmesi için serifli olarak tercih edilmiştir. Uçar eserinde büyük harfleri şu söyle dile getirmektedir, "*kısa uyarılar, belirteçler büyük harf kullanılarak daha güçlü etkiler kazanır. Büyük harf bir veya iki cümlelik kısa soluklu metinlerde iş görebilir ve etkin bir mesaj boyutu dahi sağlayabilir*" (Uçar, 2017, s.130). Jenerikte kullanılan yazının büyük harf olması etkisinin artırdığı söylenebilir. Ayrıca bu tipografi, filmin aksiyon yönüne de vurgu yapmaktadır. Jenerik yazısı, içerik hakkında bilgilendirme yaparak izleyicinin filmle bütünleşmesini sağlayabilmektedir. Filmin bitişinde de yazı kartları, yine müzik eşliğinde, başlangıçtaki regular serifli ve minüskül-majiskül yazı ile siyah zemin üzerine beyaz olarak ekrana gelmektedir (Şekil 9).





Şekil 9. Kutsal Hazine Avcıları Film Jeneriği (Indiana Jones, 1981).

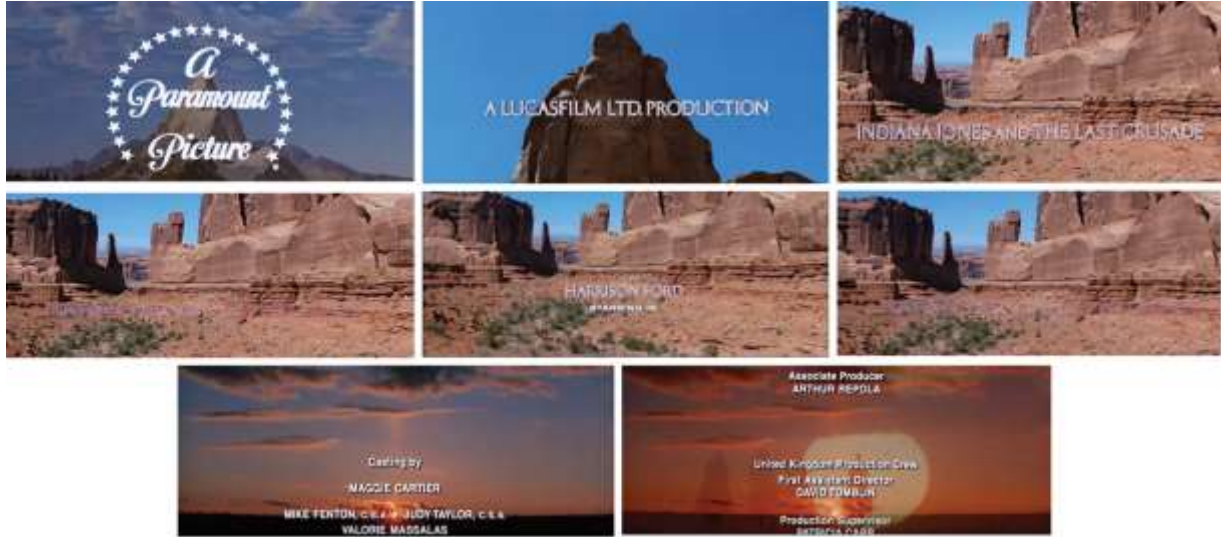
Serinin ikincisi olan Indiana Jones and the Temple of Doom "Kamçılı adam" filmi, 1984 yılında gösterime girmiştir. Filmin başlangıcında, (Şekil 10) görüldüğü gibi, yapım şirketi olan "Paramount Pictures" logosu müzik eşliğinde ekrana yansımaktadır. Filmin akışında ise yapım şirketi "Lucasfilm Ltd.", yönetmen Steven Spielberg ve filmin baş kahramanı olan Harrison Ford yazıları tekli kart düzeni şeklinde, serifsiz, turuncu renkte ve büyük harflerle gelmektedir. Hemen ardından filmin logosu ekranda belirir ve sonrasında filme katkı sunan ekibin bilgileri ekrana yansımaktadır. Filmin sonunda ise, ikili kart sistemiyle müzik eşliğinde ekrana küçük ve büyük harflerle yazılmış turuncu yazılar gelmektedir.

"Indiana Jones" serisinin birinci filmi "Kutsal Hazine Avcıları" başlık kartları standart serifli yazı tipiyle sunulurken, ikinci filmde bu kartlar serifsiz, turuncu renkte ve büyük harflerle gelmektedir. Gültekin (2015) eserinde, renkler metinlerin yeniden yapılandırılmasında, dikkat çekici hale getirilmesinde ve çoklu anlamlar yüklenmesinde önemli bir rol oynadığına değinir. Tipografinin kritik bir bileşeni olan renk, vurguyu artırma ve fark edilebilirliği sağlama işlevlerine sahiptir. Renklerin tasarımlara kattığı heyecan, ritim ve akılda kalıcılık unsurları, metinlerin estetik ve işlevsel değerini artırabilir. Ayrıca, ikinci filmde filmin logosu ve son yazılar da turuncu renkte ve müzik eşliğinde ekrana gelmektedir. Bu farklılıklar, serinin her iki filminde de görsel ve stil olarak belirgin bir değişim olduğunu göstermektedir.



Şekil 10. Kamçılı Adam Film Jeneriği (Indiana Jones, 1984)

Serinin üçüncü filmi olan Indiana Jones and the Last Crusade "Son Macera" 1989'da gösterime girmiştir. (Şekil 11) Jenerik grafikleri, filmin birinci serisinde olduğu gibi, serifli, regular, font, majiskül içi boş beyaz renkteki kontörle kullanılarak fade in ve fade out yazı tasarımı şeklinde yapılmıştır. Filmin başlangıcında, yapım şirketinin logosu ekranda belirir, sonrasında prodüksiyon şirketi ve ardından seri filmin ismi gelir. Filmin yönetmeni ile devam eden kartlar, başrol ve yardımcı roldeki oyuncuların isimleriyle tekli kart kompozisyonu şeklinde sunulur. Bu kartlar; filmin başlamasıyla birlikte seyirciyi filme bağlayarak adeta filmin içinde yaşamasını sağlamaya çalışmaktadır. Filmin bitişinde ise jenerik hareketli olup yazılar serifsiz, bold, gölgeli, küçük ve büyük harflerle kullanılmıştır. Albayrak ve Sunal araştırma makalesinde yazı için şunu söylemektedirler "bilgi, yazıda gizlidir, bir başka deyişle; yazı, verilmek istenen bilgiyi taşıyan görsel unsur işlevine sahiptir" (Albayrak ve Sunal, 2024, s. 97). Başlık kartlarında filmin üzerine eklenerek içerikle uyumlu bir şekilde müzik eşliğinde gelerek film hakkında bilgi verme görevi üstlenmiştir. Serinin ilk üç filminin jenerikleri kıyaslandığında ikinci film jeneriği bir ve üçüncü arasında geçiş niteliğinde olsa da üçüncü film de birinci filmdeki genel estetiğine dönüş yapmıştır. Bu da serinin tutarlılığını korumakla birlikte her filmde farklı bir atmosfer yaratma amacını yansıttığı söylenebilir.



Şekil 11. Son Macera film jeneriği (Indiana Jones, 1989).

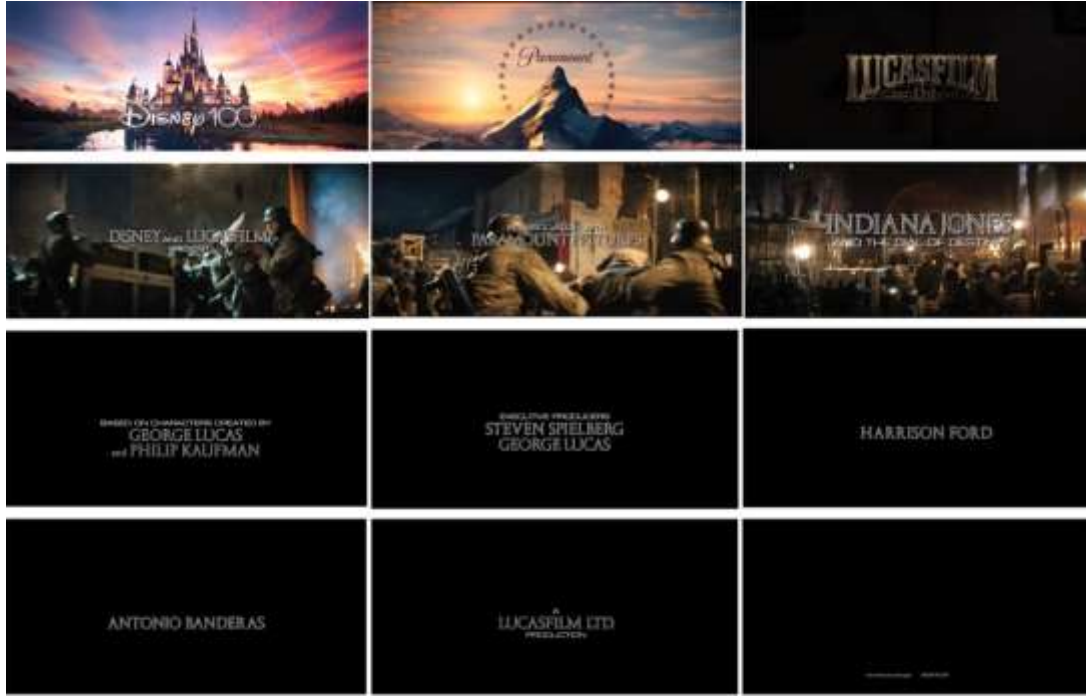
2008 yılında gösterime giren serinin dördüncü filmi Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull "Indiana Jones ve Kristal Kafatası Krallığı," jenerik kartları, diğer serilerden farklı olarak girişte yapımcının ismi animasyonlu efektlerle gelir ve ardından yapım şirketinin logosu görünür (Şekil 12). Jenerik, diğer serilerde olduğu gibi, serifli, regular font majiskül siyah ve beyaz renkteki kontörle kullanılarak fade in ve fade out yazı tasarımı şeklinde yapılmıştır. Başlık kartları, filmin üzerine eklenerek içerikle uyumlu bir şekilde müzik eşliğinde gelmektedir. Dursun makalesinde yazının uyumuna şöyle değinmektedir, “yazı ve tipografinin imgenin temel unsuru gibi davranmaya başlamaktadır” (Dursun, 2021, s. 2229). Bu da diğer serideki jeneriklerle kıyaslandığında dijital teknolojinin ve modern efektlerin etkisiyle, dördüncü filmin jenerik tasarımının estetik ve teknik açıdan daha yenilikçi bir yaklaşımla hazırlandığını ortaya koyduğu görülebilmektedir. Filmin bitişinde, diğer serilerde olduğu gibi, tekli, ikili ve üçlü yazı kompozisyonu şeklinde müzik eşliğinde gelmektedir.



Şekil 12. Indiana Jones ve Kristal Kafatası Krallığı film jeneriği (Indiana Jones, 2008).

Serinin beşinci filmi Indiana Jones and the Dial of Destiny “Kader kadrani”, 2023 yılında sinemalarda gösterime girdi. Filmin başlangıcında “Disney 100” logosu ve animasyon ile Disney filmlerinde

kullanılan arka plan resmiyle geldiği görülmektedir. Bunu takiben, animasyonlu bir geçiş ile "Paramount" logosu ve ardından "Lucasfilm" logotype'ı ekranda belirir. Bu sırada film arka planda başlamaktadır. Jenerik kartları, önceki serilerde olduğu gibi, iş birliklerini büyük harflerle ve beyaz kontrollü olarak şu şekilde göstermektedir: "Disney and Lucasfilm Present" ve "In Association with Paramount Pictures." Ardından, Indiana Jones serisinin "Kader Kadrani" ismi görünür. Önceki serilerde oyuncular ve filme katkı sunanların isimleri filmin başında gösterilirken, bu seride kartlar filmin sonunda kullanılmıştır. Serinin sonunda, siyah fonda diğer serilerde olduğu gibi, müzik eşliğinde gelen kartlar "tek kart," "çift kart" ve "üçlü kart" kompozisyonları şeklinde sunulmaktadır (Şekil 13).



Şekil 13. Kader Kadrani Film Jeneriği (Indiana Jones, 2023).

SONUÇ

Indiana Jones filmlerinin jenerik tasarımlarını kompozisyon, tipografi, renk ve animasyon açısından incelediğinde, sessiz filmlerdeki düzenlemelerden belirgin farklar taşıdığı görülmektedir, yanı sıra uygulama ve teknolojik yenilikler açısından da önemli farklılıklar bulunmaktadır.

Tasarımlarda kullanılan tipografi, renk ve kompozisyon düzenlemeleri seride tutarlı bir şekilde kullanılarak serinin kimlik kazanması sağlanmıştır. Kullanılan tipografi, klasik macera temalı bir estetik yaratmak için özenle seçilmiş olup, bu seçim filmlerin içeriğiyle uyumlu bir görsel dil oluşturmuştur.

Renkler ise genellikle toprak tonları ve sıcak renklerden oluşarak, filmlerin geçtiği egzotik mekanları ve tarihi temaları vurgulamaktadır. İlk filmin çizgisine sadık kalınarak, serinin dördüncü ve beşinci filmlerinde yalnızca giriş kısmında logo animasyonu yapılmıştır.

Indiana Jones serisinin jenerik tasarımları hem geleneksel hem de modern unsurları başarıyla harmanlayarak, film serisinin estetik ve kültürel değerini artıran önemli bir bileşen haline gelmiştir. Bu tasarımlarda dijital yazı kullanımı ve geçiş efektleri, jenerik tasarımının izleyici üzerindeki etkisini artırmakta ve film atmosferine büyük katkı sağlamaktadır. Özellikle renkli tanıtım kartları ve animasyon tasarımı, filmlerin görsel estetiğini güçlendirerek macera duygusunu pekiştirmektedir.

Serinin beşinci filminde kullanılan "Disney 100" logosu ve animasyonlar, serinin tarihsel bağlamını modern sinema teknikleriyle bir araya getirerek geniş bir izleyici kitlesine hitap etmektedir. Bu bağlamda, animasyon efektlerinin jenerik tasarımlarına entegrasyonu, serinin teknolojik yeniliklere

uyum sağladığını ve görsel açıdan izleyicilere daha etkileyici bir deneyim sunduğunu göstermektedir. Fontların tutarlı bir şekilde kullanımı ise serinin estetik bütünlüğünü korumakta ve izleyicilerin seri boyunca tanıdık ve süreklilik hissi yaşamasını sağlamaktadır.

Filmlerin yayınlandığı dönemdeki diğer filmlerin jenerikleriyle kıyaslandığında, Indiana Jones serisinin, bilgisayar ve yazılım teknolojilerindeki ilerlemelere rağmen, ilk seri filmdeki çizgisine bağlı kaldığı görülmektedir. Jenerik tasarımlarında font, renk, kompozisyon ve animasyon seçimleri, sadece estetik bir tercih değil, aynı zamanda filmin temasını ve ruhunu yansıtmaya aracı olarak da işlev görmüştür. Bu da seri filmlerde tasarımda üslup birliğinin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Indiana Jones serisi, jenerik tasarımlarının filme nasıl değer kattığını ve izleyici deneyimini nasıl zenginleştirdiğini başarılı bir şekilde göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, A. (2015). Bir Görsel İletişim Alanı Olarak Film Jenerigi. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 14, 11-21.
- AeonVideo. (2023). Anémic Cinéma (1926) | Marcel Duchamp's classic restored, <https://www.youtube.com/watch?v=mi-4P5bOINs>
- Albayrak, M. E., & Sunal, G. (2024). Sinematik Anlatıda Tipografinin Gücü: Irreversible Film Jeneriği Analizi. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 1, 91-103.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2012). *Tipografinin Temelleri*. Literatür Yayınları.
- Asan, H., & Asan, T. (2022). Çevresel Grafik Ve (Environmental Graphic Design) Yaratıcı Estetik Çözümler. *MEKON-Bir İletişim Aracı Olarak Mekan Kongresi* (s. 29-46). İstanbul Topkapı Üniversitesi. <https://www.topkapi.edu.tr/resources/files/kutuphane/kongrekitap01022023.pdf>
- Asan, T. (2021). Kitap Kapağının İki Yüzü. *Akdeniz Sanat*, 28, 227-253.
- Braha, Y., & Byrne, B. (2011). *Creative Motion Graphic titling for film, video, and the Web*. Elsevier Inc.
- Çetinkaya, S., & Dursun, N. (2023). Protest İllüstrasyonların İletişim Dili ve Kitleler Üzerindeki Yansımaları. *Disiplinlerarası Yenilik Araştırmaları Dergisi*, 2, 172-184.
- Dijital Arcane. (2024, Ocak 15). How was graphic design used in film and television: history and future?. *Grafic Design*: <https://digitalarcane.com/use-of-graphic-design-in-film-and-television/> adresinden alındı
- Dursun, N. (2021). Gerçeküstü İllüstrasyonlar Ve Hipergerçek Dünyalar: Saul Steinberg. *International Smart Journal*, 49, 2219-2237.
- Family Plot (1976). Family Plot, <https://www.filmmodu17.com/family-plot-altyazili-fhd-film-izle>
- Galaksinin Koruyucuları. (2014). Galaksinin Koruyucuları - Guardians of the Galaxy, <https://www.fullhdfilmizlesene.de/film/galaksinin-koruyucuları/>
- Göymen, K. (2020). *Jenerik Tasarım Analizi*. İksad.
- Güç, H. M., & Boyraz, B. (2023). Neo-Bergsoncu Bir Yaklaşım: Jeffrey Shaw'un "Place-Hampi" İş. *International Social Sciences Studies Journal*, 9, 8071-8077.
- Gültekin, E. (2015). *İletişim ve Tipografi* (1. Baskı b.). Hayalperest Yayınevi.
- Helfand, J. (2016). *Design: The Invention of Desire*. Yale University Press.
- Horak, J. C. (2014). *Saul Bass: Anatomy of Film Design*. Kentucky, United States of America. The University Press of Kentucky.
- Indiana Jones. (1981). Indiana Jones: Kutsal Hazine Avçıları, <https://www.filmmodu.io/raiders-of-the-lost-ark-turkce-dublaj-full-izle>
- Indiana Jones. (1984). Indiana Jones: Kamçılı Adam, <https://wfilmizle.cc/indiana-jones-kamcili-adam-izle/>
- Indiana Jones. (1989). Son Macera film jeneriği, <https://www.fullhdfilmizlesene.de/film/indiana-jones-3-son-macera/>
- Indiana Jones. (2008). Indiana Jones 4 Kristal Kafatası Krallığı, <https://www.fullhdfilmizlesene.de/film/indiana-jones-4-kristal-kafatasi-kralligi/>
- Indiana Jones. (2023). Indiana Jones ve Kader Kadrani, <https://filmmakinesi.film/film/indiana-jones-ve-kader-kadrani-izle-2023-fm7/>
- Kaya, G. Ş. (2024, Şubat 20). gizemsimsekkaya.org. gizemsimsekkaya.org:



- <https://gizemsimsekkaya.org/indiana-jones-and-the-dial-of-destiny-2023/> adresinden alındı
- Kırık, A. M. (2013). Sinemada Renk Ögesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6, 71-83.
- Krasner, J. (2008). *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. Elsevier Inc.
- Lupton, E. (2014). *Type on Screen A Critical Guide for Designers, Writers, Developers, and Students (Design Briefs)*. (N. Brower, Dü.) Princeton Architectural Press.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. The MIT Press Cambridge.
- MovieTitles (2018). Saul Bass: North by Northwest (1959) title sequence, <https://www.youtube.com/watch?v=1ON67uYwGaw>
- Noyan, N. E., & Ödekan, A. (2009). Yazının krallığı: Başlangıç yıllarında Türk inemasında film jenerikleri. *itü dergisi/b sosyal bilimler*, 2, 3-14.
- Se7en (1995). Kyle Cooper tarafından tasarlanan açılış jenerikler, <https://www.hdfilmizle.site/film/yedi-1995-izle>
- TDK. (2024, Nisan 10). *sozluk*. sozluk.gov.tr: <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- The Economist. (2024). Ekonominin Trendleri. *Ekonominin Trendleri 2024*. The Economist Newspaper, New York.
- Uçar, T. F. (2017). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım* (9 Baskı b.). İnkılap Kitabevi.





SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN TAŞINABİLİR TEMSİLCİLERİ: BOLU / MUDURNU ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN GEZİCİ BAVUL MÜZELER

MOBILE REPRESENTATIVES OF INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: TRAVELLING TRUNK MUSEUMS THROUGH THE CASE OF BOLU / MUDURNU

Cihan Şule KÜLÜK¹ 



ORCID: 0000-0002-8088-746X

Corresponding author/Sorumlu yazar:

Cihan Şule Külük

Bolu Abant İzzet Baysal University, Turkey

E-mail/E-posta: csule82@hotmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %8

Revision Requested/Revizyon talebi:

13.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 15.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atıf: Külük, C.Ş. (2025). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Taşınabilir Temsilcileri: Bolu / Mudurnu Örneği Üzerinden Gezici Bavul Müzeler. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 362-376. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1614845>

Öz

Bu araştırmanın amacı; Bolu Müzesi etnografya bölümü kapsamında “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” temalı bir gezici bavul müze modeli oluşturmak ve bu modeli ayrıntılı bir biçimde betimlemektir. Gelişmiş ülkelerde etkin bir şekilde kullanılan gezici bavul müzeler, Türkiye’de henüz yaygınlaşmamış ve geliştirmeye açıktır. Bu çalışmada önerilen modelin, Türkiye’de gezici müze hizmetleri sunmayı hedefleyen kurumlar için örnek oluşturması ve alan yazınına katkı sağlaması hedeflenmektedir. Bu araştırma, betimsel tarama modelinde olup, veriler doküman inceleme tekniğiyle toplanmıştır. Gezici bavul müze modeli, somut olmayan kültürel miras unsurları; mutfak, yöresel giyim kuşamı ve folklorik özellikleriyle Türk kültürünün tanıtımında ve yaşatılmasında önemli bir misyonu üzerinde barındıran “Bolu-Mudurnu” odağında geliştirilmiştir. Gezici Bavul Müze’nin içeriğinde; “Mudurnu bebeği, iğne oyacı çember, hamam örtüsü, tokalı örtü, oyacı krep örtü, iğne oyasından gelin tacı, fes, fes oyası, pullu al/ çatki, bindallı, don/ şalvar, göynek, yün çorap, kara lastik, ipek iplik örnekleri, tahta kaşık ve kirman” gibi orijinal nesnelerin yanı sıra “nesnelere ilişkin bilgi kartları, Mudurnu iğne oyalarının motiflerine ilişkin bilgi kartları, Braille alfabesi ile hazırlanmış bilgi kartları, yönerge, branda afiş, tanıtım bandı, kırlangıç afiş, büyüteç, eldiven, anmalık ayraç, kostüm gibi çeşitli nesneler ve karekod uygulaması ile video içerikleri gibi yardımcı eğitim materyalleri” de bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Müze, Gezici Bavul Müze Tasarımı, Kültürel Miras, SOKÜM.

Abstract

The aim of this research is to create and describe in detail a museum travelling trunk model themed around “Traditional Women’s Clothing Culture of the Mudurnu Region” within the ethnography section of the Bolu Museum. Museum travelling trunks, which are effectively utilized in developed countries, have not yet become widespread in Turkey and are open to further development. The model proposed in this study is intended to serve as an example for institutions aiming to provide travelling museum services in Turkey and to contribute to the academic literature. This research adopts a descriptive survey model, and data were collected through document analysis. The Museum Travelling Trunk model is developed with a focus on “Bolu-Mudurnu,” which plays a significant role in the promotion and preservation of Turkish culture through its intangible cultural heritage elements, including cuisine, traditional clothing, and folkloric characteristics. The content of the Museum Travelling Trunk includes original items such as “Mudurnu doll, different types of traditional headscarves, embroidered wedding crown, fez, fez adornment, beaded red headscarf, traditional embroidered dress, trousers, inner shirt, woolen socks, rubber shoes, silk thread samples, wooden spoon, and kirman,” as well as educational materials like “information cards about the objects, information cards about Mudurnu needle lace motifs, Braille alphabet information cards, instructions, banner, promotional roll-up, poster, magnifier, gloves, bookmark, costume, and video content with QR code application.”

Keywords: Museum, Museum Travelling Trunk Design, Cultural Heritage, ICH.

GİRİŞ

UNESCO, tüm kültürleri insanlığın ortak mirası olarak kabul eder ve geleneksel kültürlerin gelecek nesillere aktarılmasının önemini vurgular. UNESCO'nun sözleşmeleri ve belgeleri, “koruma” kavramına büyük önem atfeder. Kentleşme, sanayileşme ve küreselleşme gibi etkenlerin dünya kültürel mirasının korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından temel bir amaç olduğunu belirtir. UNESCO'nun öne çıkan belgeleri arasında, 1972 tarihli “Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi” ve 2001 tarihli “Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi” yer alır. Somut olmayan kültürel miras konusunda ise UNESCO, 2003 yılında “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi” ve 2005 yılında “Kültürel Çeşitliliğin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi” adlı iki önemli sözleşme hazırlamıştır. Türkiye, “Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesi”ni 1983 yılında kabul etmiş ve “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni ise 2006 yılında kabul etmiştir (Oğuz 2007, s.5).

UNESCO'nun 2003 yılında kabul ettiği Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin ikinci maddesi, Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) kavramını açıklamaktadır. Bu maddeye göre, somut olmayan kültürel miras, toplulukların, grupların ve kimi zaman bireylerin kendi kültürel miraslarının bir parçası olarak nitelendirdiği, uygulamaları, temsilleri, anlatımları, bilgileri, becerileri ve bu unsurlarla ilişkili araçları, gereçleri ve kültürel mekânları kapsamaktadır. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların çevreleri, doğa ve tarihleriyle kurdukları etkileşimler doğrultusunda sürekli olarak yenilenmekte ve biçimlenmektedir. Bu yenilenme süreci, topluluklara kimlik ve süreklilik duygusu kazandırırken, aynı zamanda kültürel çeşitliliğin korunmasına ve insan yaratıcılığına duyulan saygının artmasına katkıda bulunmaktadır. Somut olmayan kültürel miras; “sözlü gelenekler ve anlatımlar ile dil”, “gösteri sanatları”, “toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler”, “doğa ve evrenle ilgili bilgi ile uygulamalar” ve “el sanatları geleneği” gibi temel bileşenlerden oluşmaktadır (UNESCO, 2003).

Oğuz'un (2013) belirttiği üzere, 2003 tarihli “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”, yalnızca nesneleri ve yapıları değil, aynı zamanda bu nesnelerin üretim, aktarım ve yaşatma süreçlerini korumayı amaçlamaktadır. Bu sözleşme, müzelerde sergilenen nesnelere odaklanmakla kalmayıp, değerli bir halı, kaliteli karagöz tasvirleri veya oyalı bir yazma gibi eserlerin korunmasının ötesine geçer. Söz konusu sözleşme, bu eserleri üreten, yaşatan ve kuşaktan kuşağa aktaran bilgi, gelenek ve birikimle ilgili tüm unsurları da kapsar. ‘Somut olmayan’ terimi, sadece nesneleri değil, aynı zamanda bu nesnelerle ilişkili soyut değerleri ve toplumsal bağlamı içinde korumayı hedefleyen bu yeni yaklaşımın bir yansımasıdır.

Mudurnu, Bolu il merkezine 52 km uzaklıkta, tarihi İpek Yolu üzerinde yer alan ve Osmanlı döneminde önemli bir ticaret merkezi olarak gelişmiş bir kasabadır. Tarihi dokusunu koruyan bu kasaba, termal kaynakları, ormanları, akarsuları ve gölleri ile dikkat çeker. Geçmişte “Anadolu Trakya'sı” ve “Bitinya” olarak bilinen bölgede, Bursa, İzmit ve Bolu arasındaki hattın ortasında ve önemli ticaret ve askeri yolların kesişiminde konumlanmıştır. Mudurnu'daki bilinen ilk yerleşimler M.Ö. 5000 yılında ProtoHititler tarafından, M.Ö. 2000 yılında ise Hititler tarafından kurulmuştur. Kent, Ahi Kültürü ve geleneği ile tanınır ve 700 yıldır her cuma günü gerçekleştirilen Ahi Duası bu geleneğin bir parçasıdır. Mudurnu, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer almakta olup, Osmanlı dönemi anıtsal ve sivil mimarisi ile öne çıkar; tarihi konakları, cami, türbe, hamam ve kule gibi yapıları barındırır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Bolu'nun geleneksel dokuma, kıyafetler ve el sanatları, folklorun önemli unsurları arasında yer alır. Geçmişte kadınlar, ev ekonomisine katkıda bulunmak amacıyla kendi tezgahlarında dokuma yapar ve kıyafetlerini nakış ve oya ile süslerdi. Ancak, bu kıyafetler günümüzde sadece özel günlerde kullanılmakta ve sandıklarda saklanmaktadır (Bolu Valiliği, 2023). Mudurnu yöresine ait geleneksel kadın giysileri, teknolojik ve ekonomik nedenlerle önemini yitirmekte ve ilgisizlik yüzünden yok olma tehlikesi yaşamaktadır (Ağaç vd., 2014, s.98). Mudurnu'nun iğne oyaları, bu el sanatlarının özel bir parçası olup, korunması ve gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Ancak, kültürel öğelerin gelenekselliğinin azalması, iğne oyalarını olumsuz etkilemekte ve yok olma riskini artırmaktadır (Yenisoy 2019, s.110). Teknolojik ilerlemeler, geleneksel el sanatlarını olumsuz yönde etkileyerek el dokuması kumaşlar ve el işi süslemelerin azalmasına neden olmuştur. Yöre halkı iğne oyalarını gelinlerin bindallılarına eklese de bu alana olan ilgi azalmış ve bu el sanatının

geleceği tehdit altındadır. Bu kültürel mirası korumak ve gelecek nesillere aktarmak için çeşitli önlemler gerekmektedir (Yıldız vd., 2018, s.526). Alan yazınında da ifade edildiği gibi; günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesiyle beraber geleneksel kültürler unutulma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Somut olmayan kültürel mirasın yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Mudurnu yöresi, zengin giyim kültürüyle bu mirasa eşsiz bir katkı sunmaktadır. Bu kültürel mirası yaşatmak ve geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” temalı Gezici Bavul Müze modeli tasarlanmıştır. Gezici Bavul Müze, her yaştan ziyaretçiye açık olarak tasarlanmış olup, özellikle genç nesillerin bu değerli mirası keşfetmesi hedeflenmektedir.

Bolu Müzesi etnografya bölümü kapsamında “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” temasıyla oluşturulan gezici bavul müze modelini betimlemeden önce Bolu Müzesi’ne değinmekte yarar vardır. 1975’te kurulan Müze Memurluğu, Bolu ve çevresine ait eserleri koruma ve sergileme amacıyla başlamış, 1976’da Bolu Kültür Merkezi’ne taşınmış ve 1977’de Müze Müdürlüğüne dönüştürülerek 1981’de ziyarete açılmıştır. Müze, arkeoloji ve etnografya bölümlerinden oluşmakta olup toplamda 17.058 eser barındırmaktadır. Etnografya bölümünde, 19. ve 20. yüzyıla ait günlük eşyalar, silahlar, dini objeler, takılar, Mudurnu oyları, madeni eserler, işlemler ve kıyafetler sergilenmektedir. Ayrıca, geleneksel bir Bolu evine ait mutfak ve oturma odası ile Bolu’da yapılan bir Kına Gecesi tasarımı da bulunmaktadır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Bu noktada, araştırmamızın temel odağı olan “gezici bavul müze” terimini, alan yazınında yer alan bilgilerden yola çıkarak açıklamak gerekmektedir. Külük’e (2015) göre, gezici müze uygulamalarının farklı ülkelerde farklı adlandırmaları bulunmaktadır. Bu adlandırmalar arasında “museums’ loans services; loans boxes; discovery boxes; outreach boxes; outreach trunks; outreach resource trunks, traveling trunks; artifact trunks; history trunks; education trunks; teacher trunks;” gibi terimler yer alır. Türkçe’de bu ifadelerin “müzelerin ödünç verme hizmetleri, ödünç kutular, keşif kutuları, sosyal hizmet kutuları, sosyal hizmet sandıkları, sosyal erişim kaynak sandıkları, gezici sandıklar, eser sandıkları, tarih sandıkları, eğitim sandıkları, öğretmen sandıkları,” gibi karşılıkları vardır. Bu adlandırmalar, uygulama bağlamında ele alındığında ilgili kavramsal içeriği tam olarak yansıtamadığı görülmektedir. Külük’e (2015) göre, Türkçe’de “gezici” sözcüğü, genellikle çeşitli nedenlerle yerleşik hizmetlere erişemeyen kişilere seyyar olarak hizmet sağlayan araçlar için kullanılır. Örneğin, “gezici hastane, gezici kütüphane, gezici okul, gezici tiyatro, gezici müze, gezici sergi, gezici sirk, gezici atölye, gezici sinema, gezici aşevi” gibi ifadeler sıkça kullanılır. Gezici müze hizmetleri, uygulama biçimine göre iki kategoriye ayrılır. Birincisi, müze nesnelerini ve eğitim materyallerini içeren koleksiyonları taşıyan tır, otobüs ya da tren gibi büyük araçlarla sağlanan gezici müze hizmetleridir. İkincisi ise, müze nesneleri ve eğitim materyalleri içeren çantalar, sandıklar, kutular veya bavullarla mekânlara götürülerek sağlanan gezici müze hizmetleridir. Bu çalışmada, “gezici bavul müze” terimi, müzeleri ziyaret etme imkânı bulamayan kişilere, çeşitli eğitim materyalleri ve müze nesneleri içeren bavul, çanta, sandık gibi taşıyıcılarla gezici müze hizmeti sunan bir aracı tanımlamaktadır. Bu terim, tır, tren ya da otobüslerle gezici müze hizmeti sağlayan müze hizmetlerinden ayırt edilmek ve görev tanımı açısından daha belirleyici olmak amacıyla kullanılmıştır.

Gezici bavul müzeler, somut olmayan kültürel mirası yaşatmada önemli bir rol oynar. Eğitim ve farkındalık artırma açısından, bu müzeler halka kültürel mirası daha yakından tanıma fırsatı sunar ve özellikle eğitim kurumları ile topluluk merkezlerinde, gençler ve diğer katılımcılar için bu mirası tanıtır. Toplumun kültürel bağlarını güçlendirme noktasında, gezici bavul müzeler geleneksel el sanatları, halk dansları gibi kültürel ifadeleri yaşatarak bu bağları kuvvetlendirebilir. Ayrıca, bilgi ve beceri transferi açısından, geleneksel becerilerin kuşaklar arası aktarımını destekler, genç nesillerin bu becerileri öğrenmesini ve yaşatmasını sağlar. Kültürel çeşitliliği kucaklama boyutunda, gezici bavul müzeler farklı etnik grupların, bölgelerin ve kültürel grupların geleneklerini tanıtarak toplumsal birlik ve anlayışı artırır. Toplumsal katılımı teşvik ederek, bireyleri kendi kültürel miraslarına sahip çıkma ve bu mirası koruma sorumluluğunu üstlenme konusunda cesaretlendirir. Unutulmaya yüz tutmuş kültürel unsurları canlandırma konusunda gezici bavul müzeler önemli bir işlev görür ve bu sayede kültürel mirasın sürekliliği sağlanabilir (Blenz-Clucas, 1993; Bricker, 2010; Brüninghaus-Knubel, 2004; Buonafede, 2011; Corwin, 1972; Hauf, 2010; Sheppard, 2000; Sieber, 2001; Singh, 2004; Talboys, 2005).

Araştırmanın Amacı

Dünya genelinde, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, İngiltere, Almanya, Avusturya gibi gelişmiş ülkelerdeki “müzeler, tarih kurumları, kültür merkezleri ve kütüphaneler”, sosyal hizmet alanında gezici bavul müze uygulamalarını etkin bir şekilde sürdürmektedir. Türkiye’de ise bu tür uygulamaların yaygın olmadığı ve geliştirilmeye ihtiyaç duyulduğu bilinmektedir. Bu nedenle, bu araştırma kapsamında oluşturulacak gezici bavul müze modeli, Türkiye’deki müzelerin gezici müze hizmetlerine rehberlik etmesi ve alan yazınına önemli bir katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Araştırmanın temel hedefi; Bolu Müzesi etnografya bölümü kapsamında “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” temalı bir gezici bavul müze modeli oluşturmak ve bu modeli ayrıntılı bir şekilde tanımlamaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, betimsel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiş olup, veriler doküman inceleme tekniğiyle elde edilmiştir. Gezici Bavul Müze’nin tasarım ve uygulama aşamaları, Külük’ün (2015:179) “Gezici bavul müze uygulamaları ve Türkiye için bir model önerisi” isimli doktora tezi kapsamında belirlediği ve bilimsel bir temele dayandığı yönergeye göre şekillendirilmiş ve bu tezin sunduğu metodolojik rehberlik doğrultusunda planlanarak uygulanmıştır. Ayrıca, araştırma için gerekli olan fotoğraf çekimi ve arşiv taraması kapsamında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Bolu Müzesi’nden gerekli yasal izinler alınmıştır. Bolu Müzesi Etnografya Bölümünde görevli olan müzeci Gül Yıldız’dan uzman görüşü alınarak, gerekli arşiv taraması yapıldıktan sonra, Bolu Mudurnu Gezici Bavul Müzesi’nde sergilenecek nesneler belirlenmiştir. Gezici Bavul Müze’de yer alan kültürel nesnelerin tamamı, Mudurnu’da yaşayan Nurdan Topaloğlu’nun arşivinden seçilerek temin edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde “Gezici Bavul Müze’nin tasarım ve uygulama aşamaları” dokuz ana başlıkta sınıflandırılmış ve her bir başlık ve alt unsurları ayrıntılı bir biçimde açıklanmıştır. “Uygulama yapılacak hedef kitlenin belirlenmesi”, “amaç, hedeflerin belirlenmesi”, “temanın seçimi”, “nesnelerin belirlenmesi”, “bavul, kutu ya da çantaların seçimi ve tasarımı”, “yönetim kurallarının belirlenmesi”, “değerlendirme formlarının hazırlanması”, “sağlık ve güvenlik önlemlerinin belirlenmesi”, “eğitim etkinliklerinin tasarımı” Gezici Bavul Müze modelinin geliştirilmesinde izlenen tasarım ve uygulama basamaklarıdır.

Uygulama Yapılacak Hedef Kitlenin Belirlenmesi: Gezici Bavul Müze’nin tasarımında seçilen tema, nesneler ve eğitim etkinlikleri özellikle gençler başta olmak üzere her yaş grubuna hitap edebilecek düzeyde hazırlanmıştır.

Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi: Gezici Bavul Müze’nin temel amaçları, kültürel mirası korumak ve tanıtmaktır. Bu hedefler arasında “eğitim ve farkındalık oluşturma”, “kültürel bağları güçlendirme”, “kültürel aktiviteler düzenleme”, “kültürel çeşitliliği vurgulama”, “dijitalleştirme”, “kültürel bilinci artırma”, “toplum katılımını teşvik etme” ve “sürdürülebilirlik” yer alır. Müze, Mudurnu yöresinin geleneksel giyim kültürünü yaşatmayı ve ziyaretçilere tanıtmayı amaçlar. Eğitim kurumları ve topluluk merkezleri ile iş birliği yaparak gençlere kültürel mirasın önemini aktarır, bölge halkının kültürel kimliğiyle bağını güçlendirir ve bu mirası sahiplenmelerini teşvik eder. Ayrıca, gerçekleştireceği etkinliklerle geleneksel kültürü canlandırır, farklı kültürleri vurgular ve toplumsal uyumu destekler. Müze, toplumu bu mirası korumaya ve sahip çıkmaya teşvik eder ve kültürel mirasın sürekliliğini sağlamayı hedefler.

Temanın Seçimi: Gezici Bavul Müze’nin teması, “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” olarak belirlenmiştir. Bu tema, bölgenin tarihini ve kimliğini yansıtan önemli bir mirasa odaklanır. Geleneksel giyim, toplumun değerlerini ve estetik anlayışını sembolize eder.

Nesnelerin Belirlenmesi: Gezici Bavul Müze’de yer alacak nesneler seçilirken Gezici Bavul Müze’de yer alan “yardımcı eğitim materyalleri” ve “kültürel nesneler” kapsamında iki başlık altında ele alınmıştır ve bu nesneler aşağıdaki şekliyle ayrıntılı bir biçimde betimlenmiştir.

Gezici Bavul Müze’de Yer Alan Yardımcı Eğitim Materyalleri: Gezici Bavul Müze’de yer verilen öğeler arasında bilgi kartları, yönerge, branda afiş, tanıtım bandı, kırlangıç afiş, büyüteç, eldiven, anmalık ayraç, kostüm gibi çeşitli objeler ve karekod uygulaması ile video içerikleri bulunmaktadır.

Bilgi kartları: Eğitim etkinliklerinde kullanılmak üzere üç farklı grupta bilgi kartları hazırlanmıştır. Birinci grupta, Gezici Bavul Müze’de yer alan kültürel nesnelere ilişkin on yedi adet bilgi kartı bulunmaktadır (bkz. şekil 1). İkinci grupta, Mudurnu iğne oyalarının motiflerine ilişkin on bir bilgi kartı yer almaktadır (bkz. şekil 2). Üçüncü grupta ise, diğer iki grupta yer alan kartların, görme engelli katılımcılar için hazırlanmış Braille alfabesi ile oluşturulmuş yirmi sekiz adet versiyonu vardır (bkz. şekil 3). Bu kartlarda kültürel nesneler hakkında önemli bilgiler ve fotoğraflar yer almakta olup, okunabilirliği artırmak adına kaynak gösterimi belirtilmemiştir. Kartlar 15cmx15cm boyutlarında ve PVC kaplamalıdır.”



Şekil 1., 2. ve 3. Bilgi kartı örnekleri

Yönerge: Gezici Bavul Müze’de bulunan nesnelerin kullanımı için dikkat edilmesi gereken unsurları ve alınması gereken önlemleri açıklayan bir yönerge hazırlanmıştır. Bu yönerge, katılımcılara nesneleri kullanırken gerekli bilgileri kısa ve öz bir şekilde sunar ve etkinliklerden önce her gruba dağıtılmak üzere çoğaltılır (bkz. şekil 4).

Etkinlik sayfası: Eğitim etkinliklerinde, “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” teması kapsamında seçilmiş nesnelerle çalışma yapılırken; nesneyi tanımaya yönelik, Gezici Bavul Müze ile etkileşime girecek insanların daha fazla duyu organını işe koşturan soruların yöneltildiği “etkinlik sayfaları/soru kartları”, yardımcı eğitim materyalleri olarak hazırlanmıştır. Katılımcılara, nesne ile ilgili bilgi toplamak için; “Sizce bu nesne nedir? / Bu nesne hangi malzemeden yapılmıştır?/ Bu nesnenin biçimsel özellikleri nedir?/ Bu nesnenin nasıl bir dokusu var?/ Bu nesneye dokunduğunuzda ne hissettiniz?/ Bu nesneyi kim ya da kimler yapmış olabilir?/ Sizce bu nesneyi hangi amaçla kullanmış olabilirler?/ Sizce bu nesne günümüzden ne kadar yıl önce yapıldı?/ Sizce günümüzde bu nesneye benzeyen hangi nesneler var?” gibi tema odaklı açık uçlu soruların sorulduğu ve bu sorular doğrultusunda kullanıcıların nesneleri dokunarak, hissederek, deneyerek, kullanarak, sorgulayarak incelemesi ve grup içinde tartışarak, ortaya çıkan yanıtların yazılabilmesi için etkinlik sayfaları hazırlanmıştır. Etkinlik sayfaları, katılımcı sayısına göre çoğaltılarak Gezici Bavul Müze içeriğine dahil edilmiştir (bkz. şekil 5).

Branda afiş: Gezici Bavul Müze eğitim etkinlikleri için görsel materyal olarak 200cmx200cm ebatlarında bir bez branda afiş hazırlanmıştır. Mudurnu’nun tarihi dokusunu yansıtan bir resim ve “Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürü” temasını temsil eden görseller, branda afişin tasarımında kullanılmıştır (bkz. şekil 6).



Şekil 4. Yönerge



Şekil 5. Etkinlik sayfası



Şekil 6. Branda afiş

Tanıtım bandı: İki adet, 85cmx200cm ebatlarında, alüminyum malzemeden üretilmiş, portatif taşıma çantalı tanıtım bandı bulunmaktadır. Tanıtım bantları, “Bolu Müzesi” ve “Mudurnu’nun geleneksel kadın giyim kültürü” hakkında bilgi ve fotoğraflar içerir. Eğitim etkinlikleri sırasında katılımcılara bu konular hakkında genel bilgi sunmak amacıyla hazırlanmıştır (bkz. şekil 7).



Şekil 7. Tanıtım bandı



Şekil 8. Kırangıç afiş

Kırangıç afiş: 50cm x 150cm ebatlarındaki kırangıç afiş, Gezici Bavul Müze’nin taşındığı mekanların kapısına asılmak üzere tasarlanmıştır. Afiş, “Bir Dokunuşla Tarihe Yolculuk: Mudurnu’nun Mirası Seni Bekliyor!” ve “Gör, Dokun, Öğren, Mudurnu’nun Tarihini Keşfet!” sloganlarını içerir. Hem etkinlik katılımcılarını bilgilendirmek hem de müzenin tanıtımını yapmak amacıyla kullanılır (bkz. şekil 8).

Kostüm: Gezici Bavul Müze eğitim etkinliklerinde, Mudurnu’nun geleneksel kadın giyim kültürünü yansıtan kostümler, eğitim liderleri tarafından giyilirken, katılımcılar müzede bulunan giysilere dokunarak inceleme fırsatı bulurlar ve kendileri için hazırlanmış kostümleri de deneyebilirler. Kostümler, katılımcıların ilgisini çekmek ve uygulamayı içselleştirmelerini sağlamak amacıyla kullanılır. Etkinliklerde, fes ve çatkı gibi kostüm parçaları da yer almaktadır (bkz. şekil 9).

Büyüteç: Nesnelerin yapıldığı malzemeyi, dokusunu, üzerlerinde yer alan işaretleri, şekilleri ve motifleri katılımcıların rahatlıkla görebilmeleri ve daha ayrıntılı bir biçimde inceleyebilmeleri için Gezici Bavul Müze koleksiyonuna 5 adet eklenmiştir (bkz. şekil 10).

Anmalık: Gezici Bavul Müze eğitim etkinlikleri bitiminde katılımcılara hediye edilmek üzere, Mudurnu yöresi geleneksel kadın giyim kültürünü yansıtan ve günün anısını taşıyan kitap ayraçları hazırlanmıştır (bkz. şekil 11).



Şekil 9. Kostüm



Şekil 10. Büyüteç



Şekil 11. Anmalık ayraç

Karekod uygulaması ile video içerikleri: Gezici Bavul Müze'nin içinde yer alan karekod uygulaması, ziyaretçilere Bolu ilinin Mudurnu ilçesi ve Bolu Müzesi hakkında videolar izleme imkânı sunar. Karekod, hızlı ve kolay bilgi erişimi sağlayan bir teknolojidir. Ziyaretçiler, akıllı telefonlarıyla karekodu tarayarak ilgili videolara anında ulaşabilirler. Bu uygulamanın kullanılmasıyla Gezici Bavul Müze eğitim etkinliklerine katkı sağlamak hedeflenmiştir. Çünkü görsel ve işitsel dijital içerikler, ziyaretçilerin ilgisini çekerek öğrenme sürecini daha etkili hale getirebilir. Böylece, katılımcılar Bolu'nun kültürel mirasını daha derinlemesine keşfetme fırsatı bulurlar. Gezici Bavul Müze'ye dahil edilen karekod uygulamaları, iki video içermektedir: biri Mudurnu ilçesini tanıtan, diğeri ise Bolu Müzesi'ni tanıtan videodur (bkz. şekil 12, 13).



Şekil 12. Müzelerin Yıldızları Bolu Arkeoloji Müzesi (TRT 2, n.d.).



Şekil 13. Mudurnu tanıtım filmi (Bolu Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019).

Gezici Bavul Müze'de Yer Alan Kültürel Nesneler: Mudurnu yöresinin zengin kültürel mirasını ve giyim tarzını tanıtmak amacıyla, “iki adet Mudurnu bebeği, on bir adet iğne oyalı çember, bir adet hamam örtüsü, bir adet tokalı örtü, bir adet oyalı krep örtü, iki adet iğne oyasından gelin tacı, iki adet fes, iki adet fes oyası, bir adet pullu al (çatki), bir adet bindallı, bir adet don (şalvar), bir adet göynek, iki çift yün çorap, bir çift kara lastik, ipek iplik örnekleri ve dört adet tahta kaşık ve bir adet kirman” olarak bağlam içinde belirlenmiş ve Gezici Bavul Müze koleksiyonuna dahil edilmiştir.

Mudurnu bebeği: Mudurnu yöresine özgü malzemelerle yapılan el sanatı örneğidir. Üçetek ve bindallı kumaşı dışında hazır malzeme kullanılmaz, iskeleti de yöre halkı tarafından yapılır. Kadınlar, bebek yapımını evlerde bireysel veya topluca dernek binalarında gerçekleştirir, bu süreç sosyal etkileşimi artırır. Bebekler, Mudurnu'nun geleneksel giysilerini yansıtır (Mudurnu Belediyesi, 2023). Mudurnu bebeği yörenin geleneksel giyim kültürünün bir bebek üzerinde gösterilmesini esas almaktadır. Bu bebeğin üzerinde Mudurnu halkının günlük giyiminde ve özel günlerde kullandığı geleneksel giysiler bulunmaktadır. Bekar genç kızların giydiği ve evli kadınların giydiği farklı biçimleri esas alarak hazırlanan bebeğin çeşitli versiyonları da mevcuttur. Bu bebekler, Mudurnu yöresinin zengin kültürel mirasını ve giyim tarzını tanıtmak amacıyla kullanılır. Gezici Bavul Müze koleksiyonuna iki adet farklı “Mudurnu bebeği” dahil edilmiştir (bkz. şekil 14).



Şekil 14. Mudurnu bebeği örnekleri

İğne oyalı çember (yemeni): Mudurnu’da kare şeklindeki ince tülbeht bezleri, çiçek desenli süs motifleriyle “yemeni, yazma” olarak bilinir ve kenarları iğne oyalı ile süslenir. Renkler, kıyafetlerle uyumlu olacak şekilde seçilir. Kadınların çeyizlerinde bulunan bu başörtüleri, gelecek nesillere hatıra olarak aktarılır ve her kadın bunları oğluna veya kızına devreder. Mudurnu’da hemen her kadının sandığında eski çemberler bulunur. Bu el emeği ürünler, Mudurnu kültüründe önemli bir yere sahiptir ve özenle korunur (Özdemir vd., 2011, s.135; Mudurnu Belediyesi, 2023). Gezici Bavul Müze koleksiyonunda on bir adet “iğne oyalı çember” bulunmaktadır (bkz. şekil 15, 16).



Şekil 15. ve 16. İğne oyalı çember

Hamam örtüsü: Mudurnu yöresinde kadınların, hamam çıkışlarında ve namaz sırasında başlarına bağladıkları ipek ve krep kumaşlar, tel kırma yöntemiyle işlenmiş olup, bölgenin ünlü işlemelerindendir (Yıldız vd., 2018, s.519). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet “hamam örtüsü” dahil edilmiştir (bkz. şekil 17).

Tokalı örtü: El tezgahlarında dokunan bu örtüler, yörede başörtüsü olarak, ülke genelinde ise aksesuar ve giyim eşyası olarak kullanılır. Günümüzde Bolu’nun Göynük ilçesinde üretilir. Örtünün iki kısa kenarı, yan yana sıralanan eşkenar dörtgenlerden oluşan geometrik motiflerle süslenmiş ana bordür ve ince yan bordürlerle bezenmiştir (Özdemir vd., 2011, s.62). Bu örtü Göynük’te üretilse de Mudurnu’da da yaygın olarak kullanılır ve çeyiz sandıklarında bulunur. Bu nedenle, Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet tokalı örtü dahil edilmiştir (bkz. şekil 18).

Oyalı krep örtü: Mudurnu’da özel günlerde ve düğünlerde kullanılan, renkli ipek iğne oyası ile süslenmiş kare biçimindeki krep başörtüler, çiçek ve sembolik motiflerle bezenmiştir. Özellikle gelinlerin tercih ettiği bu örtüler, çeyizlerde yer alır (Özdemir vd., 2011, s.135). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet “oyalı krep örtü” dahil edilmiştir (bkz. şekil 19).



Şekil 17. Hamam örtüsü



Şekil 18. Tokalı örtü



Şekil 19. Oyalyı krep örtü

İğne oyasından gelin tacı: Mudurnu’da kına gecelerinde bindallı ve üç etek giymiş kadınlar, iğne oyasından yapılmış gelin tacı takarlar. Gül dalı şeklinde tasarlanan bu taç, gerçek yaban güllerinden esinlenerek yapılmıştır ve çeşitli renklerdeki ipek ipliklerle süslenmiştir (Özdemir vd., 2011, s.133; Mudurnu Belediyesi, 2023). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna iki adet iğne oyasından gelin tacı dahil edilmiştir (bkz. şekil 20, 21).



Şekil 20. ve 21. İğne oyasından gelin tacı

Fes: Mudurnu’da kırmızı keçe kumaşlardan yapılan fes, geleneksel üçetek ve bindallı elbiselerle birlikte kullanılır. Fesin tepe kısmı floş iplikle kaplanmış olup, arka kısmı başa uyum sağlar. Alın kısmında küçük sarı altınlar yer alır ve içi kartonla sertleştirilmiştir (Özdemir vd., 2011, s.131). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna iki adet “fes” dahil edilmiştir (bkz. şekil 22, 23).

Fes oyası: Mudurnu’da feslerin üzerine takılan fes oyaları, renkli ipek veya krep kumaşlardan yapılan 3-4 cm genişliğinde katlanarak oluşan üçgen parça ile fesin alın kısmını süsler. Düğünlerde gelinlere hediye edilen fes oyaları, ipek kumaşlar üzerine değerli takılarla süslenir (Özdemir vd., 2011, s.132). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna iki adet farklı “fes oyası” dahil edilmiştir (bkz. şekil 22, 23).

Pullu al (çatki): Mudurnu’da gelinler, üç etek ve bindallı elbiseleriyle kırmızı ipek çatki kullanırlar. Kare şeklindeki çatki, motiflerle işlenmiş olup, kenarlarında boncuk ve pul süslemeleri bulunur. Gelinler genellikle çatki ile birlikte fes ve iğne oyası gül tacı da takarlar (Özdemir vd., 2011, s.134; Bolu Valiliği, 2023). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet “pullu al” dahil edilmiştir (bkz. şekil 24).

Bindallı: Mudurnu’ya özgü bindallı, genellikle evli kadınlar tarafından fes ve çatki ile birlikte kullanılan geleneksel bir giysidir. Genç kızlar evlenene kadar üç etek giyer ve iğne oyası gül tacı takarlar. Bindallılar, kına gecelerinde bordo, mor, lacivert ve yeşil renklerde, altın sarısı sim sırmalarla işlenmiş kadife kumaşlardan yapılır. İpek ve kadife kumaşlardan yapılan bindallılar, çiçek ve yaprak motifleriyle süslenir ve etek kenarları bordürlerle bezeli olur. Bu elbiselerin beline gümüş veya dival işlemeli kemerler takılır (Yıldız vd., 2018, s.521; Özdemir vd., 2011, s.139). Gezici Bavul Müze koleksiyonunda

bir adet “bindallı” yer almaktadır (bkz. şekil 24).

Don (şalvar): Bolu yöresinde geleneksel kadın dış giyimi olarak bilinen “don” (şalvar) hala yaygın olarak kullanılmaktadır. Üretiminde “alaca bez” adı verilen pamuk ipliği ile dokunan kumaş tercih edilir. Bu kumaş, Anadolu’nun birçok yöresinde farklı isimlerle anılmakta olup, günümüzde mekanik tezgahlarda akrilik ipliklerle dokunmaktadır. Bolu’nun bazı ilçe ve köylerinde çizgili dokumalar dış, kareli dokumalar ise iç giyimde kullanılmaktadır. Mudurnu’da zamanla alaca bez donlar yerini kırmızı zeminli çiçek desenli basmalara ve jarse kumaşlardan dikilen şalvarlara bırakmıştır (Eyüpoğlu vd., 2017, s.741; Yıldız vd., 2018, s.525). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet el dokuması “don” dahil edilmiştir (bkz. şekil 25).

Göynek: Mudurnu yöresinde, üç etek ve bindallı gibi kıyafetlerin altında ince ipek göynekler kullanılırdı. Günlük yaşamda ise pamuklu kumaşlardan yapılmış, beyaz veya renkli çizgili göynekler tercih edilmiştir. Bu göyneklerin yaka ve kol kenarları iğne oylarıyla süslenmiştir (Yıldız vd., 2018, s.524; Özdemir vd., 2011, s.136). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir adet el dokuması “göynek” dahil edilmiştir (bkz. şekil 25).



Şekil 24. Pullu al ve bindallı



Şekil 25. Don ve göynek

Yün çorap: Bolu’nun ilçe ve köylerinde, kış aylarında kullanılan yün ve tiftik ipliklerden beş şiş ile örülen çoraplar, çeşitli renk ve motiflerle süslenmektedir (Özdemir vd., 2011, s.141). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna iki çift “yün çorap” dahil edilmiştir (bkz. şekil 26).

Kara lastik: Kara lastik ayakkabılar, eski zamanlarda çarık ve yemeni yerine kullanılmaya başlanmış ve özellikle kırsal bölgelerde, tarım ve hayvancılıkla uğraşanlar tarafından tercih edilmiştir. Basit bir tasarıma sahip olup, bağcık ve dikiş içermezler; üzerlerinde bazen kabartmalar bulunabilir (Özdemir vd., 2011, s.30). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna bir çift “kara lastik ayakkabı” dahil edilmiştir (bkz. şekil 27).



Şekil 26. Yün çorap



Şekil 27. Kara lastik

İpek iplik örnekleri: Mudurnu’da geçmişte yaygın olan ipekböcekçiliği günümüzde azalmış olsa da hala devam etmektedir. Kozalar, doğal yöntemlerle ipeğe dönüştürülüp boyanarak keleve (çile) haline getirilmektedir. Bu ipek, özellikle iğne oyası yapımında kullanılmaktadır. El sanatları ürünlerinde büyük öneme sahip olan ipek iplikler, geleneksel yöntemlerle üretilir (Mudurnu Belediyesi, 2023). Gezici Bavul Müze koleksiyonuna farklı renklerde “ipek çileler” dahil edilmiştir (bkz. şekil 28).

Tahta kaşık: Anadolu folklorunun bir parçası olan tahta kaşık oymacılığı günümüzde kaybolmaya yüz tutan el sanatı ürünleri arasındadır. Topluların yeme içme gibi geleneksel kültürünün bir parçası olan tahta kaşıklar yörelerin folklorik kültürleri hakkında da bilgiler vermektedir. Teknolojik ilerlemeler ışığında geçmişteki kullanım alanını günümüze taşıyamayan tahta kaşık oymacılığı Anadolu’nun bazı yörelerinde kısıtlı imkânlarla rağmen varlığını sürdürmektedir (Birnaz 2021, s.56). Mudurnu Halk dansları ile ilgili gerçekleştirilecek eğitim etkinliklerinde kullanılmak üzere dört adet tahta kaşık, Gezici Bavul Müze koleksiyonuna dahil edilmiştir (bkz. şekil 29).

Kirman: Anadolu’da yaygın olarak kirmen/kirman adıyla bilinen, ip eğirmek için kullanılan bir araçtır (Temur 2020, s.29). Eskiden Mudurnu’da yün çoraplar yaygın bir şekilde üretilmekte ve yün eğirmek için bu araç kullanılmaktaydı (Mudurnu Belediyesi, 2023). Katılımcıların yaparak yaşayarak öğrenmelerini sağlayacak bir eğitim etkinliği olan “kirmen ve yün eğirme” uygulamasında kullanılmak üzere, gezici bavul müze koleksiyonuna bir adet kirmen eklenmiştir (bkz. şekil 30).



Şekil 28. İpek iplik örnekleri



Şekil 29. Tahta kaşık



Şekil 30. Kirman

Bavul, Kutu ya da Çantaların Seçimi ve Tasarımı: Gezici Bavul Müze'nin tasarımında, koleksiyon ve eğitim etkinliklerinde kullanılacak nesnelerin korunması amacıyla antika ahşap bavullar tercih edilmiştir. Bu bavullar, estetik ve işlevsel ihtiyaçları karşılayacak şekilde dikkatle seçilmiş ve nesnelerin güvenli taşınması için gerekli önlemler alınmıştır. İçlerine köpük plakalar yerleştirilmiş ve düzenlemeyi kolaylaştırmak için iç düzen fotoğrafı eklenmiştir. Bavulların üzerine Gezici Bavul Müze'nin amblemi basılmıştır (bkz. şekil 31, 32, 33).



Şekil 31. ve 32. Gezici Bavul Müze'nin amblemi



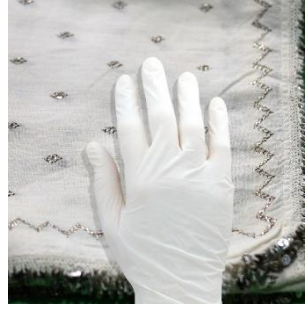
Şekil 33. Gezici Bavul Müze

Yönetim Kurallarının Belirlenmesi: Gezici Bavul Müze'nin tasarım ve uygulama süreci; koleksiyon nesnelerinin seçimi, eğitim etkinliklerinin planlanması, bavul seçimi, görsel ve işitsel materyallerin tasarımı, yasal işlemlerin sağlanması, ulaşım organizasyonu ve mali kaynak temini gibi aşamaları kapsar. Bu süreçlerin yönetimi küratörün sorumluluğundadır.

- Uzman eğitim liderleri, Gezici Bavul Müze'yi eğitim kurumları, kütüphaneler, festivaller ve diğer organizasyonlara taşıyarak eğitim etkinliklerini gerçekleştirirler. Mudurnu'nun geleneksel giyim tarzını yansıtan kostümler giymiş uzmanlar, katılımcılara otantik ve ilgi çekici bir deneyim sunar.
- Kültürel nesnelerin detaylı bir listesi hazırlanarak, her etkinlik sonrası nesnelerin düzenli bir şekilde sayılması ve kontrol edilmesi sağlanır.
- Gezici Bavul Müze eğitim etkinlikleri, etkinlik mekanlarına gitmeden önce eğitim liderleri tarafından bir kez daha gözden geçirilip gerekli planlamalar yapılır.
- Etkinliklerin süre sınırlamaları belirlenmiş olup, mekanlarda her etkinlik için iki saatlik bir süre öngörülmüştür.
- Çalışma kâğıtları, bilgi kartları ve değerlendirme formları, katılımcı sayısına göre düzenlenir, geri dönüşler alınarak kontrol edilir ve gerektiğinde yeniden düzenlenir.
- Etkinliklerin düzenli ve güvenli bir şekilde yürütülmesi için gerekli sağlık ve güvenlik önlemleri alınır.
- Dikkatsizlik, kazalar veya olumsuz durumlar, nesnelerin zarar görme olasılığı göz önünde bulundurularak, bu tür durumlara karşı nesneler yedeklenir ve gerekli tedbirler alınır.

Değerlendirme Formlarının Hazırlanması: Bu formlar, uygulamaların mevcut durumunu belirler ve katılımcı görüşlerine göre modelin geliştirilmesine yönelik adımlar atılmasını sağlar. Bu amaçla, alan yazınından yararlanarak bir değerlendirme formu hazırlanmıştır.

Sağlık ve Güvenlik Önlemlerinin Belirlenmesi: Gezici Bavul Müze etkinliklerinin düzenli ve sağlıklı bir biçimde yürütülmesi için gerekli temizliği yapılan ahşap bavullara mat vernik uygulanmış ve antika giysilerin korunması amacıyla katılımcılara tek kullanımlık eldivenler sağlanmıştır. Eldiven kullanımıyla, giysilere temas edildiğinde, doğal yağlar ve nemin giysilere geçmesi engellenir. Bu önlemler, giysilerin uzun ömürlü olmasını ve ziyaretçilere daha iyi bir deneyim sunulmasını sağlarken kültürel mirasın korunmasına katkıda da bulunur (bkz. şekil 34).



Şekil 34. Tek Kullanımlık Eldiven (Kaynak: Cihan Şule Külük Arşivi 2024).

9. Eğitim etkinliklerinin tasarımı:

- **Etkinlik adı:** Tarih Sahnesinde Yolculuk: Mudurnu'nun Geleneksel Kadın Giyim Kültürü
- **Hedef kitlesi:** 18-34 yaş arası genç yetişkinler
- **Amaç:** Mudurnu'nun geleneksel kadın giyim kültürünü deneyimleyerek el sanatları becerilerini geliştirmek ve kültürel bilgiyi eğlenceli bir şekilde öğretmek.
- **Öğretim stratejileri, yöntemleri ve teknikleri:** Yapararak yaşayarak Öğrenme, Sunuş Yoluyla Öğrenme, İşbirlikli Öğrenme, Anlatım, Beyin Fırtınası, Soru-Cevap, Tartışma, Gösterip Yaptırma, Yaratıcı Drama, Grup Çalışması.
- **Etkinlik içeriği:**

Birinci bölüm: “Mudurnu Geleneksel Giyim Kültürü ve Tarihçesi”; Katılımcılara Mudurnu'nun geleneksel kadın giyim kültürünün tarihçesi ve önemi anlatılır. Öncelikle katılımcıların Gezici Bavul Müze’de yer alan kültürel nesneleri daha iyi anlamalarını sağlamak ve merak duygularını devindirmek adına hazırlanmış “soru kartları” dağıtılır. Katılımcılar nesnelere ilişkin soruları yanıtlar ve ardından Gezici Bavul Müze’de bulunan geleneksel kıyafetler tanıtılır. “Bilgi kartları” da katılımcıların bu önemli kültürel öğeler hakkında derinlemesine bilgi edinmelerine yardımcı olur.

İkinci bölüm: “Motiflerin Sırları”; Bu bölümde katılımcılar, geleneksel Mudurnu iğne oylarında kullanılan motifleri daha yakından inceleyeceklerdir. Bu motifler, Mudurnu'nun zengin kültürel mirasının önemli bir parçasıdır. Katılımcılar, bu motiflerin anlamlarını ve tarihini öğrenirken kendi yaratıcılıklarını da kullanabileceklerdir. Katılımcılara Mudurnu'nun geleneksel motifleri ve desenleri hakkında bilgi verilir. Bu motiflerin genellikle doğadan esinlendiği ve farklı anlamlar taşıdığı açıklanır. Katılımcılara motif kartları verilir. Her kart üzerinde farklı bir iğne oyası motifi bulunur ve motifin adı ile anlamı hakkında bilgi yer alır. Katılımcılara boş motif kartları ve renkli kalemler verilir. Kendi motif tasarımlarını oluşturmaları teşvik edilir. Katılımcılar, kendi tasarladıkları motifleri diğer katılımcılara anlatır ve bu motiflerin ne anlama geldiğini paylaşırlar. Bu bölüm, katılımcıların Mudurnu'nun geleneksel motiflerini keşfetmelerini ve kendi motif tasarımlarını yaratmalarını sağlayarak etkileşimli bir deneyim sunar. Motif kartları, katılımcıların bu önemli kültürel öğeler hakkında derinlemesine bilgi edinmelerine yardımcı olur.

Üçüncü bölüm: “Kirmen ve Yün Eğirme Uygulaması”; Katılımcılara kirmenin nasıl kullanılacağı ve yünün nasıl eğirileceği gösterilir. Her katılımcı kendi yün ipliğini eğirerek bu beceriyi kazanır.

Dördüncü bölüm: “Kostüm Deneme, Mudurnu Halk Dansları ve Drama Etkinliği”; Katılımcılar Mudurnu yöresinin geleneksel kıyafetleri giyerek dönemin atmosferini canlandırırlar. Kostüm kullanarak gerçekleştirilen drama etkinliği, katılımcıların eğlenceli bir şekilde öğrenmelerini sağlar. Katılımcılara, Mudurnu halk danslarına ilişkin videolar izletilir ve Mudurnu folklorunda önemli bir yeri olan tahta kaşıklar kullanılarak halk dansları performansı gerçekleştirilir. Bu etkinlik, yöresel kıyafetlerden oluşan kostümler giyilerek yapılır. Ardından katılımcılar, performansı değerlendirir ve deneyimlerini paylaşır. Mudurnu'nun geleneksel giyim kültürünün günümüzdeki etkileri ve önemi tartışılır.

Beşinci bölüm: “Kostümle Fotoğraf Çekimi ve Paylaşım”; Katılımcılar, kostümleriyle hatıra fotoğrafları çekerler ve deneyimlerini paylaşırlar. Bu etkinliğin sonunda katılımcılara çektiirmiş oldukları fotoğraflar ve anmalık olarak hazırlanmış kitap ayrıçaları günün anısı olarak hediye edilir. Etkinlik keyifli bir şekilde sonlandırılır. Ardından, Gezici Bavul Müze modelinin geliştirilmesine katkı sağlayacak değerlendirme formları, katılımcılara verilir ve cevaplamaları sağlanır.

SONUÇ

Bu araştırma, Bolu ili Mudurnu yöresinin kültürel mirasını tanıtmak amacıyla geliştirilen Gezici Bavul Müze modelinin tasarım sürecini ve içeriğini kapsamaktadır. Çalışma sürecinde koleksiyon nesnelerinin seçimi, bilgilerin gruplandırılması ve eğitim etkinliklerinin planlanması gibi çeşitli aşamalar titizlikle yürütülmüştür. Tasarlanan bu model, Türkiye’de gezici müze hizmeti vermek isteyen diğer müzeler için yol gösterici olabilir ve alan yazınına önemli katkılar sağlayabilir. Bu modelin, yerel ve ulusal düzeyde kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve tanıtılması süreçlerinde müzelere önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu modelin, eğitim kurumları ve kültürel merkezlerle yapılan iş birlikleri sayesinde, kültürel mirasın geniş kitlelere ulaşması ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynayacağı öngörülmektedir. Gezici Bavul Müze modeli hem yerel hem de küresel düzeyde kültürel mirasın yaşatılması ve paylaşılmasına katkı sağlayacak yenilikçi bir yaklaşımdır.

SOKÜM’ün Korunması Sözleşmesi’nde de vurgulandığı gibi koruma, üretim, yeniden yaratım ve aktarma yollarından biri olarak müzecilik ve eğitim çalışmaları işaret edilmektedir. Bu noktada, Bolu Mudurnu Gezici Bavul Müzesi’nin temel ilhamını, kaybolma tehlikesi altındaki somut olmayan kültürel mirası koruma ve sürdürülebilirliğini sağlama amacından almış olduğunu ifade etmek önemlidir. Ayrıca, Gezici Bavul Müze’nin çalışmalarına çağdaş müzecilik uygulamalarının dahil edilmiş olması da dikkat çeken bir husustur. Böylece, Gezici Bavul Müze’nin sunduğu fırsatlarla kültürel nesnelerle etkileşimde bulunan katılımcıların, aktif bir şekilde müze programının bir parçası olmaları sağlanırken kültürün taşıyıcıları ve paydaşlarına dönüşmelerine olanak tanınacaktır.

Bu araştırmanın perspektifinden ilerleyen çalışmalar için bazı öneriler sunulabilir. Öncelikle, gezici bavul müze uygulamalarının, katılımcıların bilişsel ve duyuşsal özellikleri üzerindeki etkilerini deneysel çalışmalarla test etmek, bu alandaki bilgiyi genişletebilir. Bu modelin uygulanabilirliği ve etkileri üzerine gerçekleştirilecek çalışmalar, Türkiye’deki müze faaliyetlerine ve kültürel mirasın korunmasına dair önemli bilgiler sağlayabilir. Bu modelin farklı bölgelerdeki uygulanabilirliği ve etkileri üzerine yapılacak araştırmalar, gezici müze hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik daha geniş bir perspektif sunacaktır. Ayrıca, Türkiye’de bu tür uygulamaların daha yaygın hale gelmesi için öğretmenler ve müze uzmanlarının farkındalıklarını artırmak üzere çalıştaylar ve seminerler düzenlemek önemli bir adım olabilir. Bununla birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın, gezici bavul müze projelerini destekleyerek bu alandaki girişimlere ivme kazandırması büyük önem taşır. Bu araştırma, gelecekteki gezici bavul müze uygulamalarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için değerli bir kaynak olabilir. Böyle bir rehberlik, kültürel mirası koruma ve bu mirası sonraki kuşaklara ulaştırma sürecinde önemli bir etki yaratarak toplumsal hafızanın güçlenmesine ve kültürel zenginliğin sürdürülebilirliğine ivme kazandıracaktır.

KAYNAKÇA

- Ağaç, S., Şahinoğlu, M. A., Kahya, S. Ö., Gürşahbaz, N., & Gökpınar, F. (2014). Examination of local women’s apparels in Mudurnu country of Bolu Province. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2(Special Issue 1), 97-110.
- Blenz-Clucas, B. (1993). Bring the museum to the media center. *School Library Journal*, 39(9), 150-153.
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). *Bolu Müzesi*. Erişim tarihi: 10 Ekim 2023, <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-69938/bolu-muzesi.html>
- Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). *Mudurnu*. Erişim tarihi: 12 Ekim 2023, <https://bolu.ktb.gov.tr/TR-355541/mudurnu.html>
- Bolu Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2019). *Mudurnu Tanıtım Filmi* [Video]. YouTube. Erişim tarihi: 13 Ekim 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=X4fewe1Rc7I>
- Bolu Valiliği. (t.y.). *El sanatları*. Erişim tarihi: 10 Ekim 2023, <https://www.bolu.gov.tr/el-sanatlari>
- Bricker, J. (2010). *Thinking inside the box: History-in-a-box programming and the American Civil War*

- (Master's thesis). University of North Carolina Wilmington.
- Brüninghaus-Knubel, C. (2004). Museum education in the context of museum functions. In P. J. Boylan (Ed.), *Running a museum: A practical handbook* (pp. 119-132). ICOM.
- Buonafede, M. (2011). *Bringing the Mayborn Museum Complex discovery boxes into the 21st century* (Master's thesis). Baylor University, Texas.
- Corwin, R. (1972). Discovery boxes. In P. G. Kapfer & M. B. Kapfer (Eds.), *Learning packages in American education* (pp. 193-197). Educational Technology.
- Eyüpoğlu, Ş., Dayıoğlu, H., Duğa, H., & Yıldız, F. (2016). Bolu ve yöresindeki geleneksel el dokuması kumaşlar. M. Akalın (Ed.), *7th International Istanbul Textile Conference on Fabrics Touching Anatolia* (s. 737-745) içinde. Marmara Üniversitesi.
- Hauf, E. J. (2010). Teaching world cultures through artifacts. *Journal of Geography*, 109(3), 113-123.
- Külük, C. Ş. (2015). *Gezici bavul müze uygulamaları ve Türkiye için bir model önerisi (Çorum Müzesi örneği)* [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ulusal Tez Merkezi].
- Mudurnu Belediyesi. (t.y.). *Mudurnu el sanatları*. Erişim Tarihi: 7 Ekim 2023, <https://mudurnu.bel.tr/mudurnu/mudurnu-el-sanatları>
- Oğuz, M. Ö. (2007). UNESCO, kültür ve Türkiye. *Millî Folklor*, 73, 5-11.
- Oğuz, M. Ö. (2013). Terim olarak somut olmayan kültürel miras. *Millî Folklor*, 25(100), 5-13.
- Özdemir, M., Köklü, H., & Yetim, F. (2011). *Bolu ili yöresel kıyafetleri ve folklorik yapma bebek üretiminde değerlendirilmesi*. Bolu Belediyesi Bolu Araştırmaları Merkezi.
- Sheppard, B. (2000). Do museums make a difference? Evaluating programs for social change. *Curator: The Museum Journal*, 43(1), 63-74.
- Sieber, E. (2001). *Teaching with objects and photographs: Supporting and enhancing your curriculum. A guide for teachers*. Mathers Museum of World Cultures.
- Singh, P. K. (2004). Museum and education. *The Orissa Historical Research Journal*, 47(1), 69-82.
- Talboys, K. G. (2005). *Museum educator's handbook*. Ashgate Publishing Company.
- Temur, N. (2020). Bir evren tasavvurunun nesneler dünyasına yansıması: Tengerek örneği. F. Uslu (Ed.), *Yörük araştırmaları-1* (s. 29-40) içinde. Palet Yayınları.
- TRT 2. (t.y.). *Müzelerin Yıldızları: Bolu Arkeoloji Müzesi* [Video]. YouTube. Erişim Tarihi: 13 Ekim 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=ooUdTzN6gAs>
- UNESCO. (2003). *Somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesi*. Erişim Tarihi: 9 Ekim 2024, <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>.
- Yenisoy, S. (2019). Geçmişten günümüze Mudurnu iğne oyları. *Arış Dergisi*, 15, 88-111.
- Yıldız, F., Merdan, N., & Demir, B. (2018). Mudurnu ilçesi yöresel kıyafetleri üzerine bir değerlendirme. A. A. Yasa (Ed.), *Uluslararası Mudurnu Araştırmaları Ahilik ve Halk Kültürü Sempozyumu* (s. 509-527) içinde. Bolu: BAİBÜ BAMER Yayınları.



SUDDEN TRANSITION FROM PHYSICAL TO DIGITAL: COLOR LEARNING IN ARCHITECTURAL EDUCATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

FİZİKSELDEN DİJİTALE ANİ GEÇİŞ: COVID-19 PANDEMİSİ SIRASINDA MİMARLIK EĞİTİMİNDE RENK ÖĞRENİMİ

İlayda SOYUPAK¹



ORCID: İ.S. 0000-0002-3770-420X

Corresponding author/Sorumlu yazar:

İlayda Soyupak

Marmara University, Turkey

E-mail/E-posta: ilaydasoyupak@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %8

Revision Requested/Revizyon talebi:

02.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 15.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

Duzce University Ethics Committee 2020 - 129 / 2020

Citation/Atf: Soyupak, İ. (2025). Sudden Transition From Physical To Digital: Color Learning In Architectural Education During The Covid-19 Pandemic. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 377-393.

<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614849>

Abstract

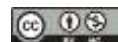
COVID-19 pandemic enforced all disciplines to sudden change in their education methods. As having a practice-based education methodology, architecture education necessitated creative ways to overcome this critique change. This qualitative study searches for the ways to deliver a physical concept, color, within a non-physical setting, and explores the effectiveness of color studies in distance architectural education in COVID-19 Pandemic period. This study specifically focuses on how asynchronous distance education affected the color knowledge and learning in architecture education. In this study, the effectiveness of the color course in terms of architecture and design education is evaluated according to its impact on gaining knowledge about basics of color theory, understanding color and material combinations and emotional associations on those combinations, gaining skills in shaping individuals' interior space experience, covering the potential of various color practices. This study is an action research and assignment outputs, self-assessments of participating students' work, visuals of the submissions, and observations made by the researcher are the main data sources of this study. The study revealed the importance of using various communication methods to fully capture the concept of color in architectural education and pointed out the positive aspects of hybrid education.

Keywords: Architecture, Education, Distance Learning, Color Course, Color Communication

Öz

COVID-19 pandemisi tüm disiplinleri eğitim yöntemlerinde ani bir değişime zorladı. Uygulamaya dayalı bir eğitim metodolojisine sahip olan mimarlık eğitimi, bu kritik değişimin üstesinden gelmek için yaratıcı yollar gerektirmiştir. Bu nitel çalışma, fiziksel bir kavram olan rengi fiziksel olmayan bir ortamda sunmanın yollarını aramakta ve COVID-19 Pandemisi döneminde uzaktan mimarlık eğitiminde renk çalışmalarının etkinliğini araştırmaktadır. Bu çalışma özellikle asenkron uzaktan eğitimin mimarlık eğitiminde renk bilgisi ve öğrenimini nasıl etkilediğine odaklanmaktadır. Bu çalışmada, renk dersinin mimarlık ve tasarım eğitimi açısından etkinliği, renk teorisinin temelleri hakkında bilgi edinme, renk ve malzeme kombinasyonlarını ve bu kombinasyonlardaki duygusal ilişkilendirmeleri anlama, bireylerin iç mekan deneyimini şekillendirmede beceri kazanma ve çeşitli renk uygulamalarının taşıdığı potansiyeli kavrama üzerindeki etkisine göre değerlendirilmektedir. Bu çalışma bir eylem araştırmasıdır ve ödev çıktıları, katılımcı öğrencilerin çalışmalarının öz değerlendirmeleri, sunumların görselleri ve araştırmacı tarafından yapılan gözlemler bu çalışmanın ana veri kaynaklarını oluşturmaktadır. Çalışma, mimarlık eğitiminde renk kavramını tam olarak yakalamak için çeşitli iletişim yöntemlerinin kullanılmasının önemini ortaya koymuş ve hibrit eğitimin olumlu yönlerine işaret etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mimarlık, Eğitim, Uzaktan Eğitim, Renk Eğitimi, Renklerle İletişim



INTRODUCTION

Architectural education is formed of theoretical and practical knowledge articulation within its own cultural setting. Basically, it is about improving architectural thinking by experiencing design elements such as form, material, color, structure; and paying attention to environmental and social values. Each design element is equally important in the formation of an architectural composition and in the interaction between the people and the architectural work. Therefore, in addition to architectural design studios, the concept of color, as with other design elements, is often studied as part of a special course in the architecture curriculum. The architectural color courses mainly involve comprehension of the effects of color in an architectural composition via a set of experiments. In these courses, color studies are discussed in the same physical settings by students. However, during Covid-19 pandemic, due to the enforced distance education, a sudden transition from physical to digital educational setting altered the way of interaction in color courses. Ensuring the effectiveness of color studies in distance architectural education was seen as a problem and within this framework solutions were planned and executed in this study. This study proposes several digital exercises; and evaluates them in terms of their effectiveness in comprehending color, emotion, material and spatial relationship in distance architectural education. It evaluates the potential of these exercises in four aspects of color and architecture relationship:

- 1) comprehension of controlling reflected emotions through color and material combinations;
- 2) altering the experience of the interior space by changing the color;
- 3) facade color design, and
- 4) using external sources in creating color combinations to manage color and space relation.

The Reasons to Study Color in Architecture

Architecture creates environmental experiences and deals with mass within a function-focused perspective by accounting of every design element (Rasmussen, 1964). Color is an extrovert member of architectural design; it constantly interacts with other environmental elements and humans. Thus, by considering all these elements, it is possible to manage the spatial experience of an individual in any building. In interaction with humans, color delivers the symbolic messages and aesthetic qualities of the environment (Meerwein, Rodeck, & Mahnke, 2007). Being highly dependent on the values and qualities of its surrounding environment, and its inhabitants, the color in architecture demonstrates case specific characteristics. Its symbolic and social nature makes it hard to form a universal set of color rules in architecture (Cesar, 2018). Color is the combination of perception, culture, experience, memories (Manav, 2017). So, the person dependent aspect of color leads to a variety of interpretations of architectural color arrangements. Individuals interact with colors in a manmade environment within their way of thinking which is shaped through their life. The studies of Kaya & Crosby (2006)), and Manav (2007) also point to close relationships between color associations and personal experiences. The subjective essence of the color does not inhibit the potency and efficacy of color combinations in architectural designs, on the contrary it improves them (Manav, 2017).

In architectural compositions color applications can be used for their perceptive, descriptive or intrinsic values (Serra, 2013a). Color applications in architectural designs alter both the perception of the building by an individual and general perception of the urban. In urban scale, the combination of differing colors of buildings constitutes the color scheme of a city and affects the urban perception. However, this visual character is not solely to be understood as the hues of the city. Color preferences of a building can be seen as mirrors. It reflects both physical and abstract characteristics of their time and society. As underlined in the studies of Serra and Codoner (2014), and Ferring (2014) values and tendencies of a time and culture can be traced by architectural color compositions. In example, powerful hues of Mexican everyday life can easily be traced in Ricardo Legorreta's architectural designs and the color choices of him intensify the spatial experiences of users (Asensio & Kliczkowski, 2002). Similarly, Mexican architects Luis Barragan attaches cultural cues to his contemporary architectural designs and applies color after on-site spatial experiments to comprehend the spatial experience in an ordinary day setting (Jover & Alba, 2002). Difference in demographic structure and cultural background affects the urban color and creates diversity in the cities' appearance (Gou & Wang, 2017). Color is a very effective and easily managed medium of change in architecture. Serra (2013) draws attention to color applications' suitability for the versatile essence of architecture, and its potential power in change in terms of



transformation, fragmentation, movement and novelty. Architectural adaptation to changing inhabitants, functions, actions, time and technology can easily be created with the suitable application of new color arrangements.

Color in Architectural Education

Being rooted in apprenticeship, architectural education built upon required abilities and values of the profession (Glasser, 2000). Erkök et al. (2006) proposes that at the basic design studio, in transition from abstract to physical thinking, students experience key concepts of architecture; and color is one of these key concepts. Color usage in architecture requires synthesis of subjective and objective decision making. So, at the basic design studio, students improve their ability to use color in a targeted manner (Ural, Akbay, & Altay, 2002). And, in the following design studio courses, students reinforce their color knowledge through architectural design projects. Beside the basic design studio, the following design studio courses mostly do not involve solely color specific exercises. However, as Unver (2002) stated, in addition to basic design studio, color takes its place in other compulsory courses related with design communication, and there are some elective courses specifically focused on color in architecture. Parallel to the impact area of color in architecture, content of the specified color courses is expected to deliver the theoretical, practical and social context of color by application of different methods by using physical and digital tools (Unver, 2002; Carlos & Cesar, 2018). Applications of different methods are parts of color research, and they are highly important in color education since color concept is dependent on experience. However, the previous studies in color education in architecture (Carlos & Cesar, 2018; Janssens & Mikellides, 1998) show the insufficient duration of color courses in terms of both theoretical and practical context of color; and point to lack of knowledge of architecture graduates in color usage (Janssens & Mikellides, 1998; Csillag et al. 2018). Proper development of architectural way of thinking necessitates equal inclusion of every design parameter in the educational curriculum.

Distance Education in Architecture

Being able to continue education without face-to-face interaction is the essential aspect of distance education. Gunawardena and McIsaac (2013), highlights the long existence of distance education, and within the light of the study of Garrison and Shale (1987), underlines the essential features of the distance education as *noncontiguous communication, two-way interactive communication, and the use of technology to mediate the necessary two-way communication*. Technology involvement in distance education makes people believe it as a new method, but the new is the technologic medium, not the method itself. Therefore, distance education in architecture is not a new concept, and there have been trials to adapt new technologies to architecture and design education long before the COVID-19 pandemic. Inevitably, practical essence of architecture discipline was causing resistance and decreasing the speed of permeation of distance learning in architectural education. Ceylan et al. (2021) explains that there were already searches (by Morozumi et al., 2001; Niculae, 2011; Schnabel and Ham, 2012; Masdeu and Fuses, 2017; Iannou, 2018) for new ways of design studio by implementing blended learning, distant education or virtual studio methods. However, COVID-19 pandemic caused an urgent and mandatory change in traditional educational methods in global scale.

Depending on its sudden occurrence, some researchers categorize this large-scaled shift to online learning from the existing distance education methods and it is particularly emphasized that distance learning during COVID-19 pandemic was born in crisis and in an emergency (Adedoyin & Soykan, 2023; Akçay Kavakoğlu et al., 2022). Globally, most of the syllabuses and term plans were not tailored for online interaction. Since this study is also related with the educational action in color teaching during COVID-19 pandemic, it would be appropriate to focus distance architecture and design education the pandemic times and analyze potentials and challenges that were underlined in other studies. In many of the studies; self-paced learning, developing time management skills, meeting new online platforms, flexibility, special focus to each student's work, positive economic impacts, strength of online studio, sustainability were found as positive outcomes of this sudden shift in architecture and design education (Alfiras et al., 2020; Daniel, 2020; Alburgawi and Al-Gamdi, 2022; Megahed and Hassan, 2022; Amro, 2022; Fallatah, 2020; Hassanpour, 2023; Ceylan et al., 2021; Iranmanesh and Onur, 2021; Lotfabadi and Mousavi, 2022; Martesonjoyo, 2021; Nigam and Kapoor, 2021). In addition to positive critiques,



lack of peer learning, not being part of design studio collective, challenges in interaction, inequality in accessing technologic sources, insufficient distance education infrastructure of the educational institutions, interface problems, inexperience in using technology, student's workload, difficulty in groupwork, adaptation to new space for education, not knowing peers' works, extra effort, different time zoning were explained as the main challenges in this process (Alfiras et al., 2020; Allu-Kangkum, 2021; Alburgawi and Al-Gamdi, 2022; Brzezicki, 2020; Ceylan et al. 2021; Fewella, 2023, Yuan et al. 2022; Grover & Wright, 2023; Lotfabadi and Mousavi, 2022). Most of the studies that explored the effects of Covid-19 pandemic on architectural and design education has design studio focus. In that sense, peer learning and cumulative knowledge gained in the studio have special importance as can be followed from the results of the literature research on this issue. For the last, it should be mentioned that positive aspects of hybrid architectural education for post-pandemic term is highly emphasized, and high rate of demand for it, by both students and tutors, is underlined in the studies (Gill et al., 2020; Ceylan et al., 2021; Iranmanesh and Onur, 2021; Nigam and Kapoor, 2021)

METHODOLOGY

To adopt the architectural color education to a new environment, the researcher needed to consider systematic changes as a reflective practitioner (Schön, 1987; Norton, 2018). In that sense, this study stands as action research which inquires for ways of enriching teaching strategies and development of students' knowledge (Stringer, 2008). Kowaltowski et al. (2020) points to the similarity between the cyclical nature of the action research and the iterative cycle of design processes. In line with that, at the very beginning of the pandemic, as having a design background, the researcher intuitively defined the possible problems in enforced shift to distance education in terms of architectural color education and created an action plan to defeat the possible negative outcomes of the process. In order to analyze the problem adequately, it was necessary to look for the pre-pandemic conditions and the pandemic conditions and set the differences between these two. Elliot (1991) stress the importance of curriculum structure on any action taken for improving learning experiences. In that sense, initially, curriculum of the Düzce University Department of Architecture, the impact and placement of the Color in Space course was analyzed. All the courses were dependent on face-to-face interaction, and there weren't any other color related courses in the curriculum besides the first semester foundation studio in pre-pandemic period. So, to make students comprehend the impacts of color, the researcher had planned to combine color theory with the architecture design studio related practical studies through 2D and 3D, different scaled compositions. In the initial stages of the pandemic time, asynchronous education was deployed, and the researcher altered the planned practical studies. Main problem was finding ways to transmit a physical concept, color, without physical settings and in the lack of instant communication in asynchronous education. At the very beginning of the pandemic time, of course the type or credits of the course did not change, but interaction level and weight of the course in the curriculum were equalized with the other courses because of the asynchronous delivery of all courses. So, the researcher revised the course content in accordance with this delivery method and took new actions. Improving comprehension of basics of color theory, experiencing the color and material combinations and understanding their relationship with emotions, the interior space experience guiding skills through color and material change, and exploring the potential of color in architectural compositions were the main targets of the course; and remained the same along the research process. On the other hand, planned actions were revised weekly according to the submission qualities of the students.

Within this process, to evaluate the effectiveness of newly proposed actions on learning of color in architecture and design, personal or episodic artifacts of the participant students such as assignment outputs, students' self-assessment of their works, visuals of the submissions, the researcher's observations were used as data collection tools (Efron & Ravid, 2019).

The following sections include the details about the research field, participants, data sources and data collection procedures. In this study, to comprehend the effects of applied color exercises, thematic analysis is used to segment and categorize the collected textual and visual data (Given, 2008).



Research Field and Participants

This study was carried out through two hour long theoretical elective course named as MMR 322-Color in Space at Düzce University, Department of Architecture in 2019-2020 / Spring Semester. In Turkey, undergraduate level architecture education consists of eight semesters, and in Düzce University Department of Architecture undergraduate program, MMR 322-Color in Space course is offered in the sixth semester. Students of the course participated in the study voluntarily. For 2019-2020 / Spring Term, 39 students enrolled into the course and 35 of them attended regularly. Although, in total 39 students enrolled into this course, as expected in an educational context, not all of the students completed each task. So, the participant number of each exercise differs from each other, and it is usually less than the total number of participants.

An education period at Düzce University consists of 14 weeks. In the 2019-2020 / Spring Term, the first four weeks of classes were conducted with face-to-face education. Then a mandatory three-week break was given due to COVID-19 Pandemic restrictions. After the break, the education method was shifted from face-to-face education to asynchronous distance education. In the asynchronous period, the researcher prepared each weeks' content by carefully analyzing the previous week's submissions and shared her comments both in weekly presentations and weekly videos that were uploaded to the system. To provide a systematic approach and to mimic the face-to-face weekly schedule, videos and presentations were shared with the students almost always at the same day of the week, and various digital exercises were followed.

Data Sources and Data Collection Procedures

In the course, architecture and design education specific color assignments were carried out after introducing color and light concepts, perceptible characteristics of color such as hue, saturation, colorfulness, value, lightness, brilliance (Agoston, 2013), types of color contrast (Itten, 1970) and color harmony methods. This theoretical introductory part also included several practical coloring exercises about color wheel, color contrast and color harmony. At first, students were able hang their works on the wall and discuss about their color wheel, color contrast and color harmony exercises at regular class hours in a physical setting. Following assignment categories were planned for asynchronous education.

Color, material and emotion relationship focused assignments

To examine the relationship between color, material and emotion, a series of assignments was carried out. In the first assignment, it was aimed to convey how different material characteristics affect color perception. So, each student was asked to find at least 20 material samples that share the same hue. In most cases materials from similar hues were shared. Before the pandemic regulations, students were able to physically examine color and material samples and discuss how the opacity, roughness and glossiness of the material changes the people's approach to the same color.

In the second assignment, the students were introduced to Paul Ekman's (1973) identification of six basic universal emotions and Robert Plutchik's (2001) emotion wheel, and then discussed colors and their emotional connotations in the same physical environment. Thus, they gained the idea of different emotion theories.

In the third assignment, it was aimed to show the importance of assessing the relationship between object and emotion from a holistic perspective, rather than focusing on only one aspect of design including color. This part coincided with the time when asynchronous distance education began. Via lecture notes, the students were informed about Robinson's study (2008) which includes the classification of emotions associated with stimuli from the object. Then, regarding Robinson's study (2008), students were asked to prepare two A5 size compositions reflecting one positive one negative emotion by using the same colors. 31 students uploaded their work to the system. After that, 21 students criticized the compositions of their friends through an online survey. Thus, students were able to understand the potency of design characteristics and to evaluate if the designer could lead the relationship between object and emotion relation.



Interior Color Focused Assignments

Depending on the importance of color choices in creating meaning of the interior, various exercises were executed. Students were asked to propose at least 3 alternative color and material applications to the round HSS steel structure based, non-uniformly curved stair Addition the Art Gallery of Ontario designed by Frank Gehry (Boake, 2013). In this assignment, students were free to use digital and physical tools. Most of them chose to apply new color and material to the stair by digitally manipulating an existing photo of the space. Some of them at first created 3D model and searched for alternatives (Figure 1) and then applied their decision on a web-based photo of the gallery. Following the upload process, all the works were gathered by the researcher and grouped according to their color and material choices. This document was then shared with the students via the university's system, and students were asked to write down one-word comments on the document to reflect what they thought about the new colors of the staircase. For the last, student's comments were brought together and shared with the students as word clouds near visuals of their works. Students were encouraged to analyze their friends' approach to different color alternatives of the staircase. After this stage, students revised their initial submission regarding their friends' comments and proposed final color and material interventions for the staircase.

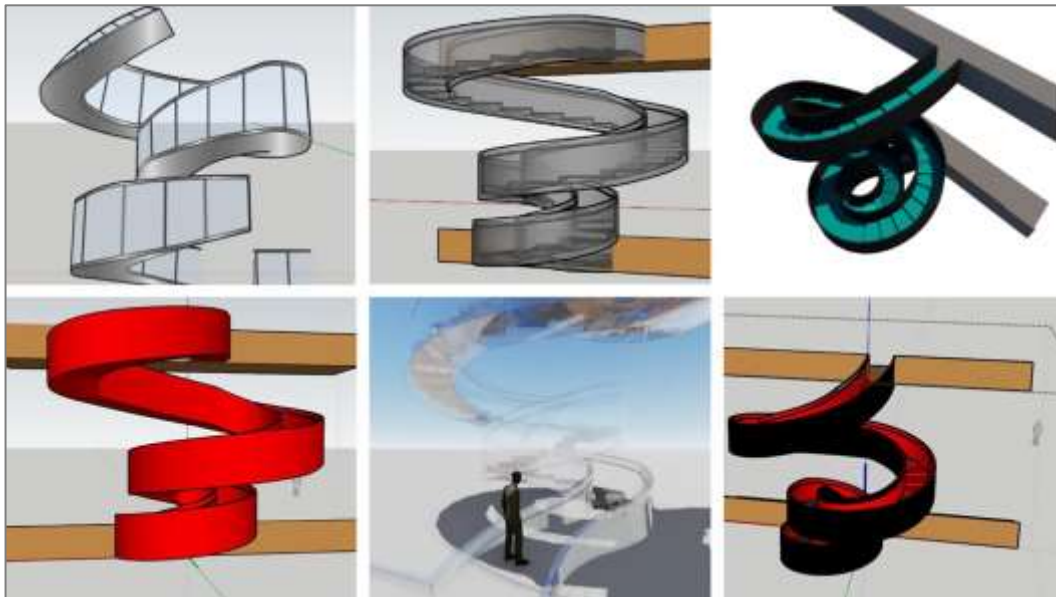


Figure 1. Some of the student works from material and color intervention assignment on an interior element

Facade Color Design Assignments

For facade color exercise, at first students were introduced with how the monochromatic, achromatic and multichromatic facade designs (Glasner & Schmidt, 2010) differ from each other, what changes, and after that they were asked to create their own facade design proposals. In this exercise, facade design of Düzce University Faculty of Forestry building was determined as the research subject, depending on the fact that participating students were taking their courses on that building before the restrictions, and they were familiar with the surrounding environment and the building's usage. The students suggested varying monochromatic, achromatic and multichromatic facade design by using photo manipulation software.

Quest for Color Scheme Creation and Color Harmony Assignment

In the course, many methods were introduced, and exercises related to these methods were carried out to reinforce the students' understanding of color knowledge and color harmony. At the end of the course, 6 weeks long, multilayered study was performed to realize the potential of external sources in the development of color sense. Students opted for an artwork from a group of paintings that was determined before by the researcher. Artworks had open access via google arts and culture website. After the

analysis, students were asked to pixelate the artwork and then create a color scheme from the pixelated version of the artwork. After that step, they applied the determined color scheme on the outer surface of İzmir Silos of Turkish Grain Board, by using photo manipulating software. İzmir Silos of Turkish Grain Board was chosen for its central location and dominant nature of the building. Photos of İzmir Silos of Turkish Grain Board was taken by the researcher and delivered to the students.

FINDINGS

Controlling Reflected Emotions Through Color and Material Combinations

Within the scope of this research, effects of color and material combination on a person's emotions were studied with various exercises. In the first exercise, students explored the effect of opacity, roughness, glossiness and they created different material and color combinations and discussed together all the course time. In this process, the researcher observed that at first, they had strict emotional associations with colors; however, they discovered with surprise that a plushy indigo sample was creating more positive emotional attachments than a shiny warmer colored metal sample.

In the second exercise, students were participating in the group discussions about emotion theories with more interest because they were able to see their friends' facial expressions while they were talking about emotions and colors. On that stage, the researcher observed that Plutchik's emotional wheel caused confusion for some students. Some students tried to associate the mentioned emotion and background color of it in the visual presentation of the wheel and did not agree with the color choice of the emotion. For example, one of the students mentioned "How green can be related to fear or terror!".

In the third exercise, they created two different (one positive one negative) emotion associated compositions regarding Robinson's (2008) emotion segmentation related with objects properties. Robinson (2008) categorizes positive emotions into three subgroups as 1) interest, curiosity; 2) attraction, desire, admiration; 3) surprise, amusement. And similarly, Robinson (2008) categorizes negative emotions into three subgroups as 1) alarm, panic; 2) aversion, disgust, revulsion; 3) indifference, familiarity, habituation. In total 31 students created compositions; and delivered to the researcher by using university's system in asynchronous education. After that researcher gathered their compositions and formed a survey to measure all participant students' compositions and emotion association levels. Survey results showed that even though there was a lack of tactile experience with the compositions, most of the students' compositions were successful to differentiate positive or negative association. And a few of them managed to reach their targeted emotion association only through presenting visuals of them. However, it should be noted that, for the last exercise (emotion and object properties relation evaluation), depending on the essence of the distance education, tactile characteristics of the compositions were not fully grasped by the students. They evaluated the compositions under different lighting conditions, from different screens, in different environmental settings and participants' previous experiences with materials in the compositions might have helped to fulfill lack of tactile interaction with the offered compositions. Thus, results might show differences if participants experience the compositions in the same physical and environmental settings.

Altering The Experience of the Interior Space by Changing the Color

In interior color intervention exercise, while some of the students focused only on color change, others examined the effects of different materials. In addition to color and material interventions, some students tried to change the function of the stairs and suggested new experiences on it. At this stage, the outputs of the submissions were divided into groups by the researcher according to color, material and experience differences; and then the students commented on these groups. While generating the subgroups, material focused interventions also were divided into the subgroups according to their distinctive features of the color. Natural stone, wooden and glass alternatives are the most common ones that students proposed for the staircase. Other than these material focused alternatives, in terms of color change, students tried red more than other color alternatives.

In their comments, students mostly criticized new color and material proposals by using adjectives and descriptive phrases. To evaluate the students' approaches to the alternative color application of an interior element, focused codes were formed by the researcher. Students' comments were analyzed

through two different code clusters generated from the studies of Horiguchi and Iwamatsu (2018) and Gao et al. (2007). The first code cluster was generated in accordance with the main words from the unofficial translation of Kobayashi's "Word Image Scale" by Horiguchi and Iwamatsu (2018). The scale is related to Kobayashi's (1981) "Adjective Image Scale". The main reason for choosing this scale as a source of code is that in asynchronous education, students were able to reflect their comments about the newly colored staircase only by writing the words. In this scale, as being developed for product planning, value attributes are reflected through using adjectives, and the subgroups that share similar attributes are placed in between warm-cool and soft-hard axes (Horiguchi and Iwamatsu, 2018). These subgroups are *dynamic, gorgeous, wild, classic, classic & stylish, stylish, chic, formal, modern, cool casual, clear, natural, romantic, elegant, pretty, casual*; and form the first code cluster in this study. Students' comments to each material and color group were analyzed through these codes, and frequency level of each code for different material and color is shared in Figure 2.

The analysis of material and color interventions within the context of the "Word Image Scale" (Horiguchi & Iwamatsu, 2018; Kobayashi, 1981) suggests that, overall, students perceive the new compositions similarly to their peers. However, a closer examination reveals interesting insights when cases are considered individually. For example, it has been revealed that impacts of glass usage for rails and for steps were different. While the transparent characteristics of the rail mostly created positive impacts and help the staircase being described mostly with clear and dynamic categories related words, transparent steps were found more impressive, strong and thrilling, thus its gorgeous characteristics perceived more dominant than its clear characteristics. In addition to that, metal interventions showcased a distinction between cold and warm characteristics, influencing students' perceptions. Also, the wooden interventions demonstrated the manipulative power of using different tones of the same material. Experience-focused interventions were perceived as dynamic compositions, with notable emphasis on casual and modern values.

The second code cluster was generated from the study of Gao et al. (2007) and contains twelve pairs of color emotional words as *soft - hard, deep - pale, gaudy - plain, warm - cool, passive - dynamic, strong - weak, striking - subdued, vivid - sombre, turbid - transparent, vague - distinct, heavy - light, light - dark*. Similarly, to the first code cluster, students' comments to each material and color group were analyzed through these codes, and frequency level of each code for different material and color is shared in Figure 3. Twelve adjective pairs from the study of Gao et al. (2007) reflect the distinctive color emotion attributes of an object. Accordingly, when the students' responses are analyzed through this framework, diversity in color emotion traits stands out for each material and color composition group. Results of this analysis carries similarities with the first one. For example, glass usage in the new compositions shows slightly different impacts on students depending on its placement. Or the striking properties of both cold and warm metal interventions were almost equally highlighted, but warm colored metal compositions were found to be more dynamic while the cold one was found to be more distinctive.

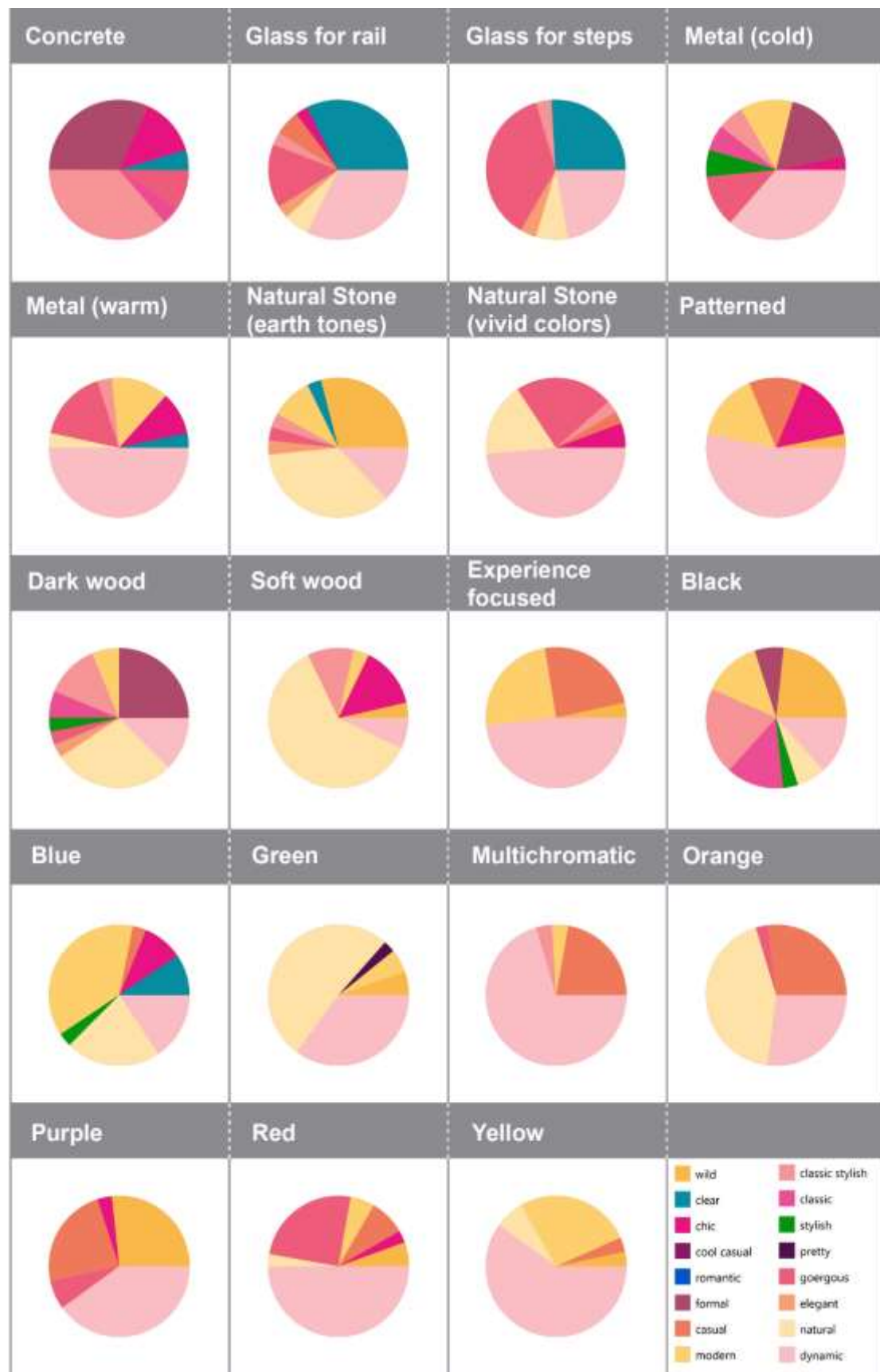


Figure 2. Frequency levels of the codes generated from the study of Horiguchi and Iwamatsu (2018) for different material and color interventions

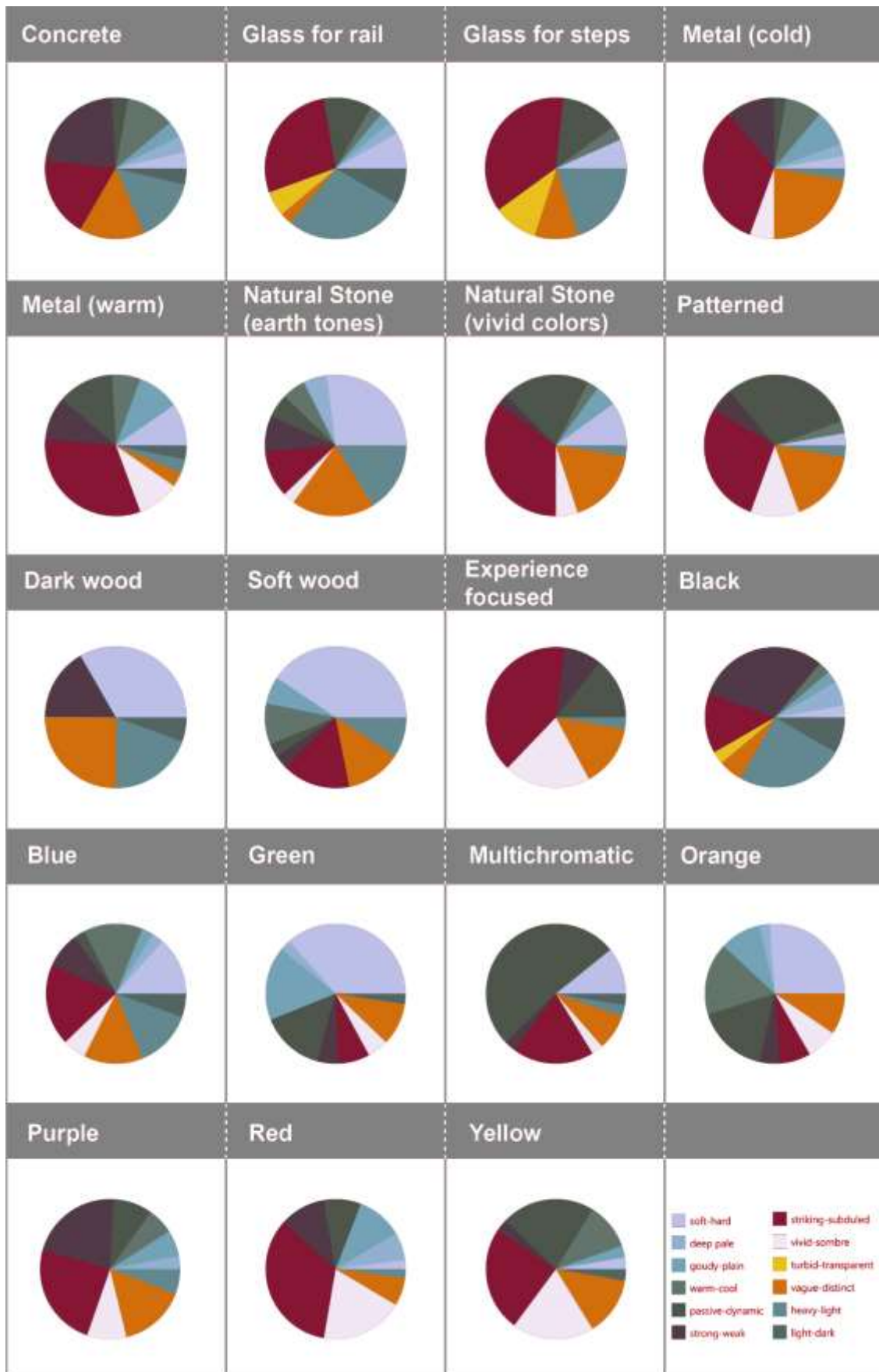


Figure 3. Frequency levels of the codes generated from the study of Gao et al. (2007) for different material and color interventions

Facade Color Design

In this study, the proposed facade color design exercise was planned to improve students' knowledge about different types of chromatic combinations, and social and environmental values that facade designs imply. The works of students show that the proposed facade color exercises were successful in the comprehension of monochromatic, achromatic and multichromatic approaches to color composition. However, in terms of developing facade designs that reflect social and environmental characteristics, the proposed exercises did not reach the targeted level. When planning the task, it was thought that it would help the students to propose a color composition by paying attention to environmental and social values of the campus, but no trace of such an approach was found in the student works (Figure 4).



Figure 4. Some of the student works from facade color design assignment

To sum up, the group covered well the differences between monochromatic, achromatic and multichromatic facade color applications, but they treated the task by focusing only on the building itself and color change. They were not concerned about the social and environmental characteristics that the buildings attached to.

Benefiting Outer Sources in Creating Color Combinations to Manage Color and Space Relation

To develop the sense of color harmony, a series of exercises were planned within the scope of this research. In the first phase of the exercises, in the creation of the color scheme phase, benefiting from outer sources were encouraged. At first, each student worked with a pre-determined artwork and analyzed the colors of that artwork by pixelating it. Then, each student decided their color scheme by benefiting from the previous artwork analysis. Students applied their color scheme by manipulating the photo of İzmir Silos of Turkish Grain Board. The building complex was built in 1958, located in the city's developing railway network, port hinterland and other industrial areas and became a symbol of the city's agricultural wealth and history (Karadağ & İncedere, 2020). Now, its location has turned into a central urban point of İzmir metropole, and in addition to its agricultural industry root, it also carries the marks of change in urban culture. So, students were expected to consider all these aspects while creating

the new compositions. At the first stage, students delivered their initial searches for the impacts of different surface qualities while using the same color scheme (Figure 5), and then the researcher gathered them in a new document and transmitted the initial ideas of their peers.



Figure 5. Examples of students' initial color scheme applications for İzmir Silos of Turkish Grain Board

For the final submission of this assignment students revised their initial ideas and critiqued their final outputs in terms of architectural context. They evaluated the final proposal in terms of design elements, social and environmental context. Most of the students managed to change the effects of different design elements, changed the dynamism and tried to achieve a new rhythm, a new order and harmony just by changing the color, as in Figure 6. On the other hand, the investigation of the social and environmental context was more in the background compared to the focus on design elements.



Figure 6. An example of finals submission for İzmir Silos of Turkish Grain Board assignment and original photos of the buildings used in the assignment

CONCLUSION

Being aware of the significance of practicing color in architecture in a correct way, this study delved into the effectiveness of color studies in distance architectural education during the COVID-19 pandemic, specifically focusing on the comprehension of color theory, the experience of color and material combinations in relation to emotions, the guidance of interior space experiences through color and material changes, and the exploration of the potential of color in architectural compositions. The findings revealed the pros and cons of the applied methods on delivering the targeted topics. Students did well in comprehension of basics of color theory.

Color, part of the sophisticated vision procedure, is a distinguishing factor of physical surfaces (Smart, 1997; Kuehni, 2012). In other words, our typical sensation of color is highly dependent on the material world. In this study, discriminating behaviors of colors were experienced through materials having different surface qualities by students. Findings showcased that tactile experience in the same physical setting is valuable in terms of understanding material effect. Face-to-face interaction seems to be advantageous for comprehending the people's emotional reactions to the color and material combinations. With the support of the first five weeks' physical experimentation with material and color, students showed notable improvement in achieving target emotions through their design regarding Robinson's (2008) emotion segmentation related with objects properties.

As Rasmussen (1964) highlighted creating spatial experiences and providing adequate function with a tailored composition of design elements is the key aspects of architecture discipline. While experiencing a space, people attribute values to these spaces, create meanings through interaction with that space. Interaction level increases with interiority since the scale is more compatible with the human dimension and human senses in interior spaces. Thus, in terms of architecture, interior space experience of people needs to be carefully planned with the application of design elements. In that sense, students explored this through the color changes in the spiral stairs. Thus, as Manav (2017) described, they could reflect their experience, memories, culture and perception through new color interventions. Furthermore, they found a chance to evaluate their color choices' effects on other people's perception of an interior element, and they were able to track similarities in the others' perception to the new color design proposals. When the shared thoughts on the new proposals analyzed through the "Word Image Scale" from the study of Horiguchi and Iwamatsu (2018) and "Color Emotional Word Pairs" Gao et al. (2007), it has been revealed that even though there weren't any kind of interaction between students in asynchronous education, it had been possible to create similar the interior space experiences only by a digital visual. On the other hand, findings about this exercise showed that dynamic form of the stairs had affected students' evaluation in some cases. So, it is obvious that in architecture and design education, even though via asynchronous online methods, it would be possible to transmit the potential of color change on guiding the individuals' interior space experience.

Although, all the planned actions were carried out to improve the students' color practice skills in terms of architecture, some of the course works were specifically designed to contribute to comprehending colors' dominancy and power on certain aspects of an architectural design. In that sense, at first color design of facades examined through various exercises. This exercise included familiar places for students or their own projects to provide enough data for them to evaluate their color proposals comprehensively with its physical, social and environmental aspects. However, results showed that although most of them was successful in comparing how color affected the perception of other design elements and architectural design, in general they did not set solid links between the buildings' environmental and social context. In other words, they approached the process in a singularity way, they did not consider the whole. Facades' importance on creating visual character of an urban area and buildings' time and value reflective properties were not explored much through these actions (Serra and Codoner, 2014; Ferring; 2014; Lee et al., 2020). On the other hand, benefiting from outer resources and mimicking color schemas of valuable artworks helped them to explore the effects of harmonic color schemas in improving aesthetic quality of architectural designs and increasing users' place attachment level.

In summary, while online education demonstrated effectiveness in certain aspects of architectural color education, face-to-face interactions remained crucial for a comprehensive understanding of the emotional and tactile dimensions of color and material combinations. Similar to the other studies in distance architectural education, the study underscores the importance of integrating various modes of communication to fully cover the multifaceted nature of color in architectural education. As in the professional practice in architecture and design, architecture and design education need to carry harmonic amendments with its time and place.

REFERENCES

- Adedoyin, O. B., & Soykan, E. (2023). COVID-19 pandemic and online learning: the challenges and opportunities. *Interactive Learning Environments* , 31(2), 863-875.
<https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1813180>
- Agoston, G. A. (2013). *Color Theory and Its Application in Art and Design (Vol. 19)*. Springer.
- Akçay Kavakoğlu, A. G., Domingo-Callabuig, D., & Bilen, Ö. (2022). Architectural design communication (ADC) in online education during COVID-19 pandemic: A comparison of Turkish and Spanish universities . *Open House International* 47(2): 361-384. *Open House International*, 47(2), 361-384. <https://doi.org/10.1108/OHI-07-2021-0144>
- Alburgawi, S. A., & Al-Gamdi, M. A. (2022). Impact of COVID-19 pandemic on architecture design studio pedagogy in Saudi Arabia. *Open House International*, 47(4), 594-604.
<https://doi.org/10.1108/OHI-12-2020-0178>
- Alfiras, M., Bojiah, J., & Yassin, A. A. (2020). COVID-19 pandemic and the changing paradigms of higher education: A Gulf university perspective. *Asian EFL Journal*, 27(5), 339-347.
- Allu-Kangkum, E. L. (tarih yok). COVID-19 and sustainable architectural education: challenges and perceptions on online learning. *IJRDO-journal of Educational Research* , 6(2), 7-12.
- Amro, D. K. (2022). The Impact of COVID-19 Lockdown on Design Students' Performance Case Study in the UAE . *International Journal of Art & Design Education* , 41(1), 108-124.
<https://doi.org/10.1111/jade.12378>
- Asensio, P., & Kliczkowski, H. (2002). Legorreta+ Legorreta. A Aspan,SL.
- Boake, T. M. (2013). *Understanding Steel Design: An Architectural Design Manual*. Walter de Gruyter.
- Brzezicki, M. (2020). Strengths and weaknesses of architectural education on-line classes conducted during COVID-19. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 18(4), 381-386.
- Carlos, J., & Cesar, D. (2018). Reflections and experiences on the teaching of colour in the architecture and urbanism course in the University of São Paulo. *Journal of the International Colour Association*(22), 15-22.
- Cesar, J. C. (2018). Chromatic harmony in architecture and the Munsell color system. *Color Research and Application*, 43(6), 865-871. <https://doi.org/10.1002/col.22283>
- Ceylan, S., Şahin, P., Seçmen, S., Somer, M. E., & Süher, K. H. (2021). An evaluation of online architectural design studios during COVID-19 outbreak. *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research* , 15(1), 203-218. <https://doi.org/10.1108/ARCH-10-2020-0230>
- Csillag, P., Lucia, A., & Hirschler, R. (2018). Overview of colour education in Brazilian Universities: a focus on design courses in the state of São Paulo. *Journal of the International Colour Association*(22), 4-14.
- Daniel, S. J. (2020). Education and the COVID-19 pandemic. *Prospects* , 49(1), 91-96.
<https://doi.org/10.1007/s11125-020-09464-3>
- Efron, S. E., & Ravid, R. (2019). *Action Research in Education: A Practical Guide*. Guilford Publications.
- Ekman, P. (1973). Universal facial expressions in emotion. . *Studia Psychologica*, 15(2), 140-147.
- Elliot, J. (1991). *Action Research for Educational Change*. McGraw-Hill Education (UK).
- Erkök , F., Eren, Ç., Uz Sönmez , F., & Aydınli, S. (2006). A paradigm shift in the first year design education. *ITU A/Z* , 2(1), 62-78. <https://doi.org/https://www.az.itu.edu.tr/>
- Fallatah, S. A.-1.-2. (2020). Senior interior design students' perceptions about distance learning in the shadow of COVID-19. *Journal Of Public Health Research* , 9(1), 29-37.
<https://doi.org/10.4081/jphr.2020.1914>
- Ferring , M. (2014). Color and architecture in 1970s Sweden. *Color Research and Application* , 39(5), 492-498. <https://doi.org/10.1002/col.21839>
- Fewella, L. N. (2023). Impact of COVID-19 on distance learning practical design courses. *International Journal of Technology and Design Education*, 33, 1703-1726.
<https://doi.org/10.1007/s10798-023-09806-0>
- Gao, X. P., Xin, J. H., Sato, T., Hansuebsai, A., Scalzo, M., Kajiwar, K., . . . Billger, M. (2007). Analysis of cross-cultural color emotion. *Color Research & Application* , 32(3), 223-229.



- <https://doi.org/10.1002/col.20321>
- Gill, A. S., Irwin, D. S., Ng, R. Y., Towey, D., Wang, T., & Zhang, Y. (2020). The future of teaching post-COVID-19: Microlearning in product design education. *2020 IEEE International Conference on Teaching, Assessment, and Learning for Engineering* (s. 780-785). IEEE. Doi: 10.1109/TALE48869.2020.9368322
- Given, L. M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Sage publications.
- Glasner, B., & Schmidt, P. (2010). *Chroma: Design, Architecture and Art in Color*. DE GRUYTER.
- Glasser, D. (2000). Reflections on architectural education. *Journal of Architectural Education*, 53(4), 250-252. <https://doi.org/10.1162/104648800564662>
- Gou, A., & Wang, J. (2017). A comparison between wishes and status: Gray is not the preference for residents while the city shows neutral colors. *Color Research and Application*, 42(5), 650-663.
- Grover, R., & Wright, A. (2023). Shutting the studio: the impact of the Covid-19 pandemic on architectural education in the United Kingdom . *International Journal of Technology and Design Education*, 33(3), 1173-1197. <https://doi.org/10.1007/s10798-022-09765-y>
- Gunawardena, C. N., & McIsaac, M. S. (2013). Distance education. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (s. 361-401). içinde Routledge.
- Hassanpour, B. (2023). Transformational contribution of technology to studio culture: experience of an online first-year architecture design studio during the COVID-19 pandemic . *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research* , 17(2), 393-408. <https://doi.org/10.1108/ARCH-12-2021-0328>
- Horiguchi, S., & Iwamatsu, K. (2018). From Munsell color system to a new color psychology system. *Color Research & Application*, 43(6), 827-839. <https://doi.org/10.1002/col.22286>
- Iranmanesh, A., & Onur, Z. (2021). Mandatory virtual design studio for all: Exploring the transformations of architectural education amidst the global pandemic . *International Journal of Art & Design Education*, 40(1), 251-267. <https://doi.org/10.1111/jade.12350>
- Itten, J. (1970). *The Elements Of Color*. (Van Hagen E, translator; F. Birren, editor). John Wiley & Sons.
- Janssens, J., & Mikellides, B. (1998). Color Research in Architectural Education — A Cross-Cultural Explorative Study. *Color Research and Application*, 23(5), 328-334. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6378\(199810\)23:5%3C328::AID-COL9%3E3.0.CO;2-Y](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6378(199810)23:5%3C328::AID-COL9%3E3.0.CO;2-Y)
- Jover, L. N., & Alba, C. L. (2002). Perception and Phenomenology of Light and Colour in the Architecture of Luis Barragán. M. A. Ródenas-López, j. Calvo-López, & M. Salcedo-Galera (Dü.), *Architectural Graphics. EGA 2022. Springer Series in Design and Innovation*. içinde 23, s. 333-341. Cham: Springer.
- Karadağ, A., & İncedere, L. (2020). Kentsel belleğin sürdürülebilirliği açısından İzmir'deki endüstri miras alanlarının önemi: Alsancak liman ardi bölgesi örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(1), 57-71.
- Kaya, N., & Crosby, M. (2006). Color associations with different building types: An experimental study on American college students. *Color Research and Application*, 31(1), 67-71. <https://doi.org/10.1002/col.20174>
- Kobayashi, S. (1981). The aim and method of the color image scale. *Color Research & Application* , 6(2), 93-107. <https://doi.org/10.1002/col.5080060210>
- Kowaltowski, D. C., Gomes da Silva, V., de O Neves, L., Deliberador, M. S., Zara, O. O., Colieto, G. M., & Victorio, E. R. (2020). Action research and architectural sustainable design education: A case study in Brazil. *International Journal Of Technology and Design Education*, 30, 815-836. <https://doi.org/10.1007/s10798-019-09525-5>
- Kuehni, R. G. (2012). *Color: An Introduction To Practice And Principles*. John Wiley & Sons.
- Lee, K., Yang, Y., & Zheng, Z. (2020). Research on color harmony of building façades. *Color Research and Application*, 45(1), 105-119. <https://doi.org/10.1002/col.22448>
- Lotfabadi, P., & Mousavi, S. A. (2022). Adaptation of architectural education pedagogy in addressing COVID-19 pandemic . *Journal of Educational Technology and Online Learning*, 5(4), 1094-1105. <https://doi.org/10.31681/jetol.1150608>
- Manav, B. (2017). Color-emotion associations, designing color schemes for urban environment-architectural settings. *Color Research and Application*, 42(5), 631-640. <https://doi.org/10.1002/col.22123>



- Manav, B. (2007). Color-emotion associations and color preferences: A case study for residences. *Color Research and Application* , 32(2), 144-150. <https://doi.org/10.1002/col.20294>
- Martosenjoyo, T. (2021). Architecture education during the covid-19 pandemic. *Education Quarterly Reviews*, 4(4), preprint.
- Meerwein, G., Rodeck, B., & Mahnke, F. (2007). *Color-communication in architectural space*. De Gruyter.
- Megahed, N., & Hassan, A. (2022). A blended learning strategy: reimagining the post-Covid-19 architectural education. *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research*, 16(1), 184-202. <https://doi.org/10.1108/ARCH-04-2021-0081>
- Nigam, S., & Kapoor, V. (2021). Perspective of interior design students towards online classes amid COVID-19 pandemic in India. *The Online Journal of Distance Education and e-Learning*, 9(2), 275-284.
- Norton, L. (2018). *Action research in teaching and learning: A practical guide to conducting pedagogical research in universities*. Routledge.
- Plutchik, R. (2001). The nature of emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice . *American Scientist*, 89(4), 344-350.
- Rasmussen, S. E. (1964). *Experiencing architecture*. MIT Press.
- Robinson, D. L. (2008). Brain function, emotional experience and personality. *Netherlands Journal of Psychology* , 64, 152-168. <https://doi.org/10.1007/BF03076418>
- Schön, D. A. (1987). *Educating the reflective practitioner: Toward a new design for teaching and learning in the professions* . Jossey-Bass.
- Serra, J. (2013a). Three color strategies in architectural composition. *Color Research and Application*, 38(4), 238-250. <https://doi.org/10.1002/col.21717>
- Serra, J. (2013b). The versatility of color in contemporary architecture. *Color Research and Application*, 38(4), 344-355. <https://doi.org/10.1002/col.21734>
- Serra, J., & Codoner, A. (2014). Color composition in postmodern western architecture. *Color Research and Application*, 39(4), 399-412. <https://doi.org/10.1002/col.21814>
- Smart, J. C. (1997). On some criticisms of a physicalist theory of colors. A. Byrne, & D. R. Hilbert içinde, *Readings on Color: The philosophy of color (Vol. 1)*. MIT Press.
- Stringer, E. T. (2008). *Action research in education*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Unver, R. (2002). Color education in architecture. *9th Congress of the International Colour Association*. 4421, s. 1000-1003. Rochester, NY: SPIE. <https://doi.org/10.1117/12.464645>
- Ural, S., Akbay, S., & Altay, B. (2002). Progression of color decision making in introductory design education . *Color Research and Application* , 42(6), 849-860. <https://doi.org/10.1002/col.22129>
- Yuan, J., Xie, Y., & Brooks, K. (2022). Explore industrial design pedagogy under the pandemic in the US. in Lockton, D., Lenzi, S., Hekkert, P., Oak, A., Sádaba, J., Lloyd, P. (eds.) *DRS2022: Research Papers* (s. 1-13). Bilbao, Spain: DRS. <https://doi.org/10.21606/drs.2022.456>





GEÇMİŞİ YENİDEN İNŞA ETMEK: TARİH, SİNEMA VE MİMARLIK BAĞLAMINDA KLEO DİZİSİNİN MEKÂNSAL ANALİZİ

RECONSTRUCTING THE PAST: A SPATIAL ANALYSIS OF THE KLEO SERIES IN THE CONTEXT OF HISTORY, CINEMA, AND ARCHITECTURE

Şölen KÖSEOĞLU¹



ORCID: Ş.K. 0000-0002-2929-8766

Corresponding author/Sorumlu yazar:
Şölen Köseoğlu

E-mail/E-posta: solen.koseoglu@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %7

Revision Requested/Revizyon talebi:
15.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 15.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Köseoğlu, Ş. (2025). Geçmiş Yeniden İnşa Etmek: Tarih, Sinema ve Mimarlık Bağlamında Kleo Dizisinin Mekânsal Analizi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 394-409.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614857>

Öz

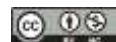
Bu çalışmanın amacı, Kleo (2022) dizisinin görsel olarak hangi tasarım ilkeleriyle tasarlanmış olduğunu mekânsal tercihler üzerinden analiz etmektir. Yapılan analiz sonucunda, Doğu ve Batı Almanya'ya ait mekânların tasarımında ideolojik ve kültürel çatışmaları vurgulayan görsel bir dilin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dizide iki zıt kutup olarak sunulmuş olan Doğu ve Batı Berlin'in mekânları, politik farklılıkları temsil eden sembollerle detaylandırılmıştır. Doğu Almanya, sosyalist ideolojiye özgü gri cepheli anıtsal yapılar, yoğun mavi ve kırmızı renklerle dekore edilmiş iç mekânlar ile betimlenmiş; mütevazı bir yaşam tarzını yansıtmıştır. Batı Berlin ise modern villalar, renkli dergiler, İngilizce konuşmalar ve ekonomik refahı simgeleyen modern mobilyalarla bireysel özgürlükçü bir yaşam biçimini öne çıkarmıştır. Konut tasarımları, Doğu ve Batı arasındaki farklılıkları belirginleştiren unsurların başında gelmiştir. Doğu Berlin'deki çok katlı apartmanlar, yoğun renk kullanımıyla ve ortak yaşam vurgusuyla dikkat çekmiştir. Batı Berlin'deki çağdaş villalar ise bireyselliğin ve refahın simgesi olmuştur. Dizide kullanılan nesneler, ideolojik ayrışmayı güçlendirmiştir; Doğu'da askeri semboller ve yerel ürünler, Batı'da ise Amerikan filmleri ve pop art tablolar öne çıkmıştır. Dizide en çok kullanılan tasarım elemanı renktir ve bu unsur hem Doğu hem Batı'da en vurgulu ortak unsurdur. Rengin yoğun kullanımı mekânlara hakim olmuş, nostaljik bir geçmiş duygusu yaratmış ve dönemin atmosferini güçlendirmiştir. Kleo, mekânları sadece fiziksel bağlam yaratmanın ötesine taşıyarak, karakterlerin hikâyelerini derinleştirmiş ve toplumsal yapıya dair zengin bir analiz sunmuştur. Mekânların bu çok katmanlı kullanımı, dizinin görsel kimliğini etkileyici bir şekilde tamamlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Sinema, Mimarlık, Tasarım, Renk.

Abstract

The aim of this study is to analyze the visual design principles of the Kleo (2022) series through spatial preferences. As a result of the analysis, it was concluded that a visual language emphasizing ideological and cultural conflicts was used in the design of the spaces belonging to East and West Germany. The spaces of East and West Berlin, presented as two opposite poles in the series, were detailed with symbols representing political differences. East Germany was depicted with monumental structures with gray facades specific to socialist ideology and interiors decorated in intense blue and red colors. West Berlin, on the other hand, emphasized an individual libertarian lifestyle with modern villas, colorful magazines, English speeches, and modern furniture symbolizing economic prosperity. Housing designs were among the primary elements that highlighted the differences between East and West. The multi-storey apartment buildings in East Berlin attracted attention with their intense use of color and emphasis on communal living. The contemporary villas in West Berlin became the symbol of individuality and prosperity. The intensive use of color dominated the spaces, created a nostalgic sense of the past, and strengthened the atmosphere of the period. This multi-layered use of spaces impressively completed the visual identity of the series.

Keywords: Television, Cinema, Architecture, Design, Color.



GİRİŞ

Mekânlar gündelik hayatta her türden iletişimin gerçekleştiği alanlardır. Bunun yanı sıra mekânlar, görsel iletişimin bir aracı olarak kurgulanabilirler. Mekânlar, bilinçli olarak herhangi bir mesajı iletmek üzerine kurgulanmasalar bile fiziksel çevre onu algılayan her insanda bir izlenim oluşturur. Fiziksel çevre onu algılayan insanları etkiler. Mekânsal tasarım, gündelik hayatta olduğu gibi sinemada da izleyiciye bazı bilgileri aktarma görevini yerine getirebilir. Görsel iletişimin aracı olarak mekânların tasarımı temel tasarım ilkeleri çerçevesinde değerlendirilebilir. Mekânlar, diğer tasarım öğeleri gibi renk, doku, ölçü-oran, uyum-zıtlık, tekrar ve simetri gibi ilkeler kullanılarak tasarlanabilirler. Tasarım ile ilgili tüm bu kararlar, fiziksel çevreyi algılayan insanlarda belirli duygular uyandırabilir. Benzer şekilde, bu çevreyi içeren filmleri izleyen kişilerde de benzer hisler ortaya çıkabilir. Buradan hareketle bu çalışmada *Kleo* (Hackfort vd., 2022) dizisi, dizide kullanılan mekânlar aracılığıyla analiz edilecektir.

Kleo dizisi 2022 yılında gösterime giren ve “gerilim-aksiyon” türünde sınıflandırılan Almanya yapımı bir dizedir (Netflix, 2024). Dizinin konusu, 1990 yılında Berlin Duvarı’nın yıkılmasının ardından tutulduğu hapisneden salıverilen Doğu Almanyalı eski bir casusun, ona ihanet edenlerden intikam alma sürecidir. Dizinin bu makale için önemi ise, dizide belirli bir tarihsel dönemin görsel açıdan yeniden inşa edilmesidir. Bu makale kapsamında, bahsedilen yeniden inşa sürecinde anlatı evreni oluşturulurken hangi mekânsal öğelerden yararlanıldığı, geçmişi bugünden ayıran öğelerin nasıl temsil edildiği, dizi kadrosundaki tasarımcıların nasıl bir tutum sergilediği önemsenmektedir. Çalışma, *Kleo* (2022) dizisinin bugüne kadar yayınlanan ilk sezonundaki 8 bölümü içerecektir. Dizideki öykü büyük oranda Almanya’da geçmesine rağmen dizide İspanya, Şili gibi başka ülkeler de gösterilmektedir. Buna rağmen çalışmanın araştırma sorusu iki kutuplu dünya ve özellikle de bölünmüş haliyle Berlin ile ilgili olduğu için çalışma Almanya (Doğu Almanya ve Batı Almanya) dışında kalan ülkeleri içermeyecektir.

Çalışmada öncelikli olarak, tarihin belirli bir dönemini anlatan dizide, ideolojik referanslarla görsel iletişim tasarımının örtüşüp örtüşmediği araştırılacaktır. Tarihsel olarak birbirine zıt iki kutup olarak konumlandırılan Doğu Berlin ile Batı Berlin’i temsil etmek için seçilen mekânların tasarımları açısından zıt mı yoksa uyumlu mu olduklarını ölçmek çalışmanın birincil amacıdır. Çalışma, buna ek olarak, aşağıdaki araştırma sorularına cevap vermeyi hedeflemektedir:

1. *Kleo* (2022) dizisi 1987-1990 yılları arasında soğuk savaş dönemi Berlin’ini anlatmak amacıyla hangi mekân türlerini kullanmaktadır?
2. Doğu Berlin ve Batı Berlin’e ait mekânlar dizide hangi tasarım ilkeleri ile tasarlanmışlardır? Bu elemanlar ve tasarım yaklaşımı ikisi için de ortak mıdır, farklı veya zıt mıdır?
3. Geçmişte kalan tarihsel bir dönem, görsel olarak yeniden inşa edilirken hangi nesnelerden yararlanılmıştır?

Çalışmanın yöntemi nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizidir. Analiz edilecek tasarım elemanları, dizideki görüntülerdir. Görüntülerdeki mekânsal öğeler, renk, doku, ölçü-oran, uyum-zıtlık, tekrar ve simetri gibi tasarım ilkeleri açısından değerlendirilecektir.

Literatürde *Kleo* (2022) dizisi hakkında yapılmış benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Makalenin, soğuk savaş dönemi mekânları ve bu dönemin günümüzde yeniden yorumlanması ile ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR

Sinema ve mimarlık birbirleri ile etkileşim halinde olan iki sanattır. İki alan da pek çok benzerlik ve ortaklık içerir. Zaman içinde sinema mimarlıktan, mimarlık da sinemadan etkilenmiştir ve iki alan arasındaki etkileşim pek çok farklı boyutta gerçekleşmiştir. İki alan da modern dönemde rasyonel tahayyülün bir parçası olarak evrilmişlerdir ve iki alandan uzmanlar birbirlerinden etkilenecek bir arada çalışmışlardır (Baysan Serim, 2007).

Sinema ve mimarlık arasındaki pek çok ortaklıktan biri bu yazı kapsamında diğerlerinden daha önemlidir: iki sanat da içinde yaşanan mekânı içerir. Bu özellik nedeniyle Pallasmaa’ya (2001) göre sinema mimarlığa en yakın sanat dalıdır. Buna ek olarak film ve dizilerde mekânın nasıl tasarlandığı ve anlatıya ne kattığı bu alan için önemlidir.



Ayrıca, sinema göstergeler sistemiyle açıklanır ve göstergeler düzleminde film, bir temsil düzenine indirgenir (Uslu, 2014). Benzer şekilde modern dönemden itibaren mimarlık hakkında düşünmek; mekân sorunu ile temsil sorunu arasında mekik dokumak demektir. Bu sistem içinde mimarlık artık bir temsil sistemi olarak, daha doğrusu üst üste binmiş bir dizi temsil sistemi olarak algılanır (Colomina, 2011). Bu nedenle iki alan da incelenirken temsillerin ne anlama geldiği, hangi amaçla kurgulandığı, bu çerçevede nasıl tasarlandığının (hangi tasarım elemanları ve ilkeleri ile) araştırılması uygun olacaktır. Çünkü mimarlıkta, herhangi bir konuyu, temayı, birtakım referanslar bağlamında temsil etme becerisi geliştirilirken, benzer şekilde sinemada gözlerimizle gördüğümüz çıplak gerçekliğin aynısı değil; temsildir (Baysan Serim, 2007).

Sinema mimarlık ilişkisi konusunda ülkemizde yapılan çalışmalar büyük oranda akademi kökenlidir. Alandaki ilk çalışmalar 1997’den itibaren gerçekleştirilen lisansüstü tezlerdir. Sinema – mimarlık etkileşiminin özellikle mimarlar tarafından araştırıldığı yüzün üzerinde tez bu alanda büyük bir birikim oluşturmuştur. Bu alanda yayınlanan ilk ve en önemli kitaplardan biri olan Mehmet Öztürk’ün *Sinemasal Kentler* (2002) kitabı da yazarın doktora tezinden üretilmiştir. Kitapta yazar pek çok kentin filmlerde nasıl temsil edildiğini çok yönlü bir biçimde incelemiştir.

Aynı yıllarda yayımlanan Fatoş Adiloğlu’nun *Sinemada Mimari Açılımlar: Halit Refiğ Filmleri* (2005) kitabı metodoloji açısından araştırmacılara yol gösteren, ülkemizdeki sinema – mimarlık çalışmalarının erken ve detaylı örneklerinden biridir. Bir diğer çalışma da Açalıya Allmer tarafından derlenen metinlerden oluşan *Sinemekân Sinemada Mimarlık* (2010) kitabıdır. Bu kitapta, seçilen bazı film mekânları analiz edilerek sinemada mekân kullanımı hakkında çıkarımlar yapılmıştır.

Bu alandan, burada değinilecek son kaynaklar ise oldukça yeni yayınlardır:

- *Sinemada Mimarlık*, Hikmet Temel Akarsu, Nevnihal Erdoğan, Türkiz Özbursalı (Editörler), YEM Yayın, 2020.
- *Sinema ve Mimarlık*, Der. Celal Abdî Güzer, Fol Kitap, 2023.
- *Başrolde Mimarlık, Yeşilçam Filmlerinde Mekân ve Modernite*, Umut Şumnu, Everest Yayınları, 2023.

Bu kitapların tamamı çeşitli filmleri çözümleyen pek çok yazarın derlenmiş metinlerini içermektedir. İlk iki kitap yerli ve yabancı filmleri içerirken üçüncü kitap sadece Yeşilçam filmlerine odaklanmaktadır. Ayrıca yaklaşık on yıllık bir aradan sonra alanda kitaplar basılması, alana yönelik ilginin yeniden arttığını düşündürmektedir. Bu çalışmalar arasında bu makale kapsamında önemli olan çalışmalar, tarihin belirli bir dönemine odaklanan filmleri analiz eden çalışmalardır. Bu filmlerde tarihin belirli bir dönemini temsil etmesi için hangi mekânların seçildiğinin incelenmesi bahsedilen çalışmaların ana araştırma sorusu olmaktadır. Burada film mekânlarının nasıl seçildiği/oluşturulduğu ile ilgili bir tasarım problemi vardır.

Sinema tarihinde uzun yıllar boyunca setlerde yapılan çekimlerden gerçek mekânların kullanılmasına geçiş mimarlık – sinema ilişkisi için önemli bir adımdır. II. Dünya savaşı sonrasında İtalya’da ortaya çıkan “Yeni Gerçekçilik” türüyle kurmaca sinemada gerçek mekânlar kullanılmaya başlanmıştır (Kolker, 2009). Fakat filmin konusu binlerce yıl önce var olmuş ve günümüzde var olmayan mekânların kullanımını gerektirdiğinde mekânların yeniden oluşturulması kaçınılmaz olmaktadır.

Örneğin 1925 yılında gösterime giren *Ben-Hur: A Tale of the Christ* (Eyler, 1925) filmi ve 1963 yılında gösterime giren, Elizabeth Taylor’un başrolünde olduğu *Kleopatra* (Mankiewicz, 1963) filmi milyonlarca dolar harcanarak inşa edilen setlerde çekilmiştir (Whitlock, 2012). Benzer şekilde M.S 300’lerde yaşamış olan matematikçi/filozof Hypathia’nın hikâyesini anlatan *Agora* filmi için 2008 yılında Malta Adası’nda İskenderiye’yi temsil eden bir set inşa edilmiştir (Olsen, 2010). 2000’lerde çekilen *Agora* filmi diğer filmlerden farklı olarak dijital tabanlı görüntülerin (CGI) yaygınlaştığı bir dönemde çekilmiş olmasına rağmen yönetmen Alejandro Amenábar gerçek sette çekim yapmayı tercih etmiştir. Bu örnekler düşünüldüğünde, sinemada anlatıya eşlik eden mekânın tasarlanması konusunda mimarlık disiplininin oynadığı rolün ne kadar önemli olduğu anlaşılabilir.



Tanyeli'nin yaptığı derleme çalışmasına göre (2001), sinema ve mimarlık ilişkisi üç başlıkta incelenebilir. Bunlar:

- Sinemanın inşa edilmemiş ve gerçeklik düzleminde kullanılmayan bir sanal mimarlık alanı tanımlaması biçiminde.
- Sinemanın 'gerçek' mimari mekânları kendi sanal evreninde yeniden üretmesiyle.
- Sinemanın kendi olay kurgusu içinde bir mimarı ve/veya mimarlık etkinliği ele almasıyla.

Bu sınıflandırma filmlerde mekân kullanımını iki başlıkta incelemektedir: Birincisi, film mekânları var olmayan sanal mekânların yaratılması yöntemiyle kurgulanabilir. İkinci durumda ise gerçek mimari mekânlar film tarafından yeniden üretilmektedir. Hâlbuki filmlerde geçmişte var olan mekânlar da yeniden üretilebilir. Bu mekânlar hem gerçekte oldukları biçimde hem de gerçekdışı biçimlerde yorumlanarak yeniden üretilebilirler. Tüm bunlar düşünülerek filmlerde mekân kullanımı dört ana başlıkta listelenebilir.

- 1) Var olan mekânların kullanımı: gerçekte hayatta mevcut mekânda çekim yapılması
- 2) Geçmişte var olmuş veya günümüzde var olan mekânların gerçek biçimleri ile set ortamında yeniden inşa edilmesi veya dijital araçlarla yeniden oluşturulması
- 3) Geçmişte var olduğu düşünülen mekânların yeniden yorumlanması
- 4) Kurgusal mekânlar: Gerçeklik düzleminde var olamayacak mekânların sanal olarak üretilmesi

Bu farklı doğrultuların anlaşılması için filmlerden örnekler verilebilir. Üstte bahsedilen dört kategoriye örnekleyen filmler tablo 1’de listelenmiştir.

Tablo 1. Farklı mekân kullanımlarına örnek gösterilebilecek filmler

Fimlerde Mekân Kullanımı	Örnek Film
Mevcut mekân kullanımı	<i>Tanrıkent</i> (2002) Filmi
Gerçekçi yeniden inşa	<i>Hayat Güzeldir</i> (1997) Filmi
Yorumlayarak yeniden inşa	<i>Anna Karenina</i> (2012) Filmi
Kurgusal mekânlar	<i>Avatar</i> (2009) Filmi

Filmlerde mevcut mekân kullanımına örnek olarak *City of God* (*Tanrıkent*, Meirelles ve Lund, 2002) filmi gösterilebilir. Film Rio de Janeiro’nun, filme de adını veren Cidade de Deus favelalarında çekilmiştir. *Life is Beautiful* (*Hayat Güzeldir*, Benigni, 1997) filmi günümüzde var olmayan mekânların gerçekçi yeniden inşasını örnekleyebilir. Filmde Yahudilerin İkinci Dünya Savaşı sırasında gönderildiği toplama kampı her ne kadar Polonya’daki Auschwitz kampına benzese de, filmin bu bölümü Papigno, İtalya’da eski bir fabrikada inşa edilen sette çekilmiştir (Benigni, 1997).

Buraya kadar anlatılan filmler ve kullanılan film mekânları ile ilgili kategorilerde gerçekçi olma kaygısı gözetilirken geriye kalan iki kategoride ve örnek filmlerde bu tutum ortadan kalkmaktadır. 2012 yılında gösterime giren *Anna Karenina* (Wright, 2012) filmi, Tolstoy’un 1877 yılında yayınlanan aynı adlı romanından sinemaya uyarlanmıştır. Fakat benzer uyarlamaların aksine filmde kullanılan mekânlar geçmişteki mekânları yeniden oluşturmayı amaçlamaz. Tam tersine film gerçeklik algısıyla oynamak için mekânları kullanır. Filmde mekânlar bir sahnede sabitken diğer sahnede parçalanır kayar, yerinden oynar ve birden kulis / sahne arkası görünür olur. Bu yaklaşım sinema filmlerinden çok teatral bir ele alışı anımsatır. Eleştirmenler bu yönüyle filmi Brechtvari bir yeniden yorum olarak tanımlamışlardır (Lytelton, 2012). Bu nedenle *Anna Karenina*’nın 2012 yılındaki uyarlaması, film mekânlarının yorumlanarak yeniden inşa edilmesine örnek gösterilebilir. Benzer bir yaklaşım yönetmen Wes Anderson’un 2024 yılında Oscar alan *The Wonderful Story of Henry Sugar* (*Şeker Henry’nin İnanılmaz Öyküsü*) isimli filminde de izlenebilir. Filmin mekânları iki boyutlu birer yüzey görünümündedir.

Filmlerde mekân kullanımının son kategorisi kurgusal mekânlar ile ilgilidir. Bu kategori için *The Lord of Kings (Yüzüklerin Efendisi)* serisinden *Star Wars (Yıldız Savaşları)* serisine pek çok film örnek gösterilebilir. Fakat bahsedilen filmler içinde gerçek dünyada var olması imkânsız bir kurgu öne sürmesi nedeniyle bu kategoriyi en iyi anlatan filmin *Avatar* (Cameron, 2009) filmi olduğu düşünülmektedir. Filmde Pandora isimli bir gezegende yaşayan, insan olmayan Na'vi halkı gösterilir. İnsanlar bu gezegene genetik mühendisliği yaparak gidebilmektedir. Filmdeki tüm canlılar ve doğal çevre hayali bir sınır ağıyla birbirine bağlıdır. Bu filmde gerçek hayatta var olamayacak mekânlar kurgulanmıştır. Bu nedenle bu filmde gerçeküstü bir kurgu inşa etmek üzere hayali mekânlar kullanılır.

YÖNTEM

Yapılı çevreyi algılayan göz, aynı zamanda film izleyen bir göz ile özdeşdir. İki deneyimde de göz bütün gerçekliği değil, görülmesi için önceden hazırlanan yani tasarlanan gerçekliği; gösterileni görür. İki göz de kesintisiz ve baştan sona planlı bir zaman – mekân deneyimi gerçekleştirir. Kolker'e (2009) göre bütün sanat dalları kontrolle ilgilidir: sanatçı ifade ettiğini, izleyicinin tam olarak sanatçının görülmesini istediği biçimde görmesi için görüleni kontrol eder.

Tüm bu nedenlerle görsel kültür içindeki bu iki alanı açıklamak için görsel iletişimin kuralları kullanılabilir. Birbirinden farklı sanat dallarına, farklı disiplinlerin sınırlarını eriterek aynı kuramlarla okumalar yapılabilir. Mekânlar, iki boyutlu ve üç boyutlu sanat ürünleri, iletişim araçları, hepsi temel bazı tasarım ilkeleri kullanılarak tasarlanırlar. Bu ilkelerden bazıları, renk, doku, ölçü-oran, uyum-zıtlık, tekrar, simetri ve hiyerarşidir.

Renk bilimsel olarak ışığın farklı dalga boylarının gözümüzde farklı renkler olarak algılanması yoluyla tanımlanır ve en eski zamanlardan beri hem sanatçılar hem de tasarımcılar için çok önemli bir öğedir (Gürer ve Gürer 2004). Sinema tarihindeki en önemli gelişmelerden biri siyah beyaz sinemanın yerini renkli filmlerin almasıdır. Bu aşamadan sonra filmlerde renk gerçek hayatta olduğu gibi izleyenin üzerinde belirli psikolojik etkiler yaratmak üzere kullanılmaya başlanmıştır. Renkler ile ilgili sinema tarihinde en bilinen örneklerden biri Krzysztof Kieślowski'nin *Three Colors (Üç Renk)* (1993,1994) üçlemesidir. Yönetmen bahsedilen üç filmi Fransa bayrağının renkleri olan mavi, beyaz ve kırmızıyı kullanarak isimlendirmiştir.

Dokunduğumuz veya gözümüzle algıladığımız tüm yüzeyler hakkında zihnimizde bir his uyanır. Bu his sert, yumuşak, pürüzlü olabilir. Filmlerde de gördüğümüz mekânlar zihnimizde bir his oluştururlar. Örneğin filmlerdeki karakterler sivri ve keskin cisimlere dokunduklarında, izleyenler de rahatsızlık hisseder.

Ölçü kavramı insanın kendi ölçüleri ile yapılı çevre arasında bir orandan bahsetmek için kullanılır. Yapılar her şeyden önce insan ölçeği dikkate alınarak tasarlanmalıdırlar, böyle olmadığında bazı fiziksel ve psikolojik rahatsızlıklar gelişebilir (Gürer ve Gürer 2004). Mimarlık tarihine bakıldığında dini yapılar ve yönetim yapılarının kasıtlı olarak insan ölçeğine zıt olarak olması gerekenden daha büyük inşa edildiği, böylelikle hiyerarşi ve anıtsallık aracılığıyla insanlar üzerindeki etkisinin artırılmaya çalışıldığı görülebilir. Sinemada da hiyerarşi ve simetri kullanımı antik dönem tapınaklarına benzer bir biçimde psikolojik üstünlük kurma çabasına hizmet edebilir.

Hem filmler hem de mekânlar tasarlanırken benzer öğeler renk, doku, biçim, yön bakımından bir grup oluşturmak üzere birbirleri ile uyumlu tasarlanabilirler. Bu amaçla aynı öğelerin tekrar etmesi söz konusu olabilir. Kimi zaman da verilmek istenen mesaj nedeniyle bazı öğelerin diğerlerinden ayrılması için renk, doku, biçim veya yön bakımından zıtlıkların kullanılması gerekebilir. Bu durumda uyum, zıtlık, tekrar, egemenlik gibi kavramlar söz konusu olabilir. Örneğin *Charlie and the Chocolate Factory (Charlie'nin Çikolata Fabrikası)* (Burton, 2005) filminde Charlie'nin evi kentteki diğer hiçbir eve benzememektedir (Bkz. Şekil 1). Bütün evler bitişik nizam sıra evler düzenindeyken, Charlie'nin evi sokağın en sonunda, ayrı bir parselde yer almaktadır ve yıkılmak üzere izlenimi vermektedir. Burada kentteki tüm evler birbirinin aynısıyken (uyum ve tekrar) bir ev onlardan ayrılmaktadır (zıtlık).





Şekil 1. Charlie'nin çikolata fabrikası filminde Charlie'nin evi (Burton, 2005)

Filmde dış ses bu sahnede “*Charlie Bucket dünyanın en şanslı çocuğuydu.*” demektedir (Burton, 2005). Filmdeki anlatım da burada zıtlık yoluyla egemenlik ve hiyerarşi kurma çabasını desteklemektedir. Sonuç olarak bu Charlie'nin hikâyesidir, filmdeki başrol ve en önemli kişi odur. Sahnedeki bir diğer egemen öğe, kentin en yüksek noktasına yerleştirilen çikolata fabrikasıdır. Burada da yine egemenlik kavramı kullanılmaktadır.

Sonuç olarak bu bölümde açıklandığı üzere temel tasarıma ait renk, doku, ölçü-oran, uyum-zıtlık, tekrar, simetri ve hiyerarşi gibi kavramlar film mekânlarının tasarlanmasında da kullanılmaktadırlar. Bu kavramsal çerçeveye uyumlu olarak, çalışmanın yöntemi temel tasarıma aittir bu kavramların *Kleo* dizisinin film mekânlarında nasıl kullanıldığının araştırılmasıdır.

Bu çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yaklaşımlarından içerik analizi benimsenmiştir. İçerik analizi yöntemi, sinemada mekân kullanımını ele almak için sıklıkla kullanılan yöntemlerin başında gelmektedir, (Şen, Eyüboğlu, Dinçer ve Topaloğlu, 2024). İçerik analizi, dizideki görüntüler üzerinden gerçekleştirilecektir. İncelenecek mekânsal unsurlar arasında iç ve dış mekânlar, kentsel ve özel alanlar, açık, yarı açık ve kapalı mekânlar yer almaktadır. Ayrıca, mekânı oluşturan düzlem ve yüzeylerde kullanılan malzemeler ile iç mekândaki mobilyalar da değerlendirmeye alınacaktır. Görüntülerdeki mekânsal öğeler; renk, doku, ölçü-oran, uyum-zıtlık, tekrar ve simetri gibi tasarım ilkeleri çerçevesinde analiz edilecektir.

İki Kutuplu Dünyanın Berlin İle Temsili

İkinci dünya savaşı ile SSCB'nin dağıldığı 1991 yılı arasında kalan soğuk savaş döneminde yaşananları anlatan pek çok yapıt bulunmaktadır. Bunlar bir önceki bölümde bahsedildiği gibi belirli bir tarihsel dönemi anlatan filmler kategorisinde yer almaktadır. Yine de bu filmler ile ilgili iki farklı durumdan bahsedilebilir. Bunlardan birincisi 1991 öncesinde çekilen, senaryodaki olayların oluş tarihinin çekim tarihiyle eş zamanlı olduğu filmler ve ikincisi ise 1991 sonrasında çekilen fakat 1991 öncesinde yaşananları anlatan filmlerdir. Bu filmler çekilirken, tarihin nispeten yakın bir dönemi olduğu için gerçek hayatta var olan mevcut yapı stoku kullanılabilir. Bu kategorilere Almanya özelinde örnekler verilebilir: Birinci kategoride Berlin'de çekilen sinema tarihindeki en önemli filmlerden biri *Der Himmel Über Berlin (Berlin Üzerindeki Gökyüzü)*, Wenders, 1987) isimli filmidir.

1987'de gösterime giren film, Doğu ve Batı Berlin'in Berlin Duvarı ile ayrıldığı günlerde kentin yaşadığı dönüşümü tartışmaktadır. Filmin bir diğer önemli özelliği, kentin o anki durumunu gösteren belge niteliğinde bir film olmasıdır. Filmde ana karakterlerden biri, eskiden mahallelerin, evlerin bulunduğu bölgelerde bütün yapıların yıkılarak yerine Berlin Duvarı'nın inşa edildiğini, duvarın iki yanındaki boşaltılmış alanlarda dolaşarak anlatmaktadır.

Bahsedilen ikinci kategori için ise, yine Berlin’de çekilen *Good Bye Lenin* (*Elveda Lenin*, Becker, 2003) filmi örnek gösterilebilir. Bu film Berlin Duvarı yıkıldıktan sonra, 2000’lerde çekilmiştir fakat 1989-1990 yıllarında Duvar’ın yıkılması ile özdeşleşen tarihsel dönemi anlatan bir filmidir. Bu film, anlatılan dönemden sonra çekildiği için film çekimlerine ev sahipliği yapmak üzere geçmişteki mekânlar mevcut yapı stoku da kullanılarak yeniden oluşturulmuştur.

Filmde 1989 yılında DDR’nin 40. yıl kutlamaları, Berlin Duvarı’nın yıkılma görüntüleri gibi gerçek görüntülerle olaylar anlatılmıştır. Filmde Duvar’ın yıkılmasından önce komaya giren ve 8 ay komada kalan ana karakter Duvar yıkılıp Almanya birleştikten sonra uyanmaktadır. Doktor sağlığı için her türlü heyecandan uzak durması gerektiğini söyler ve bunun üzerine çocukları onu hala sosyalist bir ülkede yaşadıklarına inandırmaya çalışırlar. 8 ay gibi kısa bir sürede Duvar’ın yıkılması ile kıyafetler, mobilyalar, ev eşyaları, televizyon yayınları, para birimi, yiyecek-içecek markaları gibi pek çok şey değişmiştir. Filmdeki bir diğer ana karakter annesi için marketlerde Mocca Fix kola arasa da artık yerine Pepsi kola vardır. Filmde 8 ay öncesi yeniden inşa edilmeye çalışılırken aslında gerçekte 2003’te gösterime giren film için 1989 yılı yeniden inşa edilmiştir. Filmde kullanılan ana mekân, karakterinin yatak odası ve o yatak odasının bulunduğu konut bloğudur. Yatak odasında sarı duvar kâğıtları, sarı perdeler, koyu renk ahşap mobilyalar ve bir televizyon kullanılmıştır. Duvarda fotoğraflar ve resimler bulunmaktadır. Filmde bu yatak odasının manzarası, yani bulundukları binanın 8. katından neler görüldüğünün de kontrol edilmesi gerekir ve bu görüntüde normalde sadece yüksek konut blokları görülmektedir. Filmdeki hastane, market gibi tüm mekânlarda duvarlarda mozaik sanatı ile tasarlanmış duvar panoları gösterilmektedir. Filmin jeneriğinde Doğu Berlin’i temsil eden pek çok yapının görüntüsü kullanılmıştır. Bunlar Alexanderplatz’daki TV Kulesi, Dünya Saati, 2006’da yıkılan Cumhuriyet Sarayı, cephesi onlarca metrelik mozaik kaplı Haus des Berliner Verlages ve Haus des Lehrers gibi binalardır.

Materyal

Bu çalışmanın materyali *Kleo* (2022) dizisidir. Dizinin ilk sezonu 50 dakika civarındaki sekiz bölümden oluşmaktadır (Netflix, 2024). Dizinin jeneriğinde duvar mozaiği biçiminde tasarlanmış görüntü, üniforma içinde Kleo isimli karakteri ve bir adet kırmızı çantayı göstermektedir (Bkz. Şekil 2). Bu görüntüde üç ana renk olan, mavi, kırmızı ve sarı renkleri kullanılmıştır.



Şekil 2. Kleo dizisinin jeneriğinden görüntü (Hackfort vd., 2022).

Dizinin ana karakteri diziye adını veren Kleo Straub’dur. Kleo, Alman Demokratik Cumhuriyeti’nin güvenlik ve istihbarat teşkilatı Devlet Güvenlik Bakanlığı veya kısa adıyla “Stasi” tarafından ajan olarak yetiştirilmiş bir suikastçıdır.

Dizinin ilk bölümünde, 1987 yılında, Kleo Berlin Duvarı’nın altındaki gizli bir geçitten Batı Berlin’e geçer ve kendisine bildirilen bir hedefe suikast düzenler. Bu suikastın ardından Kleo hiçbir açıklama yapılmadan hapse atılır. Üç yıl hapis yattıktan sonra, Berlin duvarının yıkılışının ardından yaşanan politik gelişmelerle serbest bırakılır. Kleo hapishanede karnındaki bebeğini kaybetmiştir ve hapishaneyeye

atılış sürecinde ona karşı tanıklık yapan dedesi dâhil herkesten intikam almak istemektedir. Dizinin geriye kalan yedi bölümü, Kleo'nun hapse atılma sürecinde payı olan eski yoldaşlarının izini sürüp onları tek tek öldürmesini ve Batı Almanya'dan bir polis memurunun da Kleo'yu takip etmesini anlatmaktadır.

BULGULAR

Dizi ile *Good Bye Lenin* (*Elveda Lenin*, 2003) filminin konusu arasında bazı paralellikler bulunmaktadır. İkisinde de Doğu Almanya'ya ideolojik olarak bağlı kadınların duvarın yıkılışı sonrasındaki değişime adapte olamamaları, inandıkları değerlerin önemsizleşmesi ile yeni kurulan dünyada kendilerine yer bulamamaları anlatılmaktadır.

Dizinin birinci bölümü Kleo'nun gerçekleştirdiği 12. suikastı anlatmaktadır. Birinci bölümde kullanılan mekânlar Doğu Berlin'de Kleo'nun evi, Devlet Güvenlik Bakanlığı binası, Kleo'nun Dedesinin evi, hapishane; Batı Berlin'de ise Büyük Cennet diskosu, Sven'in evi ve Polis Merkezi'dir. Birinci bölümde mekânsal hafıza açısından en önemli görüntü açılıştaki Berlin Duvarı ve kontrol noktalarını gösteren sahnelerdir.

İkinci bölümde kullanılan mekânlar birinci bölümdekilere ek olarak Doğu Berlin Andi'nin Evi ve Walter Blum'un evidir. Üçüncü bölümde kullanılan mekânlar Soller Palma De Mallorca'da Ludger Wieczorek'in villası ve ona komşu olan villadır. Doğu Berlin'de ise Andi'nin çalıştığı VEB Pralina şeker fabrikası gösterilmektedir.

Dördüncü bölümde kullanılan mekânlar Doğu Berlin'deki meşhur Hohenschönhausen Hapishanesi, hastane, Uwe'nin Tamirhanesi; Batı Berlin'de Bundesnachrichtendienst yani Almanya Federal Haber Alma Servisi binasıdır. Beşinci bölümde kullanılan mekânlar, diğer bölümlerdeki mekânlara ek olarak Batı Berlin'de Akvaryum ve Doğu Berlin'de Cafe International'dır.

Altıncı bölüm neredeyse tamamen bilincini kaybeden Kleo'nun bilinçaltında geçer. Altıncı bölümde kullanılan mekânlar, Doğu Berlin'de FDJ Binası, hastane ve Bayan Lobrecht'in evidir. Bu bölüm mekânları açısından diğer bölümlerden ayrılmaktadır. Bu bölümde kullanılan mekânlarda gerçeklik hissi ortadan kalkmaktadır. Bu bölümde büyük boş bir bina önce Kleo'nun annesi ile yaşadığı ev sonra Kleo'nun dedesinin evi gibi pek çok farklı mekânı temsil edecek şekilde döşenir. Farklı sahnelerde bina aynı kalmakta, içinde havada durur gibi yerleştirilen mobilyalar değişmektedir. Bu anlatım gerçekte var olmayan rüya mekânlarını ifade etmek için kullanılmıştır.

Yedinci bölümde diğer bölümlerden farklı olarak kullanılan yeni mekân Batı Berlin'de Anne Geike'nin evidir. Son bölümde ise Kleo ve Sven kırmızı bavulu bulmak için Şili'ye giderler ve burada kırmızı bavulu ele geçirirler. Daha sonra Kleo çocukken kaybettiği annesinin adres bilgileri karşılığında kırmızı bavulu geri verir. Almanya'ya dönerek annesini ziyarete gider.

Sekizinci bölümde kullanılan mekânlar Şili'de eski bir pansiyon, Hotel Carrera, Jorge Gonzalez'in Evi'dir. Batı Berlin'de Spandau'da ise Kleo'nun annesinin evi gösterilmektedir. Evin içi gösterilmez, dışı beyaz, kırmızı ve mavidir.

Dizi büyük oranda günümüzde Almanya'da var olan gerçek mekânlarda çekilmiştir. Almanya'nın ikiye bölünmüş olduğu soğuk savaş döneminden kalma mevcut yapı stoku dizinin hikâyesine ev sahipliği yapmak konusunda oldukça elverişli durumdadır. Sadece mekânların ve insanların geçmişe ait öğelerle dekore edilmeleri gerekmiştir. Günlük hayata ait nesneler, dönemin teknolojisini yansıtan iletişim araçları, belirli kostümler, dönemin popüler filmleri, şarkıları, yemekleri ve içecekleri gibi kültürel öğeleri anlatımı güçlendirmek için kullanılmışlardır. Bu amaçla kullanılan ve izleyende geçmişe ait olma hissi uyandıran nesneler bir sonraki paragrafta detaylı bir biçimde açıklanmıştır. Bu aşamada yapımcıların bu nesneleri tercihinde farklı yaklaşımlar sergiledikleri anlaşılmıştır ve burada da farklı yaklaşımları açıklamayı amaçlayan üç farklı kategori kullanılmıştır: Bunlardan birincisi Alman Demokratik Cumhuriyeti'ne (Doğu Almanya) özgü öğeler, ikincisi Almanya Federal Cumhuriyeti'ne (Batı Almanya) özgü öğeler, üçüncüsü ise geçmişe dair ortak öğeler.



Dizinin başkarakteri Doğu Almanyalı olduğu için aslında dizi büyük oranda Doğu Almanya'yı anlatan bir kurguya sahiptir. Buna ek olarak Doğu Almanya'nın kültürel ortamı hakkında seçilen öğeler benzer yapımlarda da karşılaşılan bazı klişeleri içermektedir. Bu sahnelerde totaliter yöneticiler, adalet sisteminin olmaması, gerçek dışı kanıtlar ve yalancı şahitlerle insanların hapse atılması, mesai saatlerinde içki içilmesi, çocukların ailelerinden uzaklaştırılıp çok disiplinli genç önderler olarak yetiştirilmesi gibi detaylar benzer yapımlarda Doğu Almanya hakkında bir kara propaganda oluşturmak amacıyla kullanılmıştır. Doğu Almanya'nın Batı'dan farkını ideolojik zıtlık temeline oturtmak için dizide sıklıkla sosyalizmle özdeşleştirilen öğeler kullanılmıştır: Bunlar marşlar, Lenin, Yuri Gagarin, Rosa Lüksemburg, Karl Marx, KGB, Gorbacov, Laika ve orak-çekiç gibi sosyalist figürlere atıflar, marş söyleyen çocuklar, Şili, Moskova ve Küba ile ilişkiler, Rusça ve İspanyolca konuşmalar, askeri araçlar, madalyalar ve yoldaş hitabeti kullanılmasıdır. Dizide ayrıca Doğu'da hayat daha militarist gösterilmiş, askeri üniformalı devlet görevlileri, tanklar, keskin nişancı tüfekleri günlük hayatın bir parçası gibi ele alınmıştır. Bunların dışında dönemin üretim-tüketim ilişkileri de Halloren Kugeln çikolata ve Coca Cola'ya karşı geliştirilen Club Cola markası ile temsil edilmiştir. Dönemin üretim araçları hakkında dizide iki adet politik vurgu yapılmaktadır. Birincisi Batı Berlin'de geçen konuşmalarda, dizi boyunca elden ele dolaşan kırmızı bavul için "Kalitesiz, sahte deriyle üretilmiş bir bavul, tipik Doğu Almanya yapımı" gibi bir ifade yer almaktadır (Hackfort vd., 2022). Burada Batı'nın Doğu'yu kötülemesi tekil bir olaydan çok dizinin tamamında benimsenen anlatım dilinin somut bir örneği gibi görünmektedir ve dönemin gerçek ortamını tekrarlar düzeydedir. Ayrıca dizide ajan kimliğini gizlemek için gündüzleri bir fabrikada çalışan Kleo'nin aleyhinde sahte delil üretilmesi aşamasında, çalıştığı fabrikadan elde ettiği bir kasetçaların planlarını Batı Berlin'den bir ajana vermekle suçlanmaktadır. Burada da Kapitalist ve Sosyalist devletlerarasındaki teknoloji yarışına atıfta bulunmaktadır.

Binalarda ise insan ölçeğinden büyük ve anıtsal olma etkisi; yüksek katlı bloklar, büyük merdivenkovaları, birkaç katı birleştiren geniş galeriler gibi elemanların kullanımıyla sağlanmıştır. Bu mekânlarda insan ölçeği kullanımı yerine insan ölçeğine zıt, yaklaşım olarak ölçü zıtlığı kullanılmıştır. Binalarda büyük duvar panoları üzerinde mozaik sanatı kullanılarak yapılmış renkli büyük eserler yer almaktadır. Bu görüntüler de aslında Doğu Avrupa ve SSCB ülkelerinde sıklıkla görülen, bu nedenle Sovyet dünyası ile özdeşleşmiş bir öğe biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Doğu Berlin çekimlerinde günümüzde de ayakta olan belirli sembol yapılar kullanılmıştır. Bunlardan en önemlisi Alexanderplatz'da yer alan TV kulesidir. Kule günümüzde bile Doğu Almanya'nın sembolü olmaya devam etmektedir.

Bunlara karşılık olarak Batı Berlin hakkında çok daha az sayıda öğeye yer verilmiştir. Batı Berlin'i temsil eden öğeler: Disko kültürü, Amerikan filmleri, serbest kıyafetli polisler, CIA'den bahsedilmesi, renkli dergiler ve İngilizce konuşmalar olarak özetlenebilir. İlk bakışta yönetim binalarının kullanımında Doğu Almanya'dan büyük bir fark görülmesi de iki ülke arasındaki farkın konut mekânlarında vurgulandığı görülmektedir. Doğu Almanya'da hemen hemen bütün devlet görevlileri apartman bloklarında yaşarken, Batı'da polisler çağdaş villalarda yaşayabilmektedirler. Bu konu mekânlar ile ilgili bölümde detaylı örneklerle açıklanarak incelenecektir.

Dizide kullanılan, Doğu Berlin ve Batı Berlin'e ait olarak kategorize edilebilecek öğeler dışında hem Doğu hem de Batı Berlin'i temsil eden görüntülerde karşılaşılan bazı ortak öğeler yer almaktadır. Bunlar geçmişe ait olma hissi yaratmak üzere tüm mekânlarda kullanılmışlardır. Bu öğeler, renkli duvarlar ve duvar kağıtları, eski arabalar ve motosikletler, Polaroid fotoğraflar, walkman, siyah beyaz televizyon, stereo teyp, telefon rehberi, telefon kulüpleri, günlük hayatta spor yapılmazken eşofman takımı ve spor ayakkabı giyilmesi, danteller, renkli nakışlı ve elde örülmüş kıyafetler, Coca Cola veya Club Cola, günlük gazeteler, radyo ve televizyonda herkesin haberleri dinlemesi/izlemesi, kasetler ve kasetçalarlar, çevirmeli telefonlar, antenli telsiz telefonlar, vatkalı ceketler, ahşap mobilyalar, porselen çay takımları, sepya fotoğraflar, Vinil plak ve plakçalar, mark kullanımı, gece kulüpleri olarak özetlenebilir. Bunlara ek olarak dizideki anlatıya ev sahipliği yapan mekânlara dair detaylı bir analiz yürütülecektir.

Dizideki akışa bakıldığında ilk dikkat çeken mekânlar konutlar olmaktadır. Dizide her karakter kendi konutu ile birlikte gösterilir. Karakterlerin konutları gösterildiğinde izleyiciye karakterler hakkında daha



detaylı bilgiler aktarılmış olur. Konutlar hem bireylerin en çok özdeşlik kurdukları ve kendileme davranışı gösterdikleri mekânlardır, hem de konutlar kullanıcılarının sosyo-ekonomik statüleri hakkında bilgiler sunarlar. *Kleo* (2022) gibi macera / polisiye türünden film ve dizilerde bunlara ek olarak konutlar savunulması gereken egemenlik alanları olarak gösterilmektedirler. *Kleo* (2022) dizisinde de benzer bir anlatım söz konusu olmaktadır, konutlar büyük oranda silahlı çatışmaların mekânıdır.

Konutların tasarımlarına bakıldığında *Kleo* (2022) dizisinde villa tipi tekil konutlar (geleneksel veya çağdaş villalar) ile konut bloklarının bir arada kullanıldığı görülmektedir. Bu konutların tasarımında ise birbirinden farklı öğeleri barındıran bütüncül bir yaklaşım sergilendiği anlaşılmaktadır. Dizide gösterilen ilk konut *Kleo*'nun evidir. *Kleo* ilk bölümdeki suikast sonrası evinde gelir ve burada yemek yiyip televizyonda çizgi film izlerken gösterilir. Evin tamamına yakını sarı renktedir. Ev dışı gri taş bir binanın dairesel merdivenkovasıdan girilen tek mekânlı bir plana sahiptir.

Dizideki en sık kullanılan ev *Kleo*'nun Dedesinin evidir. Bu evin tüm duvarları kırmızı ve mavi çiçekli duvar kâğıtları ile kaplıdır. Ev iki katlı, gri, geleneksel bir Alman konutu gibi görünmektedir. Evin arkasında bahçesi olmasına karşın arabalar için garajı bulunmamaktadır. Bahsedilen bu iki konut Doğu Berlin'de yer almaktadır.

Dizide Batı Berlin'de olduğu vurgulanan ve en sık gösterilen konut Sven'in iki katlı villasıdır. Villa hem pencere boşlukları hem plan şeması ile çağdaş betonarme bir konut izlenimi yaratmaktadır. Evin yanında garajı da bulunmaktadır. Evin içi yine tamamen renkli duvar kâğıtları ile kaplıdır. Fakat bu evdeki duvar kâğıtlarında geleneksel çiçek motifleri yerine çağdaş geometrik desenler kullanılmıştır. Bir önceki konuta benzer bir şekilde evin renklendirilmemiş hiçbir yüzeyi bulunmamaktadır. Evde kırmızı, mavi, mor gibi renkler bunaltıcı sayılabilecek bir yoğunlukta kullanılmıştır. Bu evde, mobilyalar da renklidir, duvarlarda afişler, pop art tabloları, B harfi şeklinde bir duvar panosu, grafik tasarım ürünleri kullanılmıştır. Bunlara ek olarak evde renkli ampuller, çağdaş / sıra dışı / plastik mobilyalar, kırmızı bir kitaplık, turuncu bir dolap, yeşil-sarı mutfak dolapları gibi her renkten eşyalar bulunmaktadır. Burada Batı Berlin'de olma mesajı vermek üzere çağdaş bir mimar tarafından tasarlanmış çok yenilikçi bir villa kullanılması önemlidir. Ayrıca bu villa kullanılarak, Batı Berlin'deki herhangi bir polis memuru ekonomik statü bakımından Doğu Berlin'deki bir Albay'dan (*Kleo*'nun dedesi) daha iyi durumda gösterilmektedir.

Dizide kullanılan bir diğer konut yapısı Andi'nin evidir. Ev, yüksek katlı bir apartman blokunda yer almaktadır. Konutun içinde yer alan her yüzey tamamen koyu mavidir. Benzer şekilde Doğu Berlin'deki bir diğer devlet görevlisi olan Walter Blum'un evi yine bir apartman bloku içinde yer almaktadır. İç mekânda yine yoğun olarak mavi kullanılmıştır. Dizide gösterilen bir diğer “memur” Bayan Lobrecht'tir ve onun evinde de bina dışarıdan gri görünürken içi rengârenktir.

Doğu Berlin'deki bu konutların aksine, Batı Berlin'de gösterilen tüm konutlar tekil villalar biçimindedir. Almanya Federal Haber Alma Servisi üst düzey çalışanı Anne Geike'nin evi lüks bir villa iken *Kleo*'nun annesinin evi sıra evler biçiminde bir yerleşimin içinde yer alan tekil konuttur. Bu konutlardan birincisi lüks bir villa ikincisi ise çağdaş betonarme bir yapıdır.

Dizide, Doğu Berlin ve Batı Berlin dışında Mallorca'da ve Şili'de villalar da gösterilmektedir. Fakat bu mekânlar bu makalede vurgulanan kapsamın ve araştırma sorusunun bir parçası olmadıkları için burada açıklanmayacaklardır.

Dizide konutlardan sonra, en sık kullanılan mekânlar devlet dairelerine aittir. Dizideki karakterlerden neredeyse hepsi Doğu Berlin ve Batı Berlin'de hükümete bağlı çeşitli kademelerde çalışan memurlar oldukları için konutları dışında çalıştıkları iş yerleri de gösterilmektedir. Bu kategoride devlet dairelerinde çıplak brüt beton kullanımları dikkat çekmektedir. Binalar ister Doğu Berlin'de ister Batı Berlin'de yer alsın, hepsinin dış cephesi gridir. İç mekânlarda ise ahşap kaplama yüzeyler dikkat çekmektedir. Bu binalara, Doğu Berlin'de Devlet Güvenlik Bakanlığı binası, Hapishane, Hohenschönhausen Hapishanesi, Hastane; Batı Berlin'de Polis Merkezi, Bundesnachrichtendienst binası gibi mekânlar örnek gösterilebilir.

Konutlar ve devlet daireleri dışında Doğu Berlin’de VEB Pralina şeker fabrikası ve Uwe’nin Tamirhanesi gibi ticari işlevli mekânlar da gösterilmiştir. Bu binaların dışı gri ve beyazken içi çok renklidir. Turuncu, kırmızı, mavi gibi renkler bu mekânları konut mekânları ile benzer prensiplerle ele alındığını göstermektedir. Doğu Berlin ve Batı Berlin’de konutlar ve resmi kurumlar dışında insanların günlük hayatlarının bir parçası olan başka mekânlar da gösterilmektedir. Hem Doğu’da hem de Batı’da diskolar, Doğu’da Cafe International, Batı Berlin’de ise akvaryum bu mekânlardandır. Doğu’daki disko duvarın yıkılmasından sonra, Batı’da ise Duvar hala varken gösterilmektedir. Doğu’daki disko karanlık ve kalabalık, Batı’daki disko renkli ve ışıltılıdır.

Buraya kadar bahsedilen tüm mekânlardan farklı bir öneme sahip olan Cafe International ise büyük cam cephesi ve sade dikdörtgen yapısı ile Doğu Berlin’deki sosyalist mimari mirası hatırlatır. Bu mekânın kullanımı Good Bye Lenin (*Elveda Lenin*, 2003) filmindekine benzer bir yaklaşımı örneklemektedir. Dizide tüm bu doğrudan mekân kullanımlarına ek olarak bahsedilmesi gereken son bir farklılık bulunmaktadır. Kleo’nun bilincini kaybettiği anlarda, çocukluğundan ilk gençliğine geçişini hatırladığı anlarda, kullanılan mekânlar gerçekçi olma hissinden uzak, gerçek-üstü rüya mekânları izlenimi vermektedir. Burada Doğu Berlin’de kentten uzak geniş bir kırsal arazideki FDJ Binası, bir kabuk olarak kullanılır. Kleo’nun zihninde anlatılan döneme atıfta bulunan mobilyalar aynı binanın içinde yerleştirilip kaldırılarak bu sahneler çekilmiştir.

Bu bölümde anlatılan tüm mekânlar ve o mekânların hangi tasarım ilkeleri ile ele alındığı, tablo 2’de listelenmiştir.

Tablo 2. Film mekânları ve ilk defa gösterildikleri bölümler

Berlin Duvarı ve Doğu Berlin ile Batı Berlin arasında kontrollü geçiş kapıları			
Bölüm 1. Büyük Cennet	Doğu Berlin	Kleo’nun evi	İç mekân tamamen sarı
		Devlet Güvenlik Bakanlığı binası	Büyük gri Brütalist blok, iç mekânda ahşap
		Kleo’nun Dedesi’nin evi	İç mekân çok renkli, çiçekli duvar kâğıtları
	Batı Berlin	Hapishane	Büyük tuğla bloklar
		Büyük Cennet diskosu	İç mekân çok renkli
		Sven’in evi	İç mekân çok renkli, renkli çizgiler, biçimler
Bölüm 2. Yeniden Buluşma	Doğu Berlin	Polis Merkezi	Gri Ekspresyonist beton bina
		Andi’nin evi	Büyük gri blok, İç mekân tamamen mavi
		Walter Blum’un evi	Büyük gri blok, İç mekân tamamen mavi
Bölüm 3. Soller’de Kar	Soller, Palma De Mallorca	Ludger Wiczorek’in villası ve ona komşu villa	-
	Doğu Berlin	VEB Pralina şeker fabrikası	Büyük gri blok, içi renkli
Bölüm 4. Bakan	Doğu Berlin	Hohenschönhausen Hapishanesi Erich Mielke	Büyük gri blok, içi mavi
		Hastane	Dıştan gri, içi mavi ve kırmızı
		Uwe’nin Tamirhanesi	Dıştan gri, içi mavi
	Batı Berlin	Bundesnachrichtendienst	Beton dış duvar, iç mekân ahşap
Bölüm 5. Uwe	Batı Berlin	Akvaryum	İç mekân mavi
	Doğu Berlin	Cafe International	İç mekân ahşap, sarı, mavi, kırmızı, geometrik cam vitraylar
Bölüm 6. Else Projesi	Doğu Berlin	FDJ Binası	Büyük tuğla bina, gerçek olmayan mekân / rüya mekânı, aynı mekânın iki farklı eve ve bir okula dönüşümü, İç mekânda mavi ve kırmızı, simetri
		Hastane	Dıştan büyük taş bina, dıştan beyaz ve gri; İç mekânda kırmızı, sarı, mavi kullanımı
		Bayan Lobrecht’in evi	Dış gri, içi renkli
Bölüm 7. Su Çıllığı ve İstiridye	Batı Berlin	Anne Geike’nin evi	Dış gri, içi renkli
Bölüm 8. Mor Cadı	Şili	Pansiyon, Hotel Carrera, Jorge Gonzalez’in Evi	-
	Batı Berlin Spandau	Kleo’nun annesinin evi	Evin içi gösterilmemektedir, dışı beyaz, kırmızı ve mavi

Tablo 3. Doğu Berlin'i temsil eden mekânlar



Kleo'nun Dedesi'nin evi



Kleo'nun Dedesi'nin evi, iç mekân



Andi'nin evi



Andi'nin evi, iç mekân



Walter Blum'un evi



Walter Blum'un evi, iç mekân



Sağda Cafe International



Cafe International, iç mekân

Tablo 4. Batı Berlin'i temsil eden mekânlar



Sven'in evi



Sven'in evi, iç mekân



Anne Geike'nin evi



Anne Geike'nin evi, iç mekân



Batı Berlin Polis Merkezi



Batı Berlin Polis Merkezi, iç mekân

Diziye ait tüm bu mekânların çalışmanın ilk bölümünde anlatılan kategorilerden hangilerini örneklediğine bakıldığında; mekân kullanımı açısından büyük oranda günümüzde var olan gerçek mekânların kullandığı görülmektedir. Berlin'deki Doğu Almanya dönemini simgeleyen mimari mirasın bu bölümde anlatılan devlet daireleri, hastane ve hapishane gibi yapılarda kullanıldığı görülmektedir. Dizideki iç mekân çekimleri o binalarda gerçekleştirilmemiş olsa bile binalar, belirli bir tarihsel döneme ait olmaları bakımından, kimlik unsurları olarak kullanılmıştır.

Mekân kullanımı açısından bir diğer kategori artık var olmayan mekânların yeniden oluşturulmasıdır. Filmde konunun bağlamını açıklamada bu mekânlar büyük bir rol oynamıştır. Dizinin ilk sahnelerinde Berlin Duvarı'nın etrafındaki kontrol noktaları gösterilmektedir. Bugün duvarın bazı kısımları ayakta olsa da dizideki gibi yüksek güvenlikli bölgeler bulunmamaktadır, bunlar dizi için gerçeğe yakın bir biçimde yeniden inşa edilmişlerdir. Benzer şekilde duvarın yıkılmasından sonra Doğu Berlin ile Batı Berlin arasında açılan kontrollü geçiş noktaları tarihsel olarak gerçeğine benzer bir biçimde inşa edilmiştir.



Şekil 3. Dizide Berlin Duvarı'nın gösterilmesi (Hackfort vd., 2022)



Şekil 4. Dizide Doğu Berlin – Batı Berlin arasında polis kontrol noktaları (Hackfort vd., 2022)

SONUÇ

Bu çalışmada *Kleo* (2022) dizisinin film mekânları içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. *Kleo* (2022) dizisi 1987-1990 yılları arasında soğuk savaş dönemi Berlin’ini anlatmak amacıyla hangi mekânsal elemanları kullanmaktadır?
2. Doğu Berlin ve Batı Berlin’e ait mekânlar dizide hangi tasarım ilkeleri ile tasarlanmışlardır? Bu elemanlar ve tasarım yaklaşımı ikisi için de ortak mıdır, farklı veya zıt mıdır?
3. Geçmişte kalan tarihsel bir dönem görsel olarak inşa edilirken hangi nesnelerden yararlanılmıştır?

Tasarım öğeleri açısından bakıldığında dizide en çok kullanılan öğenin renk olduğu görülmüştür. En çok tercih edilen renklerin de filmin tanıtıcı materyallerinde olduğu gibi tüm iç mekânlarda kullanılan mavi, kırmızı ve sarı renkleri oldukları anlaşılmıştır. Konut mekânlarında kimi zaman sadece sarı, kimi zaman da sadece mavi kullanıldıysa da birden çok konutta üç ana renk bir arada kullanılmıştır. Bu açıdan renklerin bütün dizide sürekli tekrarı söz konusudur. Bu kullanım hem Doğu Berlin hem Batı Berlin’deki mekânlar için ortaktır. Doğu Berlin’deki devlet daireleri, hastane ve hapisane gibi yapıların tamamında insan ölçülerine zıt, büyük anıtsal bloklar kullanılmıştır. Burada ölçü zıtlığı, hiyerarşi ve egemenlik gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır. Bu da dönemin politik yapısını ifade etmenin bir aracıdır. Benzer şekilde *Kleo*’nun Doğu Almanya’da geçen çocukluğuna dair tüm mekânlarda hiyerarşi, simetri ve ölçü zıtlığı kullanılmıştır.

Dizide en çok konut mekânları ve devlet daireleri kullanılmıştır. Bu mekânların hepsi çok fazla renkle doldurulmuştur. Dizide kırmızı, mavi ve sarı bir arada kullanılmış, duvarlarda mobilyalarda ve kıyafetlerde hep bu üç renk tekrar etmiştir. Bunu hiyerarşi (egemenlik), zıtlık ve özellikle de ölçü zıtlığı, tekrar ve simetri takip etmiştir. Konut mekânlarında ve resmî kurumlarla ilgili mekânlarda da afiş ve jenerikte olduğu gibi kırmızı, mavi ve sarı renkleri özellikle birlikte kullanılmıştır. Dizide günümüzde var olan mekânlar kullanılmış, günümüzde artık ayakta olmayan mekânlar gerçeğe yakın bir yakın bir biçimde yeniden inşa edilmiştir. Son olarak dizide gerçekçi olmayan rüya mekânları da kullanılmıştır. Dizideki anlatımın mekân dışındaki öğelerinde abartı ve aşırılık yer alsa da mekânlar açısından büyük oranda gerçekçi bir tutum takınılmıştır. Sadece dizinin görsel kimliğine uygun olarak geçmişe dair mekânlar iç mekân düzeyinde yeniden ele alınmış, renklendirilmiş ve gerçeğinden daha renkli bir dünya imgesi yaratılmıştır.

Çalışma kapsamında görülmüştür ki, bahsedilen tüm mekânsal kararlar, belirli bir dönemin mimari dilinin belgelenmesi, mozaik sanatı gibi sanat eserlerinden örnekler sunması nedeniyle kayda değerdir.

Bugün bu dizide kullanılan mekânlar gelecekte yıkılsalar da, dizi belirli bir tarihsel dönemin mekânsal kimliğini belgelemiştir. Tarihin bir döneminde, bugün tek bir ülke Almanya'nın ve tek bir kent olan Berlin'in bir sınır ögesi ile bölünmüş olması, bunun için de dünyadaki pek çok yeni ve eski sınırda kullanıldığı gibi bir duvar kullanılmış olması hem politik hem de mimarlık ile ilgili ele alınması gereken tarihsel bir konudur.

Kentsel odaklar, sokak dokusunun temsili, brüt beton bloklar, geleneksel ve çağdaş tekil konutlardan apartman bloklarına, çok katlı bloklara geçişin gösterilmesi ile konut mekânlarının tarihsel dönüşümünün örneklenmesi diziyi mimarlık alanı açısından önemli kılmaktadır. Son olarak dizide gerçeklik hissi yaratmayı amaçlamayan, rüya ile gerçek arasında hafıza ve çocukluk mekânları kurgulanması bir diğer zenginliktir.

Geçmiş göstermeyi tercih etmek, onun nasıl gösterileceği ile ilgili pek çok soruya cevap aranması zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. *Kleo* (2022) dizisi özelinde bugünden bir bakış açısıyla kurgulanmak istenen anlatının özelliklerinin mekân tasarımı da etkilediği görülmektedir. Dizide Doğu Berlin ve Batı Berlin'e ait mekân kullanımında ortak bir tutumun benimsendiği anlaşılmaktadır. Dizi günlük hayata dair belirtilen tarihsel dönemden kullanılan pek çok objeyi göstermektedir. Anlatıda sadece Doğu Berlin veya Batı Berlin'e özgü bazı öğelere yer verilmişse de geçmişe ait olma ortaklığıyla ele alınan öğelere de rastlanmıştır. Bu nedenle anlatının diğer öğelerinde Batı Berlin'e kıyasla Doğu Berlin'i daha olumsuz gösteren detaylar bulunmaktadır. Fakat mekân kullanımı ve görsel kimlik tasarımı açısından büyük oranda ortaklıklar tespit edildiği vurgulanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adiloğlu, F. (2005). *Sinemada Mimari Açılımlar: Halit Refiğ Filmleri*. İstanbul: Es Yayınları.
- Allmer, A. (2010). *Sinemekân, Sinemada Mimarlık*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Akarsu, H. T., Erdoğan, N. ve Özbursalı, T. (Der.) (2020). *Sinemada Mimarlık*. İstanbul: YEM Yayın.
- Amenábar, A. (Yönetmen). (2009). *Agora* [Film]. Focus Features.
- Anderson, W. (Yönetmen). (2024). *The Wonderful Story of Henry Sugar* [Film]. Indian Paintbrush; American Empirical Pictures.
- Baysan Serim, I. (2007). Sinema ve Mimarlık Rasyonel Tahayyülün Bir Parçası Olarak Evrildiler. *Yapı Dergisi*. http://www.yapi.com.tr/haberler/isil-baysan-serim-sinema-ve-mimarlik-rasyonel-tahayyulun-bir-parcasi-olarak-evrildiler-_95446.html.
- Becker, W. (Yönetmen). (2003). *Good Bye Lenin* [Film]. X Filme Creative Pool; WDR.
- Benigni, R. (Yönetmen). (1997). *Life is Beautiful* [Film]. Miramax.
- Beşgen, A., ve Köseoğlu, Ş. (2019). Sinema-Mimarlık Arakesitinde Bir Mekâna Dokunmak: Sine-Tasarım Atölyesi. *SineFilozofi Dergisi*, (Özel Sayı), s. 26-52. <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.516445>.
- Burton, T. (Yönetmen). (2005). *Charlie and the Chocolate Factory* [Film]. Warner Bros; Plan B Entertainment, Village Roadshow.
- Cameron, J. (Yönetmen). (2009). *Avatar* [Film]. 20th Century Fox.
- Colomina, B. (2011). *Mahremiyet ve Kamusalılık, Kitle İletişim Aracı Olarak Modern Mimari*. (A. U. Kılıç, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Eyler, W. (Yönetmen). (1925). *Ben-Hur: A Tale of the Christ* [Sinema Filmi]. Metro-Goldwyn-Mayer.
- Gürer, L. ve Gürer, R. G. (2004). *Temel Tasarım*. İstanbul: Birsan Yayınevi.
- Güzer, C. A. (Der.) (2023). *Sinema ve Mimarlık*. Ankara: Fol Kitap.
- Hackfort, H., Kropf, R., Konrad, B., Senft, E., Souvignier M. ve Derenbach T. (Yönetici Yapımcı). (2022). *Kleo* [TV Dizisi]. Candy Shop Productions; Zeitsprung Pictures.
- Kieślowski, K. (Yönetmen). (1993,1994). *Three Colors* [Film]. MK2 Productions; France 3 Cinema.
- Kolker, R. (2009). *Film Biçim Kültür*. (F. Ertınaz, A. Güney, Z. Özen, O. Şakır, B. Tokem, D. Tunalı, E. Yılmaz, Çev.). Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Lyttelton, O. (2012, 2 Eylül). Review: 'Anna Karenina' Is A Bold Reimagining Of A Classic That's (Mostly) Thrilling & Inventive. <https://theplaylist.net/review-anna-karenina-is-a-bold-reimagining-of-a-classic-thats-mostly-thrilling-inventive-20120902/> adresinden alındı.
- Mankiewicz, J. L. (Yönetmen). (1963). *Kleopatra* [Film]. 20th Century Studios.
- Meirelles, F. ve Lund K. (Yönetmen). (2002). *City of God* [Film]. O2 Filmes.



- Netflix. (2023, 12 Aralık). 'KLEO': *The Vendetta Continues - New Episodes Now in Production*. <https://about.netflix.com/en/news/kleo-the-vendetta-continues-new-episodes-now-in-production> adresinden alındı.
- Netflix. (2024, 21 Şubat). *Kleo, Die Serie, Seid Bereit. Immer Bereit*, <https://kleo-presskit.de/de/kleo/seid-bereit-immer-bereit> adresinden alındı.
- Olsen, M. (2010, 30 Mayıs). Indie Focus: In 'Agora,' A Faceoff Between Faith and Science. *The Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2010-may-30-la-ca-indiefocus-20100530-story.html> adresinden alındı.
- Öztürk, M. (2002). *Sine-Masal Kentler: Modernitenin İki "Kahraman"ı Kent ve Sinema Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: OM Yayınevi.
- Pallasmaa, J. (2001). *The Architecture of Image: Existential Space in Cinema*. Helsinki: Rakennustieto Publishing.
- Şen, S., Eyüboğlu, H., Dinçer, S., Topaloğlu, G. (2024). Yukarı Bak Animasyon Filmi İzleyici Yorumlarının Mimarlık Disiplini Kapsamında İncelenmesi. *Tykhe Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 9(17), 459-482. <https://doi.org/10.55004/tykhe.1478903>
- Şumnu, U. (Der.) (2023). *Başrolde Mimarlık, Yeşilçam Filmlerinde Mekân ve Modernite*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Tanyeli, U. (2001). Sinema ve Mimarlık: Temsiliyet Nesnenin Temsili Sanatın Sanallıkla İfadesi. *Arredamento Mimarlık Dergisi*, (141), s. 66.
- Uslu, A. (2014). *Sinemayı Sinemasız Düşünmek*. A. M. Aytaç ve M. Demirtaş (Der.), *Göçebe Düşünmek: Deleuze Düşüncesinin Sınırlarında* (s. 355-375). İstanbul: Metis Yayınları.
- Wenders, W. (Yönetmen). (1987). *Der Himmel Über Berlin* [Film]. WDR; Road Movies Filmproduktion; Argos Films.
- Whitlock, C. (2012, 31 Aralık). *The Set Designs of Cleopatra, Elizabeth Taylor's Classic Movie*. <https://www.architecturaldigest.com/gallery/cleopatra-elizabeth-taylor-set-design-50th-anniversary-cannes-slideshow> adresinden alındı.
- Wright, J. (Yönetmen). (2012). *Anna Karenina* [Film]. Working Title Films; StudioCanal.





PROFESYONEL TASARIMCIDAN TASARIM ÖĞRENCİSİNE; METAVERSE'DEN YARATICI ÖĞRETİLER

FROM PROFESSIONAL DESIGNER TO DESIGN STUDENT; CREATIVE LESSONS IN THE METAVERSE UNIVERSE

Gökçe Bahar YILMAZ¹
Armağan Seçil MELİKOĞLU EKE²



ORCID: G. B. Y. 0009-0000-3416-3893
ORCID: A. S. M. E. 0000-0002-7185-8480

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹Armağan Seçil Melikoğlu Eke
Trakya University, Turkey

E-mail/E-posta: armagansecel@yahoo.com

²Gökçe Bahar Yılmaz

İstanbul Kültür University, Turkey
E-mail/E-posta: yilmazgokcebahar@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %4

Revision Requested/Revizyon talebi:
19.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Yılmaz, G.B & Melikoğlu Eke, A.S. (2025). Profesyonel Tasarımcıdan Tasarım Öğrencisine; Metaverse'den Yaratıcı Öğretiller. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 410-428.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614868>

Öz

Bu çalışma, Metaverse'ün içmimarlık eğitiminde yaratıcı özgürlükler sunarak fiziksel dünyanın sınırlarını aşan bir öğrenme ortamı sağlama potansiyelini araştırmaktadır. Geleneksel tasarım eğitiminin fiziksel gerçekliğin dayattığı kısıtlamalar nedeniyle öğrencilerin hayal gücünü sınırlayabileceği öne sürülmektedir. Metaverse, yerçekimi, malzeme ve mekânsal ilişkiler gibi kısıtlamalardan bağımsız bir ortam sunarak, öğrenci ve tasarımcılara cesur ve yenilikçi tasarımlar yapma fırsatı verdiği düşünülmektedir. Çalışma, "Presence of the Future" temalı Metaverse Mimarlık Bienali'nden 15 proje örneğini incelemektedir. Belirlenen projeler, Gestalt algı kuramı ve Francis D.K. Ching'in mekân tanımlayan öğeler ve mimari mekânın nitelikleri çerçevesinde analiz edilerek değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, Metaverse'ün yalnızca bir tasarım aracı değil, aynı zamanda yaratıcı düşünmeyi yeniden şekillendiren dönüştürücü bir alan olduğu sonucuna varılması hedeflenmektedir. Bu çalışma, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi dijital teknolojilerin içmimarlık eğitime entegre edilmesinin yaratıcı süreci geliştireceğini öne sürmektedir.

Anahtar Kelimeler: İçmimarlık Eğitimi, Metaverse, Sanal Evren, Yaratıcılık, Algı.

Abstract

This study explores the potential of Metaverse to provide a learning environment that transcends the boundaries of the physical world by offering creative freedoms in interior design education. It is argued that traditional design education can limit students' imagination due to the constraints imposed by physical reality. Metaverse is thought to provide students and designers with the opportunity to create bold and innovative designs by offering an environment free from constraints such as gravity, material and spatial relationships. The study analyses 15 project examples from the Metaverse Architecture Biennial themed 'Presence of the Future'. The projects are analysed and evaluated within the framework of Gestalt perception theory and Francis D.K. Ching's space defining elements and qualities of architectural space. As a result, it is aimed to conclude that the Metaverse is not only a design tool but also a transformative space that reshapes creative thinking. This study suggests that integrating digital technologies such as virtual reality and augmented reality into interior architecture education will enhance the creative process.

Keywords: Interior Architecture Education, Metaverse, Virtual Universe, Creativity, Perception.



GİRİŞ

İçmimarlık eğitimi, öğrencilerin kullanıcı gereksinimlerini göz önünde bulundurarak estetik ve yenilikçi çözümler üretmelerini hedeflerken, onların yaratıcı ve özgün tasarımlar geliştirmelerini de teşvik eden bir süreçtir. Eğitim sürecinde öğrenciler genellikle fiziksel dünyanın kuralları ve sınırları içinde çalışmak zorunda kalmaktadırlar. Fiziksel gerçekliğin dayattığı kısıtlamalar nedeniyle geleneksel tasarım eğitiminin öğrencilerin hayal güçlerini tamamen serbest bırakmalarında engel oluşturduğu düşünülmektedir.

“Sanal evren; geleneksel sınırların ötesine geçebilecek yeni ve yaratıcı bir öğrenme ortamı sunabilir mi?” sorusundan yola çıkılan bu çalışma; Metaverse’ün tasarımcılar ve öğrenciler için fiziksel dünyanın ötesinde sınırsız bir yaratıcı alan sunma potansiyelini araştırmaktadır. Metaverse’ün gerçekliğin sınırlarını aşarak dijital ve sanal bir ortamda yaratıcılığı yeniden tanımlayabileceği ve eğitimde yeni bir rol üstlenebileceği düşünülmektedir.

Dijital ve fiziksel gerçekliklerin birleştiği sanal bir alan olan Metaverse, tasarıma yaklaşım biçimini dönüştürmektedir. Profesyonel tasarımcılar ve tasarım öğrencileri için Metaverse, yaratıcılığı keşfetmek, yeni fikirler denemek ve yeni iş birlikleri yapmak adına daha önce denenmemiş fırsatlar sunmaktadır. Günümüzdeki kullanım şekliyle Metaverse; fiziksel dünyanın kısıtlamalarından bağımsız bir ortam sağlayarak yerçekimi, malzeme veya mekânsal ilişkileri gerçekte mümkün olmayan şekillerde denenebileceğini göstermektedir. Bu özgür ortam, tasarımcıların ve öğrencilerin hayal güçlerini serbest bırakmalarına, cesur ve yenilikçi tasarımlar geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla Metaverse, tasarımcıların yaratıcı düşünme kapasitelerini geliştiren bir laboratuvar işlevi görürken öğrencileri ise yaratıcı fikirlerini geliştirme konusunda onları cesaretlendirilebilir. Metaverse evrende tasarlamak; yanlış ya da başarısız sonuçların yarattığı risklerden arınmış, özgür, keşiflere açık, deneyimlenebilir imkanlar sunmaktadır.

Bu bilgiler ışığında çalışma kapsamında profesyonel tasarımcıların metaverse evren için hazırladıkları tasarım seçkisi belirlenen parametreler üzerinden analiz edilmiştir. Araştırma iki aşamadan oluşturulmuştur. Birinci aşamada çalışmanın temel kavramları olan içmimarlık eğitimi, yaratıcılık ve sanal evren metaverse üzerine sistematik bir literatür taraması yapılmıştır. İkinci aşama ise "Presence of the Future" temalı ilk Metaverse Mimarlık Bienali’nde dijital olarak sergilenen projelerin belirlenen parametreler üzerinden analizini içermektedir. Örneklem grubu, global ölçekte ilk defa düzenlenen Metaverse Mimarlık Bienali’nde sergilenen 15 proje ile sınırlandırılmıştır. Örneklem seçimi, araştırmanın Metaverse’ün yaratıcı potansiyelini ve eğitimdeki uygulamalarını anlamaya yönelik odaklanmış yapısını desteklemektedir. Projelerin analizi, Gestalt algı kuramı ilkeleri ve Francis D.K. Ching’in "Biçim, Mekân ve Düzen" kitabında yer alan “mekân tanımlayan elemanlar” ve “mimari mekânın nitelikleri” üzerine odaklanarak gerçekleştirilmiştir. Gestalt algı kuramı, projelerin görsel bütünlüğünü, kompozisyonunu ve algısal ilişkilerini değerlendirmek için kullanılmış; Ching’in ilkeleri ise mekânın tanımlanması, mekânsal unsurların düzenlenmesi ve mimari elemanların kalite değerlendirmesi için temel oluşturmuştur.

İçmimarlık eğitimi özelinde bu araştırma; Metaverse’ün tasarım öğrencilerinin ve eğitimcilerinin eğitim yolculuklarını geliştirmesi ve sürükleyici bir öğrenme ortamı sağlamasının yanında, yaratıcılık hakkındaki düşüncelerin yeniden şekillenerek dönüşmesi açısından önem taşımaktadır.

Sınırları Zorlayan Yaratıcılık ve Sınırları Zorlanan İçmimarlık Eğitimi

Yaratıcılığı; Rollo May kitabında “yeni bir şeye varlık kazandırma süreci” olarak tanımlamakla birlikte yaratıcılığın bir karşılaşmanın ardından fikir ve iç hayalle kendini dışa vurduğundan bahsetmektedir (May, 2013). Her kişide var olduğu kabul edilen ve kişiyi icat etmeye, yenilikler ortaya koymaya iten varsayımsal yatkınlık olarak tanımlanan (Özaltun, 2023) yaratıcılık; insan beyninin imgeleme gücünün bir ürünüdür. Akıllı bir varlık olarak insan tarih boyunca yaratıcı güce sahip, üretken bir canlı olmuştur.

Yaratıcılık doğası gereği kalıplardan kurtulup mevcut normlardan sapmayı, deneyime açık olmayı gerektirir. Özaltun’un (2023) aktardığı gibi; yaratıcılığı geliştirmek ve öğrencileri yaratıcılığa teşvik etmek günümüzde pek çok eğitim programının temel amacı haline gelmiş; programlar kapsamında

düşünme, öğrenme ve üretme becerileri gelişmiş bireyler yetiştirilmesi hedeflenmiştir (Güler, 1990) (Dadakoğlu, 2018) Yaratıcılığın gelişimi için, bireyin içsel potansiyelinin yanı sıra, içinde bulunduğu ortamın da sunduğu fırsatlar oldukça aktif rol oynamaktadır. Yaratıcı bir ortam, bireyin fikirlerinin farkına varıp onları özgürce ifade etmesine, problemlere farklı bakış açılarıyla yaklaşmasına ve risk alarak alışılmadık dışına çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda yaratıcılığı destekleyen bir ortam yaratmak, bireyin yaratma kapasitesiyle beraber eleştirel düşünme, esneklik ve özgüven gibi özelliklerini de güçlendirmektedir.

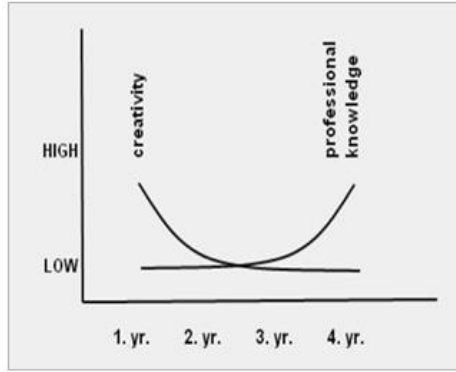
İçmimarlık eğitimi, bireylere yaratıcı düşüncelerini geliştirip özgün çözümler üretebilecekleri bir tasarım ortam sunmaktadır. Tasarım sürecinin merkezinde yer alan yenilik arayışıyla, öğrencilerin yaratıcı potansiyellerini keşfetmeleri beklenmektedir. İçmimarlık eğitiminin sunduğu bu yaratıcı ortamda amaç, bireylerin yaratıcı mekânsal çözümler üretmelerine destek olmaktır. Bu şekilde öğrenciler deneyerek, yanılarak ve keşfederek kendi yaratıcılıklarını geliştirme fırsatı bulmaktadır.

Yaratıcılık, içmimarlık eğitiminde mekân yaratımı süreci açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Öğrencilerin disiplinli bir ortamda düşünme yeteneklerini geliştirerek, özgün mekân tasarımları üretmelerini amaçlayan içmimarlık eğitimi (Arıdağ & Aslan, 2012) gerçek problemlerden yola çıkarak ve deneyimlerle öğrenme üzerine odaklanırken (Schön, 1985) bu süreçte yaratıcı düşüncenin üretimine de önem vermektedir.

Davaslıgil'e göre yaratıcılık sadece belirli kişilerde var olan gizil bir yetenek değil, tüm insanların sahip olduğu, geliştirilebilen bilişsel bir beceridir (Davaslıgil, 1994). May (2013) de yetenek ve yaratıcılık arasındaki ayrımı dikkat çekerek “yetenek; nörolojik karşılıklara sahip olabilir ve bireye verilen bir şey gibi ele alınabilir. Bireyin kullansa da kullanmasa da yeteneği olabilir ancak yaratıcılık sadece edimde görülebilir” demektedir. Çellek ve Sağocak'a (2014) göre de yaratıcılık; çalışma, deneyim, gözlem, araştırma ve algı ile ilgili olarak sürekli gelişmektedir (Sağocak & Çellek, 2014). Dolayısıyla içmimarlık eğitimi bu yaratıcılığı destekleyen bir süreçtir ve bu yaratım sürecinde yaratıcılığı ön plana çıkaracak yöntemler önem kazanmaktadır (Garip & Garip, 2012). Aynı şekilde Kahvecioğlu (2001) bireyin içmimarlık tasarım eğitimi sürecinde edindiği bilgileri kullanma ve ilişkilendirme konusundaki başarısının yaratıcı çözümü getireceği ve sınırsız bilgiler içinde problemin çözümünü yaratıcı bir yerden bulacağını savunmaktadır.

Yaratıcı eylemin, kendini dışı vuracak bir iç hayalle yani bir karşılaşma ile başladığını belirten May (2013)'e göre bu karşılaşmalar zihinde dönüp duran fikirlerin çarpışmasıdır. Çarpışmalar ise ancak onu tetikleyen ortamlarda ortaya çıkabilmektedir. Yani bir kişide var olan yaratıcılık düzeyi ne olursa olsun onu besleyecek ve ortaya çıkarak bir ortam ancak var olan yaratıcılığı parlatabilmektedir. Eğitim sürecinde öğrenciye sunulan bilgiler ve sunulan ortamlar çalışma kapsamında ele alınan içmimarlık eğitimi için de oldukça önemli yapı taşlarıdır. Dolayısıyla eğitim süreci boyunca öğrencilerin bilgi ve becerilerinin artmasıyla, yaratıcı potansiyellerinin artarak gelişeceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Yaratıcılık; bireylerin sorunlara farklı yaklaşımlar geliştirmelerine ve özgün çözümler üretmelerine olanak sağladığından eğitimin bu yaratıcı süreci desteklemesi gerektiği düşünülmektedir. Ancak, öğrencilerin yaratıcı düşünce süreçlerinin eğitim süresinde nasıl etkilendiği ve bu etkilerin her zaman yaratıcılık anlamında olumlu yönde olup olmadığına dair farklı görüşler de bulunmaktadır.

Yaratıcılığın eğitimle geliştirilebilir bir beceri olduğunu savunan görüşlerin aksine Teymur tarafından (1998) yürütülen araştırmada mimarlık ve içmimarlık eğitiminin son yıllarında olan öğrencilerin mesleki bilgi ve becerileri artarken, yaratıcılıklarının ve risk alma cesaretlerinin azaldığı ileri sürülmektedir (Şekil 1).



Şekil 1. Mimarlık eğitim sürecinde öğrencinin bilgi ve yaratıcılık ilişkisini gösteren grafik (Teymur, 1998)

Teymur'un(1998) ve Eke&Usta'nın (2016) çalışmalarında da görülebileceği gibi içmimarlık eğitiminin özellikle ilk yıllarında öğrenciler için yaratıcı bir ortam sağlandığını söylemek mümkündür. Ancak meslek yaşamına yaklaşan son sınıf öğrencilerinin; staj gibi meslek ortamıyla ilişkilerinin artması, proje stüdyolarında kurgusal tasarım yaklaşımlarından uzaklaşılması gibi nedenlerle yaratma cesaretlerinin zayıfladığı ve risk alma kapasitelerinin azaldığı düşünülmektedir. Bu durum içmimarlık eğitimindeki yaratıcı ortamın tekrar sorgulanması gerektiğini, yeni öğrenme ortamlarının yeni yaklaşım ve teknolojilerle geliştirilmesi gerektiğini gözler önüne sermektedir.

Nigan Bayazıt'a göre (2011) yaratıcılığın gelişimine yardımcı olabilecek tekniklerden bir tanesi zihinsel engelleri kaldırmaktadır. Günümüzde sınırları zorlanan yaratıcı eylemin içmimarlık gibi tasarım eğitimlerinin sınırlarını zorladığı görülmektedir. Özellikle dijital teknolojiler, hızla gelişmesi ve her alana uyum sağlama kapasiteleri ile tasarım eğitimi kapsamında nasıl kullanılabilir sorusunu da beraberinde yaratmıştır.

Yaratıcılığı merkezine alan içmimarlık eğitiminin de en temel eylemi özgün mekân tasarımı üretmek için yeni yaklaşımların ve yöntemlerin kullanılmasıdır. Dijital teknolojiler sayesinde tasarım öğrencileri özgün fikirlere daha kolay ortaya koyabilir ve yaratıcılıklarını geliştirebilirler. Bununla birlikte teknolojik araçlar kullanılarak üretilen mekânların, tasarımcıyı kısıtlayan herhangi bir parametreye sahip olmaması da onu daha özgür düşünmeye teşvik etmektedir. Torrance'e göre, teknoloji sayesinde nesnelerin deforme edilebilmesi, yaratıcı düşünmenin göstergelerinden olan fikir esnekliğini geliştirmektedir (Torrance, 1968). Teknoloji sayesinde hayatımıza entegre olan esnek düşünme biçimleri, içmimarlara daha önce keşfedilmemiş olana yönelme fırsatı sunabilmektedir. Torrance'nin tasarım esnekliği ile ilgili düşüncelerinin bir yansıması olarak kabul edilebilecek bir görüşle son yıllarda gelişen dijital teknolojinin, içmimarların mekân yaratımında mevcut formların ötesini deneyerek, olağanın dışına çıkmalarına ve özgün tasarımlar üretmelerine yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Sanal Evren; Metaverse

Sanal ortam olarak bilinen Metaverse, Yunanca ve Latince kökenli iki farklı kelimedenden türetilmiştir. Kelimenin ilk kısmı olan 'meta' (μετα-) İngilizceye çevrildiğinde *öte/ötesinde* anlamını taşımaktadır. Kelimenin ikinci kısmı 'verse' ise 'universe' kelimesinden yola çıkarak 'evrenleri kapsayan/ evrenlerin ötesinde olan' anlamını karşılayan Latince 'universum' kelimesinden gelmektedir (Uspenski & Guga, 2022).

Kelimenin kendi içindeki tanımından da anlaşılacağı üzere Metaverse, mevcut fiziksel evrenin ötesinde başka bir gerçekliğe sahiptir. Metaverse kavram olarak gerçek, yani fiziksel dünyanın ötesini ifade etmektedir. Ancak bu gerçek ötesi evren olma durumu metafizik evreni veya ruhani bir evren olarak değil, bilgisayarlar tarafından oluşturulmuş dijital bir evreni tanımlamaktadır (Dionisio, Burns, & Gilbert, 2013). Fiziksel gerçeklik atomik parçalardan oluşurken metaverse evreni 1 ve 0'lerden oluşmaktadır. Bu onun var oluş biçimidir. İnsan ise fiziksel gerçeklik ile gerçek ötesinin ortasında bulunan, bedensel olarak fiziksel gerçekliğe ait ancak zihinsel olarak gerçek ötesi olabilecek potansiyeli

taşıyan bir canlıdır. Metaverse’ün sunduğu bu gerçek ötesi dünyada kişilerin zihinsel olarak özgür olabilmesi, Bayazıt’ın değindiği yaratıcılığı geliştirme tekniklerinden zihinsel engelleri kaldırma fikrine ayna tutmaktadır.

Hiçbir fiziksel sınırlamanın olmadığı bir ortam olarak Metaverse, profesyonel tasarımcılar ve iç mimarlık öğrencileri için sonsuz bir deneyim alanı olarak işlemektedir. Gerçek dünyada kaygılanan hiçbir yapısal ve fiziksel kural bu sanal ortamda mevcut değildir. Metaverse evrenindeki tek sınırlama insanın hayal gücüdür (Thawonmas & Fukumoto, 2011). Hayal gücünden beslenen yaratıcı süreç ise, böyle özgür bir ortama ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple, içmimarlık eğitiminde kullanılan öğretim yöntemlerinin ve eğitim materyallerin günümüz teknolojilerine uyum sağlaması büyük önem taşımaktadır. Öğrencilerin yaratıcılıklarını destekleyip, hayal gücünü serbest bırakan dijital araçlar, eğitimde daha geniş bir özgürlük alanı sağlar. Metaverse gibi sanal evrenler sayesinde öğrenciler mekânsal düzenlemeleri fiziksel sınırlamalar olmadan yeniden keşfetme, deneyimleme ve problemlere yaratıcı çözümler üretebilme şansı yakalayabilirler. Bu tür sanal uygulamaların eğitime entegre edilmesi, öğrencilerin farklı bakış açıları geliştirmesine olanak tanırken, yaratıcı ve cesur tasarımlara yönelmelerine ortam hazırlamaktadır (Şekil 1-2).



Şekil 1. Wedding Chair
(REISINGER, 2024)



Şekil 2. CPHXKD
(REISINGER, 2024)

Günümüz teknolojisiyle birlikte elde ettiğimiz özgürlükler dünyasında, gerçek dünyanın taklidi yerine alışık olunmayanı denemek yaratıcılığı tetikleyebilir. Mekânın dijital bir devrim yaşayabilmesi için ‘gerçeklik’ tasvirinden kurtulup daha ütöpik, fiziksel dünyada imkânsız olabilecek tasarımlara yönelmek, buna yönelik mimari kavram ve teoriler geliştirmek gerekmektedir (Moneta, 2020). Bu tipte cesur, yaratıcı ve olağan dışı mekânların var olabilmemesinin ilk yolu tasarımcı olarak içmimarın kendi zihinsel alışkanlıklarından ve sınırlılıklarından kurtulup kendisini yaratıcılığının akıntısına kapılmasıdır. Çünkü mekân tasarımı önce zihinde oluşmaya başlamaktadır (Tatar, 2020) ve ardından ister sanal ister fiziksel dünyada gözle görülür bir ürüne dönüşmektedir. Zihinde başlayan mekân yaratımında kişi, edindiği bilgi ve tecrübelerden yola çıkarak bir mekân tasarımı oluşturmaktadır. Zihinde oluşan mekân, deformasyona uğrayarak farklılaşabilir ve olağandan koparak dönüşmekte ve değişmektedir. Dolayısıyla mekânsal öğeler her zaman alışıldık biçimlerde alışıldık şekilde organize olmak durumunda değildir. Bunun en güzel örnekleri rüyalarda deneyimlenen sıra dışı mekânlardır. Zihinsel olarak insan, sınırlılıklardan kopup kendi gerçekliğini ve olağanlığını yaşayabilecek sonsuz bir özgürlüğe sahiptir. Zihinde tasarlanan mekân kurgusaldır (Tatar, 2020) ve zihnin fiziksel bir sınırı olmadığından dolayı tasarlanan bu mekân da fiziksel olarak sınırlı bir mekân olmanın ötesine geçebilir.

Tanju’nun (2003) ‘mimarlıkta sıfır noktasını aramak’ başlıklı kitabında geçen Tümertekin’in önerisine göre ‘özgün’ olmak için belleğin sıfırlanması gerekmektedir. Burada belleğin sıfırlanmasından kasıt, öncesinde öğrenilmiş olan kalıplardan, sınırlılıklardan kurtulup özgürleşebilmektedir (Tanju, 2003)aktaran: (Özorhon, 2008)). Bu özgürleşme ancak özgürlüğü deneyimleyerek gerçekleştirilir.

Dolayısıyla Metaverse gibi sanal evrenlerin tasarım süreçlerine dahil edilmesi, yeni deneyimler yaratılması ve yaratma cesaretinin bu yönde yaygınlaştırılması eğitimde sürecinde öğrencilere mekânsal sınırlılıkların ötesinde yaratıcı tasarımlar gerçekleştirmelerine olanak sağlayacak bir ortam sunabilecektir.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın ilk aşamasında içmimarlık eğitimi, yaratıcılık ve Metaverse kavramları üzerine yapılan sistematik literatür taraması araştırmanın teorik çerçevesini oluşturmuştur. Bu bilgiler ışığında son yıllarda gelişmeye ve yaygınlaşmaya devam eden dijital teknolojilerin tasarım özellikle içmimarlık eğitimindeki yeri açıklanmaya çalışılmış; yaratıcı düşünmeye ve tasarlama sürecine etkileri sorgulanmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında 'Presence of the Future' temalı global ölçekte düzenlenen ilk Metaverse Mimarlık Bienali'nde dijital olarak sergilenen 30 proje içerisinde metaverse'ün sınırsız olanaklarını vurgulayan, ilham verici olan, teknik ve mekânsal kısıtlamalardan bağımsız ve içmimari çözümler açısından çeşitlilik barındıran 15 proje seçilerek belirlenen parametreler doğrultusunda analiz edilmiştir. Analiz için belirlenen bu parametreler Gestalt algı kuramı ilkeleri ve Francis D.K. Ching'in mekân tanımlama ilkeleri ve mimari mekânın nitelikleridir. Analizler sonucunda Metaverse'ün sadece tasarım için bir araç ya da ortam değil; yaratıcılık hakkındaki düşüncelerimizi yeniden şekillendiren dönüştürücü bir alan olduğu sonucuna varılmaya çalışılmıştır. Aşağıda çalışmanın strüktürü Şekil 3'te ortaya konulmuştur.



Şekil 3. Çalışma strüktürü

Örneklem Seçimi

Metaverse Mimarlık Bienali (MAB), mimarlığın dijital dünyadaki yenilikçi ve yaratıcı potansiyelini sergilemek amacıyla sanal ortamda düzenlenen bir mimarlık bienalidir. Fiziksel dünyanın sınırlamalarından bağımsız olan MAB, katılımcılara yalnızca Metaverse ortamında mümkün olan, sıra dışı mimari projeleri ve mekânları deneyimleme fırsatı sunmaktadır.

MAB'nin amacı, geleneksel mimarlık anlayışının ötesine geçerek, mimar ve içmimarların dijital alanda kendilerini özgürce ifade edebildikleri mekânsal projeler tasarlama alanına olanak tanımadır. Bu bağlamda tasarımcılar Metaverse evreni içinde mekân ve yapı kavramlarını yeniden yorumlayarak hayal güçlerini zorlayan tasarım nesneleri ortaya çıkarmaktadır. 2024 yılında ilk kez düzenlenen MAB bünyesinde belirlenen "Presence of the Future" temasıyla, dijital mimarlığın gelecekteki potansiyel rolü ve yaratıcı süreçlerde sunduğu fırsatlar üzerinde durulmuştur (The First Metaverse Architecture Biennale, 2024).

Metaverse Mimarlık Bienali, içmimarlık ve mimarlık eğitimi alanındaki öğrenciler ve profesyoneller için, dijital ortamda tasarım becerilerini geliştirme, yaratıcılıklarının sınırları zorlayan projeler oluşturma fırsatı yaratır. Dolayısıyla dijital mimarlığın yaratıcı süreçlere olan etkinliğini araştıran MAB kapsamında üretilen projeler, araştırmanın örneklem seçiminde etkili olmuştur.

İlhamını EXPO ve Venedik mimarlık bienali gibi önemli etkinliklerden alan Metaverse Mimarlık Bienali'nde LAVA, PLP, ATRIUM, SA Lab, Soomeen Hahm gibi dijital tasarımın öncüsü olan mimarlar ve tasarım stüdyoları tarafından oluşturulmuş sanal pavyonlar ve ortamlar sergilenmektedir (İlk Metaverse Mimarlık Bienali 21 Eylül – 6 Ekim Tarihleri Arasında Online Olarak Gösterimde , 2024).

Bu bilgilere göre bienal kapsamındaki 30 proje içerisinde Metaverse'ün sınırsız olanaklarını vurgulayan, ilham verici olan, teknik ve mekânsal kısıtlamalardan bağımsız, içmimari çözümler açısından çeşitlilik barındıran 15 proje seçilerek belirlenen parametreler doğrultusunda analiz edilmiştir. Örneklem grubunu oluşturan projeler Tablo-1 de listelenmiştir.

Tablo 1. Örneklem grubuna dahil edilen projeler

Proje kodu	Tasarım ismi	Tasarımcı
MAB-1	Epsilon 13	Akash Deep Ravichandran
MAB-2	The Tesseract	Nicolas Turchi & Andrea Gallucci
MAB-3	Labyrinthine Ascent	Shashwat Prakhar
MAB-4	Morpho Genesis	Dariana Andrei
MAB-5	Halls of Eclipse	Space Lane
MAB-6	LingoVerse	NESA
MAB-7	LAVA World	Lavarchitects
MAB-8	Ephyra Pavilion	Q63
MAB-9	Fragile Pavilion	SA Lab
MAB-10	Proscenium Project	IHEARTBLOB
MAB-11	Symbiocene Living - A Sumbiotecture Showcase	plparchitecture
MAB-12	The Hidden Loop	MFSG6
MAB-13	Villette-verse: The Pavilion of Many Pavilions	architectureuic
MAB-14	Absence and Presence	OBMI
MAB-15	A Meta Odyssey	SoomeenHahm Design & Igor Pantic

Analiz Parametrelerinin Oluşturulması

Araştırmanın parametreleri belirlenirken, “mekân” kavramı merkeze konmuş ve mekânı oluşturan öğeler ile mekân algı parametreleri birlikte düşünülmüştür. Bunun sonucunda örnek proje analizleri Ching'in mekânı oluşturan öğeleri ve bu öğelerin nasıl algılandığını inceleyen Gestalt algı parametreleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu iki yaklaşımın seçilme nedeni, Metaverse'ün fiziksel dünyanın sınırlarından bağımsız bir tasarım alanı sunmasına rağmen, algısal ve mekânsal bütünlüğün hâlâ önemli bir tasarım unsuru olmasıdır.

Gestalt algı kuramı, insan zihninin görsel unsurları nasıl organize ettiğini ve bütüncül algıyı nasıl oluşturduğunu açıklamaktadır. İçmimarlık eğitiminde, öğrencilerin tasarımlarında kompozisyon, denge, ritim ve mekânsal hiyerarşi gibi temel ilkeleri kavramaları gerekmektedir. Metaverse'teki tasarımlar, fiziksel dünyanın kısıtlamalarından bağımsız olsa da, algısal bütünlük ve anlamlı bir mekânsal düzen oluşturma ihtiyacı devam etmektedir. Bu nedenle, Gestalt ilkeleri kullanılarak kullanıcı algısı üzerindeki etkileri daha derinlemesine değerlendirilebilmiştir. Francis D.K. Ching'in mekân tanımlayan öğeleri ve mimari mekânın nitelikleri ise, mekânsal organizasyonun ve anlamın nasıl oluşturulduğunu açıklayan temel bir çerçeve sunmaktadır. Ching'in yaklaşımı, hacim, sınır, ölçek, yönlenme ve mekânsal süreklilik gibi kavramlar üzerinden mekânın nasıl şekillendiğini analiz etmeye olanak tanımaktadır. Metaverse ortamında oluşturulan tasarımlar, geleneksel fiziksel mekân kurallarına bağlı olmasa da, kullanıcı deneyimini şekillendiren mekânsal ilişkiler açısından belirli ilkelere dayanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada incelenen projelerin mekânsal yapılarını değerlendirmek için Ching'in tanımladığı mekânsal öğeler temel alınmıştır.

Bu iki kuramsal çerçevenin birleşimi, Metaverse ortamında yaratılan içmimarlık projelerinin yalnızca estetik veya teknik yönleriyle değil, aynı zamanda algısal ve mekânsal deneyim açısından da değerlendirilmesine imkân tanımıştır. Böylece, Metaverse'ün içmimarlık eğitiminde yaratıcı

özgürlükler sunarken, tasarım süreçlerinde nasıl bir dönüşüm sağladığı daha kapsamlı bir şekilde ortaya konmuştur.

Görsel Algı Parametreleri

20.yy'ın ilk yarısında Almanya'da ortaya çıkan, Türkçe'de 'Şekil, biçim, kalıp, form' anlamına gelen Almanca 'Gestalt' yaklaşımıyla kuramcılar, 'bir bütünün kendisini oluşturan parçaların' doğrudan görsel algıyı etkilediğini savunmuşlardır. Gestalt'a göre algılamayı kolaylaştırmak için beyin, etrafımızı saran tüm öğeleri farklı içerik ve veri türlerine göre gruplandırarak işlemektedir.

Kaplan tezinde Gestalt kuramının temel formülü şöyle alıntılanmaktadır (Kaplan, 2003) "Bütünler vardır, bütünün davranışı onu oluşturan parçaların davranışlarını belirlemez; parçalarla ilgili süreçler bütünün kendine özgü doğası tarafından belirlenir" (Ellis, 1950). İnsanın görsel algısı görme duyusunun renk ve ışık gibi uyaranlarla tetiklenmesiyle ile başlar. Görsel algı çevrede bir uyaran olduğunda harekete geçer ve kişinin özelliklerine göre değişir. Görsel algı sayesinde insanlar bulundukları çevreyi yorumlar ve kendilerini iyi ya da kötü hissedebilirler. Ancak bazen duyuların zihinde yanlış yorumlanmasıyla birlikte algı yanılsamaları gerçekleşebilir (Yılmaz, 2004).

İnsanın algısını buna bağlı olarak bilme süreçlerini inceleyen, görsel algı ve mekânın görsel organizasyonu ile ilgilenen bir kuram olan Gestalt kuramı, mimarlık disiplini içerisinde oldukça ön plana çıkmaktadır (Asar, 2013). Gestalt kuramcıları görsel organizasyonun 'nasıl' oluşturulduğunu ifade edebilmek için kuramı çeşitli alt başlıklara ayırmışlardır.

- Tamamlama (Closure): Görsel algının bütüncül çalışması sonucunda birbirinden kopuk ya da boşluklu şeklin bir bütün olarak algılanmasıdır.
- Yakınlık (Proximity): Görsel algıdaki düzenlemenin en basit şartlarından birisi yakınlıktır. Bu yasaya göre bir görsel düzen içerisindeki elemanlardan birbirlerine daha yakın olanlar birlikte olma etkisi yaratırlar (Kaplan, 2003).
- Devamlılık (Continuation): Beyin, belirli bir düzen ile devam eden şekilleri bir devamlılığı varmış gibi algılar. Birkaç noktadan ya da boşluktan oluşan bir aritmetik düzen ayrı ayrı değil, bir bütün olarak algılanır.
- Basitlik (Simplicity): Beyin, basit ve düzenli bir şekilde organize edilmiş şekilleri daha çabuk algıma eğilimine sahiptir.
- Şekil-zemin (Figure and ground): Bu ilke tüm duyuları kapsamaktadır. Boyutu ne olursa olsun şekil zemini, zemin de şekli algılamamızı sağlar. İnsan iki şekli de aynı anda göremez. Önce birini algılar ve o algıladığı diğer şekli algılamasına sebep olur.
- Benzerlik (Similarity): "Deneyler göstermiştir ki, uyarıcı şeklin birbirlerine kendi bünyesinde biçim, ölçü, yön, renk, parlaklık bakımından benzeyen üniteler beraber, bir arada görüneceklerdir" (Gürer, 1990).

Gestalt'çı yaklaşımda her mekân, farklı mekânsal öğelerin birleşiminden oluşmaktadır. Ancak mekân, sadece onu oluşturan yapısal öğelerden meydana gelmenin ötesinde daha dinamik bir yapıdadır ve yapısal öğelerin dizilişi, mekânın biçimi, mekâna ait renkler, dokular, sesler hatta koku bile mekânı oluşturan öğeler arasında yer alır. Mekânı meydana getiren bu öğelerden biri ya da fazlası değişime uğrarsa o mekân kullanıcı için farklı bir yere evrilir.

Mekân Tanımlama Parametreleri

"Mekân, kütle unsurları tarafından ele geçirilmeye, çevrelenmeye, şekillendirilmeye ve düzenlenmeye başlandığında, mimarlık ortaya çıkar (Ching, 2006)"

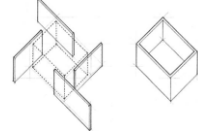
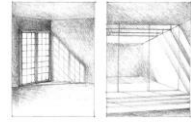
Mimari bütünün temel öğeleri olarak kabul edilen; yapının içinde kurgulanan eylemleri ifade eden işlev ve yapının oluşumunda kullanılan öğelerin bir araya getirilişi biçimlerini ifade eden teknik, bir yapının oluşumunda en önemli etmenlerdir ve bu etmenler biçim yoluyla ifade edilirler. Biçim kavramı, mimarlık disipliniinde bir kütlenin ya da boşluğun sahip olduğu bütünsel şekil, genel düzen olarak tanımlanmaktadır (Aytem, 2005).

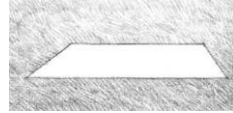
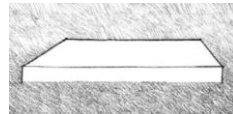
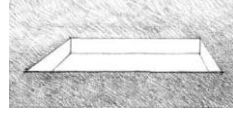
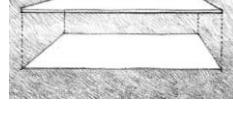
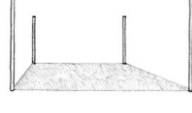
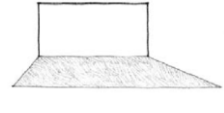
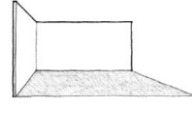
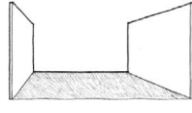
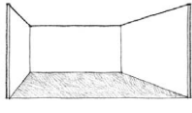
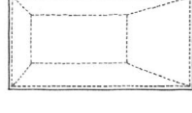
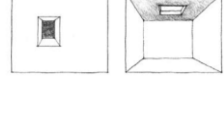
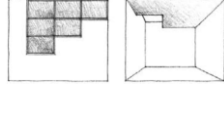
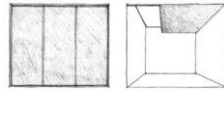
Ching'e göre (2007) biçimin temel öğeleri sırasıyla nokta (point), çizgi (line), düzlem (plane) ve hacimdir (volume). Bunlar yalnızca zihnin gözünde görülebilir; aslında var olmazlar, ancak yine de varlıklarını hissedilir. Beyin, iki çizginin kesiştiği bir noktayı, bir düzlemin sınırını belirleyen bir çizgiyi, bir hacmi çevreleyen bir düzlemi ve uzayı dolduran bir nesnenin hacmini algılayabilir. Bu öğeler kâğıt üzerinde veya üç boyutlu uzayda gözle görülebilir hale getirildiklerinde, bu unsurlar madde, şekil, boyut, renk ve doku özelliklerine sahip bir form haline gelir. Kişi bu formları çevresinde deneyimledikçe, yapılarında nokta, çizgi, düzlem ve hacim gibi birincil unsurların varlığını algılayabilmelidir (Ching, 2006).

Ching'in anlatımına göre kendi yönü dışında başka bir yöne doğru genişletilen bir çizgi, bir düzlem haline gelir. Düzlem, görsel bir kompozisyonda, bir hacmin sınırlarını tanımlamak için kullanılır. Dolayısıyla düzlem, kütle ve mekânın üç boyutlu hacimlerinin oluşturulmasıyla ilgilenen mimarlık için anahtar bir öğe olarak kabul edilmelidir (Ching, 2006).

Birleşerek yapıyı oluşturan düzlemler, kütle ve mekândan oluşan üç boyutlu hacimleri tanımlar. Her bir düzlemin özellikleri — boyutu, şekli, rengi ve dokusu — ve birbirleriyle olan mekânsal ilişkileri, tanımladıkları formun görsel niteliklerini ve oluşturdukları mekânın özelliklerini belirler. Buna göre Francis Ching'in "Mimarlık; Biçim, Mekân ve Düzen" kitabında yer alan yatay öğeler, düşey öğeler ve açıklıklar "mekân tanımlayan öğeler"; renk, doku, oran, ölçek, kapalılık derecesi ve ışık ise "mimari mekânın nitelikleri" olarak analiz parametrelerine eklenmiştir. Tablo 2'de iki kısımdan oluşan mekân tanımlama parametreleri açıklanmıştır.

Tablo 2. Mekân Tanımlama Parametreleri

MİMARİ MEKÂN NİTELİKLERİ	Renk; Renkler kullanıcıyı etkileyen bir atmosfer yaratmak amacıyla kullanılan mekân bileşenleridir. Renk kullanımı konusunda sabit kurallar koymak mümkün değildir. Rengin yaratıcı bir şekilde kullanımı, mekânın imajını ortaya çıkarmakta ve ruhsal durumun yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Renklerin gereğinden fazla kullanımı, dikkat çekici olmakla birlikte, kullanıcıların böyle bir ortamdan rahatsızlık duymalarına da neden olabilmektedir.	
	Doku; Ching, dokuyu iki ana tipe incelemiştir. Dokusal doku gerçektir ve dokunarak hissedilmektedir. Görsel doku ise gözle görülmektedir. Bütün dokusal dokular görsel doku özelliği taşımaktadır (Ching, 2006). Doku, mekânı tanımlamak, donatmak ve güzelleştirmek için kullanılan bir niteliktir. Bu yüzden mekânın istenilen kullanım şekline ve kimliğine uyumlu olmalıdır. Sert ve yumuşak, düz ve pürüzlü, parlak ve mat dokusal yüzeylerin birleşimleri çeşitlilik ve ilgi yaratmak için kullanılabilir.	
	Oran /Ölçek; Mekân bağlamında ölçünün kaynağı insandır. Mimarlıkta öğelerin, mekânların boyutlarının matematiksel, fiziksel olarak ölçülmesi önemli olmakla birlikte ölçüye vurulan sonuçların duygusal etkisinin değerlendirilmesi de önemlidir (İzgi, 1999). Mekânın eni, boyu ve yüksekliği arasındaki ölçü ilişkisi oranı vermektedir. Bir parçanın diğer parçalarla be bütünle kurduğu bu harmonik ilişki insanın mekânla, mekânın öğeleriyle ve çevrenin mekânla arasındaki oranları yaratmaktadır. Bu oranların farklı şekillerde uygulanması ile algıyı etkileyen düzenler ortaya çıkmaktadır. Düzenlerin kullanılması da güzellikle ilgili değerleri yaratmaktadır. Mekân ait oranların doğru kurgulanmaması algıyı bozmakta ve psikolojik olarak mekânın değeri düşürmektedir.	
	Kapalılık derecesi; mekânın biçim ve yönelimine ilişkin algı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Açıklıkların sayısı ve boyutu arttıkça, mekân çevrelenme hissini kaybeder, daha dağınık hale gelir ve komşu mekânlarla birleşmeye başlar. Kapalılık derecesine göre mekân çeşitlenerek açık, kapalı ve yarı-açık mekânlar oluşur.	
	Işık; mekânların aydınlatılarak formun anlaşılması için önemli bir kaynaktır. Işık, yüzeylere düşer, renkleri canlandırır ve dokuları ortaya çıkarır. Işığın rengi ve parlaklığı mekânda şenlikli bir atmosfer yaratabilir veya daha dağınık bir gün ışığı odaya kasvetli bir ruh hali aşılayabilir. Mekândaki açıklığın konumu ve yönü, aldığı gün ışığının kalitesini belirlemede önemlidir.	

MEKÂN TANIMLAYAN ÖĞELER	Yatay elemanlar	Taban düzlemi (zemin); üzerinde nesnelerin yer aldığı ve insanın mekândaki hareketinin meydana geldiği bileşendir. Mekânlarda zeminin, tavana ve duvarlar göre pragmatik olarak anlamı daha farklıdır (Miess, 1991 (Eke, Mekanın yaşanabilirlik değeri üzerine sistem odaklı bir model önerisi, 2014) Zemin, toplayıcı ve bir araya getirici özelliğinden dolayı, mekânın tanımlanmasına yardımcı olmaktadır (Schulz, 1988) (Eke, Mekanın yaşanabilirlik değeri üzerine sistem odaklı bir model önerisi, 2014).	
		Yükseltilmiş taban düzlemi; zeminin bir kısmının yükseltilmesi, daha geniş bir mekânsal bağlam içinde belirli bir alan tanımlar. Yükseltilmiş zemin kenarları boyunca meydana gelen seviye değişiklikleri, alanının sınırlarını tanımlar ve yüzeyi boyunca uzayın akışını kesintiye uğratır. Zeminin yükseltilmesi, bir binanın formunu, kütlelerini yapısal ve görsel olarak destekleyen bir platform veya podyum oluşturur (Ching, 2006)	
		Çukurlaştırılmış taban düzlemi; zeminin bir kısmının alçaltılması, alanın daha geniş bir bağlamdan izole edilmesini sağlar. Alçaltılarak oluşan hacmin dikey düzlemleri alanı sınırlarını oluşturur. Zeminin alçaltılmasıyla çevresinin altına indirilmesi mekânın içe dönük doğasına, barınak ve koruyucu niteliklerine işaret edebilir (Ching, 2006)	
		Başüstü düzlemi (tavan); mekân sınırlayıcıları arasında en belirleyici olanlardır. Mekânın yatay bileşenleri, insanoglu ile sonsuz gökyüzü arasındaki sınırlayıcı elemanlardır. Bu anlamda, bir alanın üzerinin örtülü olması mekân tanımlamada önemli rol oynamaktadır.	
	Dikey elemanlar	Dikey çizgisel elemanlar (kolon); bir alan hacminin dik kenarlarını tanımlar. Kolonlar tek başına oldukları zaman bir yön ifade etmezler, bir nokta belirlir. Ancak tanımlanmış bir hacim içinde yer aldığında, kendi etrafında mekânsal bir alan oluşturacak ve bulunduğu çevre ile etkileşime girecektir (Ching, 2014).	
		Tekil dikey düzlem (Duvar); Dikey düzlem cephesel niteliklere sahiptir. İki yüzeyi; iki ayrı hacimsel alanın kenarlarına bakar ve onları tanımlar. Dikey düzlemin yüksekliği, düzlemin mekânı görsel olarak tanımlama kabiliyetini etkileyen kritik faktördür. Dikey düzlemin yüzey rengi, dokusu ve deseni görsel algımızı etkiler. Duvar; alanın birincil yüzü olabilir ve ona belirli bir yön verebilir. Mekânın önünde yer alabilir ve girişi tanımlayabilir. Mekân içinde bağımsız eleman olabilir ve hacmi iki ayrı ama ilişkili alana bölebilir.	
		L şeklinde dikey düzlem; Dikey düzlemlerden oluşan bu konfigürasyon, köşesinden çapraz bir eksen boyunca dışarıya doğru bir alan oluşturur. Köşenin oluşması L konfigürasyonlar için ayırt edici bir özelliktir. Bir bina, arazisinin bir köşesini oluşturmak, iç mekânlarının ilişkili olduğu bir dış mekân alanını çevrelemek veya dış mekânın bir bölümünü çevresindeki istenmeyen koşullardan korumak için L şeklinde bir konfigürasyona sahip olabilir.	
		Paralel dikey düzlemler; İki paralel dikey düzlem, aralarında konfigürasyonun her iki açık ucuna doğru eksenel olarak yönlendirilmiş bir boşluk hacmi tanımlar. Düzlemlerin dikey kenarları tarafından oluşturulan alanın açık uçları, mekâna güçlü bir yön niteliği kazandırır. Paralel düzlemler köşeler oluşturacak şekilde birleşmediğinden ve alanı tamamen çevrelemediğinden, mekân doğası gereği dışa dönüktür.	
		U şeklinde dikey düzlem; Dikey düzlemlerin U şeklindeki konfigürasyonu, içe doğru odaklanmanın yanı sıra dışa doğru da yönelimi olan bir alan tanımlar. Açık uç bitişikteki alanla görsel ve mekânsal sürekliliği sağlar. Köşelerine açıklıklar eklendiğinde, çok yönlü ve dinamik bir alan içinde ikincil bölgeler yaratılacaktır. Kütlelerin U şeklindeki organize edilmesi, dış mekânı yakalama ve tanımlama konusunda doğal bir yeteneğe sahiptir.	
		Dört düzlem (kapanım); Dört düzlem, içe dönük bir alanın sınırlarını oluşturmada ve boşluğun formunu etkilemektedir. Mimarideki en tipik ve kesinlikle en güçlü mekân tanımlama yöntemidir. Alan tamamen kapalı olduğundan, doğal olarak içe dönüktür. Tarihsel olarak, kutsal ya da önemli bir yapının görsel ve mekânsal alanını tanımlamak için kullanılmışlardır.	
	Açıklıklar	Düzlem üzerindeki açıklık; açıklığın tamamen bir duvar veya tavan düzlemi içinde yer aldığı ve düzlemin yüzeyi tarafından her taraftan çevrelendiği düzenlemelerdir. Birden fazla açıklık bir düzlem içinde kümelenilebilir ya da kademelendirilebilir veya ayrılabilir. Boyut olarak büyüdükçe, bir figür olmaktan çıkacak ve bunun yerine kendi içinde pozitif bir unsur, ağır bir çerçeve ile sınırlanmış şeffaf bir düzlem haline gelecektir.	
		Köşelerdeki açıklık; bir duvar veya tavan düzleminin kenarı boyunca veya köşesinde yer alabilir. Bir köşe açıklığı, içinde bulunduğu düzlemin kenarlarını görsel olarak aşındırır ve ona bitişik ve dik olan düzlemin kenarını belirginleştirir. Açıklık ne kadar büyük olursa, köşenin tanımı da o kadar zayıf olacaktır.	
		Düzlemler arasındaki açıklık; zemin ve tavan düzlemleri arasında dikey olarak veya iki duvar düzlemi arasında yatay olarak uzanabilir. Bir alanın tüm duvarını kaplayacak kadar büyüyebilir. Zemininden tavan düzlemine kadar uzanan dikey bir açıklık, bitişik duvar düzlemlerinin kenarlarını görsel olarak ayırır ve belirginleştirir. Köşede yer alıyorsa, mekânın tanımını aşındırarak ve köşenin ötesinde bitişik mekâna uzanmasına izin verecektir.	

DEĞERLENDİRME VE ANALİZLER

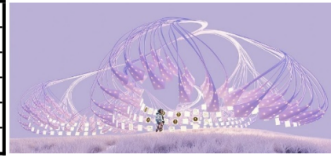
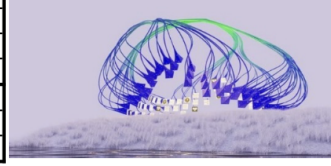
Araştırmanın değerlendirme bölümünde belirlenen analiz parametreler oluşturulan örneklem grubundaki 15 proje özelinde incelemeler yapılmıştır. Analiz tabloları iki bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde projenin adı, tasarımcısı ve tasarım yaklaşımının aktarıldığı proje özeti kısmında oluşmaktadır. Özellikle proje özeti kısmı araştırmacıya belirlenen parametreleri değerlendirirken yol gösterici olmuştur. Tablonun ikinci kısmı ise Ching'in mekânı tanımlayan öğeleri ve bu öğelerin nasıl algılandığını inceleyen Gestalt algı parametrelerinden oluşturulmuştur. Tablolarda yer alan mekânı niteleyen öğeler olan renk, doku, oran, ölçek, kapalılık derecesi ve ışık analiz edilen projede bir derecelendirmeye tabi tutulmuştur. Örneğin renk kullanımının fazla olduğu projelerde artı değer; renk kullanımının olmadığı projelerde eksi değer işaretlenmiştir.

Tablo 3. 15 projeye ait analiz tabloları

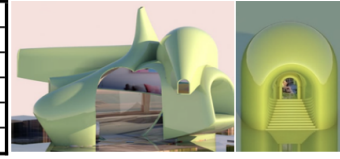
MAB-1		Epsilon 13 / Akash Deep Ravichandran	
Gestalt Algı Kuramı İle	Tamamlama	■	Epsilon 13, sanal alanı içinde senkronizasyon teorisini süper simetri ile birleştiren yenilikçi bir konsept sunuyor. Burada, eylemler bu alevin karmaşık ağında yankılanarak "kuantum senkronizasyonu" adı verilen bir olguyu tetikliyor. Senkronizasyon teorisinin bu uzantısı, sakinleri ve çevreleri arasındaki uyumun geleneksel sınırları aşığı süpersimetriye yol açar. Sonuç, evrenin temel yasalarını bulunan zarif simetrisiyle yansıyan dinamik bir dengedir.
	Yakınlık		
	Devamlılık	■	
	Basitlik		
	Şekil-Zemin	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	Epsilon 13, süper simetrik uyum ve sibernetik estetiğin büyüleyici bir birleşimi haline gelir; burada her eylem, varoluşun karmaşık ağında yankılanır, sürekli olarak uyum sağlar ve derin bağlantılarla gelişir. Gizemli bir sanal âlem olan Epsilon 13, karmaşık makineler ve gelişmiş yapılarla karakterize edilen sibernetik bir estetik yayıyor. Asimetrik tasarımı, sürekli canlılıkla titreşen dünya dışı bir kökene işaret ediyor. Epsilon 13'ün merkezinde yer alan derin senkronizasyon teorisi, tüm unsurları birbirine bağlayarak eylemlerin çevre boyunca yankılanmasına neden olur ve organik mekanize topoloji ile en son teknoloji arasında derin bir simbiyozu teşvik eder. Burada teknoloji sadece ilerlemenin ötesine geçerek dünyanın organik dokusuyla sorunsuz bir şekilde bütünleşiyor. Epsilon 13, organik ve yapay olanın dinamik bir füzyonu olarak gelişir; burada her unsur uyumlu, karmaşık bir denge içinde bir arada var olur ve hayranlık uyandıran, sürekli gelişen sibernetik bir harikalar diyarı yaratır.
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaştırılmış Taban Düzlemi	■	
	Bağıtüstü Düzlemi	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar		
	Tekil Dikey Düzlem		
	L Şeklinde Dikey Düzlem		
	Panel Dikey Düzlemler		
	U Şeklinde Dikey Düzlem		
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dört Düzlem	■	
	Düzlem Üzerindeki Açıklık		
	Köşelerdeki Açıklık		
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	İşık	■	
MAB-2		Tesseract / Nicolas Turchi & Andrea Gallucci	
Gestalt Algı Kuramı İle	Tamamlama		"The Tesseract", küpün dört boyutlu bir benzeri olan estarengiz tesseracttan esinlenen bu avangart pavon, geleneksel mekânsal sınırlara meydan okuyor. Üçüncü ve dördüncü boyutları kursoruz bir şekilde birleştiren pavon, katımları mekânsal sınırların özüldüğü dönüşümlü bir yolculuğa davet ediyor. Pavonun cazibesi, kullanıcıların varlığına dinamik bir şekilde uyum sağlarken ve her adımda keşfedilemeyen alanlar açmasını yapıyor. Işık ve mimari formlar iç içe geçerek sürekli değişen bir senfoni yaratıyor. "Tesseract", vizyoner mimar Carlo Scarpa'nın ruhunu yansıtan, alışagelmışten cesur bir ayrıştır. Mimari ifadenin sınırları zorlayarak statükoya meydan okuyor ve katımları insan algısı ile yapı çevre arasındaki etkileşimi düşündürmeye davet ediyor. Merkezi olmayan yinleme, ziyaretçilerin mimari inovasyon ve bir metaverse içinde mekânsal tasarımın sınırsız olasılıkları üzerine düşünebilecekleri düşündürücü bir alan olarak hizmet veriyor. "Tesseract", ziyaretçilerin sürekli gelişen bir mimari manzara içinde kaybolabilecekleri, kentsel ölçekte sürükleyici bir deneyime dönüşüyor. Bu geniş versiyon, ziyaretçilerin her köşede yeni perspektifler, manzaralar ve etkinlikler keşfetmesiyle keşfe davet ediyor. Işık ve formun etkileşimi, labirentimsi boyutlarda gezinmeleri büyüleyen büyük bir ölçek kazanıyor. Bu yinleme, mimari macera ruhunu somutlaştırıyor, merakı teşvik ediyor ve mimarının geleceğini bilim ve insan yaratıcılığının sanatsal bir birleşimi olarak yeniden hayal ediyor.
	Yakınlık		
	Devamlılık	■	
	Basitlik		
	Şekil-Zemin	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaştırılmış Taban Düzlemi		
	Bağıtüstü Düzlemi	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar		
	Tekil Dikey Düzlem	■	
	L Şeklinde Dikey Düzlem		
	Panel Dikey Düzlemler		
	U Şeklinde Dikey Düzlem		
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dört Düzlem		
	Düzlem Üzerindeki Açıklık		
	Köşelerdeki Açıklık		
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	İşık	■	
MAB-3		Labyrinthine Ascent / SHASHWAT PRAKHAR	
Gestalt Algı Kuramı İle	Tamamlama	■	Decentraland'da yer alan "Labyrinthine Ascent", tasarım ve sembolizmi zarif bir şekilde bir araya getiriyor. Dolambaçlı rampalar, ziyaretçileri istikrarlı ilerlemeyi temsil eden merkezi bir yapıya götürmektedir. Eğriler, geleceğe doğru ilerleyen karmaşık öğrenme yolculuğunu yansıtırken, yumuşak tırmanış ileriye doğru atılan her adımdaki potansiyeli göstermektedir.
	Yakınlık		
	Devamlılık	■	
	Basitlik		
	Şekil-Zemin	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi		
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaştırılmış Taban Düzlemi		
	Bağıtüstü Düzlemi	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar		
	Tekil Dikey Düzlem		
	L Şeklinde Dikey Düzlem		
	Panel Dikey Düzlemler		
	U Şeklinde Dikey Düzlem		
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dört Düzlem		
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	
	Köşelerdeki Açıklık		
	Düzlemler Arasındaki Açıklık		
Mimari Mekânın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	İşık	■	
MAB-4		Morpho Genesis / Dariana Andrei	
Gestalt Algı Kuramı İle	Tamamlama	■	"Morpho Genesis" ziyaretçileri kelebeğin ruhani dönüşümünü simgeleyen şifsel bir masalın içine çağırıyor. Bu pavon, salt mimarının ötesinde, bir değişim, büyüme yolculuğunu ve yaşamın hassas dansını ifade ediyor. Bir kelebeğin kozadan ışık saçan bir yaratığa dönüşme sürecini yansıtan pavonumuz, insanlık ile doğanın içicilikleri arasındaki iç içe geçmiş ilişkiyi derinleştiren büyüleyici bir deneyim sunuyor.
	Yakınlık	■	
	Devamlılık	■	
	Basitlik		
	Şekil-Zemin	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi		
	Çukurlaştırılmış Taban Düzlemi		
	Bağıtüstü Düzlemi	■	
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	
	Tekil Dikey Düzlem		
	L Şeklinde Dikey Düzlem		
	Panel Dikey Düzlemler		
	U Şeklinde Dikey Düzlem		
Mekân Tanımlayan Öğeler	Dört Düzlem		
	Düzlem Üzerindeki Açıklık		
	Köşelerdeki Açıklık	■	
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
Mimari Mekânın Nitelikleri	İşık	■	

MAB-5 Halls of Eclipse / Space Lane		MAB-6 LingoVerse / NESA	
Gestalt Algı Kuramı İlkel	Tanımlama	■	■
	Yakınlık	■	■
	Devamlılık	■	■
	Basitlik	■	■
	Şekil-Zemin	■	■
	Benzerlik	■	■
	Taban Düzlemi	■	■
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	■
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	■
	Başüstü Düzlemi	■	■
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	■
	Tekil Dikey Düzlem	■	■
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Paralel Dikey Düzlemler	■	■
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Dört Düzlem	■	■
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	■
	Köşelerdeki Açıklık	■	■
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	■
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	■
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	■
	Doku	■	■
	Oran	■	■
	Ölçek	■	■
	Kapalılık Derecesi	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
MAB-7 LAVA World / Lavarchitects		MAB-8 Ephyra Pavilion / Q63	
Gestalt Algı Kuramı İlkel	Tanımlama	■	■
	Yakınlık	■	■
	Devamlılık	■	■
	Basitlik	■	■
	Şekil-Zemin	■	■
	Benzerlik	■	■
	Taban Düzlemi	■	■
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	■
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	■
	Başüstü Düzlemi	■	■
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	■
	Tekil Dikey Düzlem	■	■
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Paralel Dikey Düzlemler	■	■
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Dört Düzlem	■	■
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	■
	Köşelerdeki Açıklık	■	■
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	■
	Düzlemler Arasındaki Açıklık	■	■
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	■
	Doku	■	■
	Oran	■	■
	Ölçek	■	■
	Kapalılık Derecesi	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■
	Işık	■	■

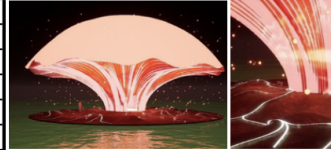
MAB-9		Fragile Pavilion / SA lab	
Gestalt Alg Kuramı İlkel	Tanımlama	■	“Fragile Pavilion”, geleceği gerçekleştirmek için geçmişten yansıma almamız gereken sesler, anılar ve bilgilerden oluşan bir depodur. Bunlar tüylerimizi diken diken eden parlak anlar ya da bizi ileriye iten ve tarihin tekrarı etmesini engelleyen acı deneyimlerdir. Geçmiş geride kaldı ve onu değiştiremeyiz, ancak onunla yüzleşerek değerli şeylere tutunabiliriz. Bu yolculukta, gelecekle ilgili yapabileceğimiz bir şeyler var. Pavon, insanlar ve yapay zeka tarafından ortaklaşa yaratılan veri odaklı bir alan. Ziyaretçiler ayrıca w3rld'deki bir anketi kullanarak anılarını paylaşabilir ve kaydedebilir.
	Yakınlık	■	
	Devamlılık	■	
	Basitlik	■	
	Şekil-Zemin	■	
	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	
	Başüstü Düzlemi	■	
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Elemenlar	■	
	Yatay Elemenlar	■	
	Dikey Çizgisel Elemenlar	■	
	Tekil Dikey Düzlem	■	
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Paralel Dikey Düzlemler	■	
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Dört Düzlem	■	
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	
	Köşelerdeki Açıklık	■	
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
	Işık	■	
		■	
		■	
		■	
		■	



MAB-10		PROSCENIUM PROJECT / IHEARTBLOB	
Gestalt Alg Kuramı İlkel	Tanımlama	■	“Proscenium, yeni araçların gerçeklik algımızı nasıl çarpıtabileceğini ve yanlış temsil edebileceğini sorgulayarak, 2D olarak üretilen görüntülerin sürükleyici 3D alanlara aktarım değerlerini araştırarak mekansal tasarıma meydan okuyor. Pavon, yapay zekâ destekli mimarlar arasında dinamik bir köprü görevi görüyor ve onların çıktılarında meydan okuyan bir 2D mekânsallığa geçiş sağlıyor.
	Yakınlık	■	
	Devamlılık	■	
	Basitlik	■	
	Şekil-Zemin	■	
	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	
	Başüstü Düzlemi	■	
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Elemenlar	■	
	Yatay Elemenlar	■	
	Dikey Çizgisel Elemenlar	■	
	Tekil Dikey Düzlem	■	
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Paralel Dikey Düzlemler	■	
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Dört Düzlem	■	
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	
	Köşelerdeki Açıklık	■	
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
	Işık	■	
		■	
		■	
		■	
		■	



MAB-11		Symbiocene Living- A Sumbiotecture Showcase / plparchitecture	
Gestalt Alg Kuramı İlkel	Tanımlama	■	“Symbiocene Living, ekolojik işbirliği ile tanımlanan bir sonraki jeolojik çağın mimarisini sergiliyor. Çevre filozofu Glenn A. Albrecht tarafından ortaya atılan Simbiyosen, insanların kendilerini doğal dünyadan ayrı ya da onun fathi olarak görmek yerine onunla simbiyotik bir ilişki sürdürdüğü bir gelecek öngörüyor. Metaverse’de, bu ilişkinin çağın mimarisini nasıl bilgilendireceğini ve şekillendireceğini önerdik. “Sumbiotecture” tasarımın merkezine komuta yerine işbirliğini yerleştiriyor. Sumbiotecture’un tasarım dili henüz emekleme aşamasında. Doğa ile iletişim kurmayı, birlikte yaşamayı ve işbirliği yapmayı öğrendiğimiz metaverse bu dilin başlangıcı mı yansıtıyor. Tasarım, doğa ve mimari arasındaki uzun ilişkiden besleniyor, ancak biyofilik ilhamın ötesine geçmeyi hedefliyor. Dijital, jeolojik yolculuğa, kapağı dijital manzaradan sığınak sunan bir mantar-portalda başlayacaksınız. Kayalık, yosunlu zeminin altında dallanan parlayan miselyum ağından çiçek açıyor. Portal, kaşifleri sürdürülebilir bir geleceğin varlığına çağırıyor. Portal, genellikle ölü veya ölmekte olan ağaçlarda, kütüklerde ve çürüyen biki materyallerinde yetişen Saprofistik mantarlara benziyor. Çünkü bu mantar portalı, homosapienlerin Dünya’nın ekosistemleri ve jeolojisi üzerindeki etkisiyle tanımlanan bir çağ olan Antroposen’in (“İnsan Çağı”) çürüyen manzarasında büyür. Bu çağa iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı ve kirlilik damgasını
	Yakınlık	■	
	Devamlılık	■	
	Basitlik	■	
	Şekil-Zemin	■	
	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	
	Başüstü Düzlemi	■	
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Elemenlar	■	
	Yatay Elemenlar	■	
	Dikey Çizgisel Elemenlar	■	
	Tekil Dikey Düzlem	■	
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Paralel Dikey Düzlemler	■	
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Dört Düzlem	■	
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	
	Köşelerdeki Açıklık	■	
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
	Işık	■	
		■	
		■	
		■	
		■	



MAB-12		The Hidden Loop / MFSG6	
Gestalt Alg Kuramı İlkel	Tanımlama	■	“The Hidden Loop” uykı, meditasyon ve rahatlama için sürükleyici bir sanal deneyim sunan dijital bir sağlıklı yaşam merkezi olarak tasarlandı. Tasarım, doğa ve teknolojiyi bir araya getirme ve aralarındaki simbiyoz fikrinden doğdu. Bir mağaranın sakin atmosferini yeniden yaratan bu alan, bizi dijital dünyaların henüz var olmadığı ilkel zamanlara götürüyor ve bize gelecekte doğanın yeni ortaya çıkan teknolojilerle nasıl bir arada var olabileceğini gösteriyor. decentraland, foundation’da Gizli Döngü’nün sunduğu gizli karşılaşmaları keşfedin ve sonsuz bir meditasyon, huzur ve doğa ile teknoloji, geçmiş ve gelecek ikiliği döngüsünün içinde kaybolun. Bu alan, doğa ve teknolojiyi harmanlama konseptinden ve aralarındaki karşılıklı ilişkiden ilham alıyor. Dijital öncesi bir dönemi hayal edebileceğimiz bir mağaranın dingin ortamını çağırıyor ve aynı zamanda doğanın gelecekte ortaya çıkan teknolojilerle nasıl uyum sağlayabileceğini gösteriyor. w3rld’s Hidden Loop’ta, kapsamlı bir çoklu duyu deneyimi sunmak üzere sürükleyici şifa alanları tasarlanmıştır. Sürekli döngü şekli, gizli karşılaşmalar ve sonsuz bir yolculukla dolu mavi bir lağünün yanımdaki bir uçuruma tamamen entegre edilmiştir. Tasarım, seviyeleri birbirine bağlayan oyuklar, iletişim rampaları ve hareketli platformlar tarafından sağlanmakta ve korunmaktadır.”
	Yakınlık	■	
	Devamlılık	■	
	Basitlik	■	
	Şekil-Zemin	■	
	Benzerlik	■	
	Taban Düzlemi	■	
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	
	Başüstü Düzlemi	■	
Mekan Tanımlayan Öğeler	Dikey Elemenlar	■	
	Yatay Elemenlar	■	
	Dikey Çizgisel Elemenlar	■	
	Tekil Dikey Düzlem	■	
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Paralel Dikey Düzlemler	■	
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	
	Dört Düzlem	■	
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	
	Köşelerdeki Açıklık	■	
Mimarî Mekanın Nitelikleri	Renk	■	
	Doku	■	
	Oran	■	
	Ölçek	■	
	Kapalılık Derecesi	■	
	Işık	■	
		■	
		■	
		■	
		■	



MAB-13		Villette-verse The Pavilion of Many Pavilions / architectureuric	
Gestalt Alg Kuramı İleler	Tanımlama	■	■
	Yakınlık	■	■
	Devamlılık	■	■
	Basitlik	■	■
	Şekil-Zemin	■	■
	Benzerlik	■	■
	Taban Düzlemi	■	■
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	■
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	■
	Başüstü Düzlemi	■	■
Mekan Tanımlayan Öğeler	Yatay Elemanlar	■	■
	Dikey Elemanlar	■	■
	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	■
	Tekil Dikey Düzlem	■	■
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Paralel Dikey Düzlemler	■	■
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Dört Düzlem	■	■
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	■
	Köşelerdeki Açıklık	■	■
Mimarî Mekan Nitelelik	Renk	■	■
	Doku	■	■
	Oran	■	■
	Ölçek	■	■
	Kapalılık Derecesi	■	■
	Işık	■	■
		■	■
		■	■
		■	■
		■	■
MAB-14		Absence and Presence / OBMI	
Gestalt Alg Kuramı İleler	Tanımlama	■	■
	Yakınlık	■	■
	Devamlılık	■	■
	Basitlik	■	■
	Şekil-Zemin	■	■
	Benzerlik	■	■
	Taban Düzlemi	■	■
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	■
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	■
	Başüstü Düzlemi	■	■
Mekan Tanımlayan Öğeler	Yatay Elemanlar	■	■
	Dikey Elemanlar	■	■
	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	■
	Tekil Dikey Düzlem	■	■
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Paralel Dikey Düzlemler	■	■
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Dört Düzlem	■	■
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	■
	Köşelerdeki Açıklık	■	■
Mimarî Mekan Nitelelik	Renk	■	■
	Doku	■	■
	Oran	■	■
	Ölçek	■	■
	Kapalılık Derecesi	■	■
	Işık	■	■
		■	■
		■	■
		■	■
		■	■
MAB-15		A Meta Odyssey / SoomeenHahm Design & Igor Pantic	
Gestalt Alg Kuramı İleler	Tanımlama	■	■
	Yakınlık	■	■
	Devamlılık	■	■
	Basitlik	■	■
	Şekil-Zemin	■	■
	Benzerlik	■	■
	Taban Düzlemi	■	■
	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	■	■
	Çukurlaşmış Taban Düzlemi	■	■
	Başüstü Düzlemi	■	■
Mekan Tanımlayan Öğeler	Yatay Elemanlar	■	■
	Dikey Elemanlar	■	■
	Dikey Çizgisel Elemanlar	■	■
	Tekil Dikey Düzlem	■	■
	L Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Paralel Dikey Düzlemler	■	■
	U Şeklinde Dikey Düzlem	■	■
	Dört Düzlem	■	■
	Düzlem Üzerindeki Açıklık	■	■
	Köşelerdeki Açıklık	■	■
Mimarî Mekan Nitelelik	Renk	■	■
	Doku	■	■
	Oran	■	■
	Ölçek	■	■
	Kapalılık Derecesi	■	■
	Işık	■	■
		■	■
		■	■
		■	■
		■	■

BULGULAR

Araştırmada 'Presence of the Future' temalı global ölçekte düzenlenen ilk Metaverse Mimarlık Bienali'nde sergilenen 15 dijital sergi tasarımı analiz edilmiştir. Elde edilen veriler Tablo-4'de görüldüğü gibi genel bir tablo oluşturacak şekilde düzenlenmiştir.

Tablo-4. Genel analiz tablosu

	Gestalt Algı Kuramı İlkeleri						Mekân Tanımlayan Öğeler										Mimari Mekânın Nitelikleri									
							Yatay Elemanlar				Dikey Elemanlar				Açıklıklar											
	Tamamlama	Yakınlık	Devamlılık	Basitlik	Şekil-Zemin	Benzerlik	Taban Düzlemi	Yükseltilmiş Taban Düzlemi	Çukurlaştırılmış Taban Düzlemi	Başüstü Düzlemi	Dikey Çizgisel Elemanlar	Tekil Dikey Düzlem	L Şeklinde Dikey Düzlem	Paralel Dikey Düzlemler	U Şeklinde Dikey Düzlem	Dört Düzlem	Düzlem Üzerindeki Açıklık	Köşelerdeki Açıklık	Düzlemler Arasındaki Açıklık	Renk	Doku	Oran	Ölçek	Kapalılık Derecesi	Işık	
MAB 1	■		■		■	■	■			■										+	■	■	■	■	■	■
MAB 2			■		■	■	■			■	■									+	■	■	■	■	■	■
MAB 3	■		■		■	■		■		■							■		■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 4	■	■			■	■	■			■	■							■	■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 5		■	■		■	■	■	■		■	■			■			■		■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 6	■				■	■		■		■							■		■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 7	■	■	■		■	■	■			■									■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 8					■	■	■			■						■	■	■	+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 9	■	■	■		■	■	■												+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 10					■		■			■						■	■	■	+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 11				■	■		■			■									+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 12			■		■		■	■		■				■			■		■	+	■	■	■	■	■	■
MAB 13	■	■			■	■		■		■	■	■					■	■	+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 14	■	■			■	■	■	■		■	■								+	■	■	■	■	■	■	■
MAB 15	■				■	■	■			■	■						■		+	■	■	■	■	■	■	■

Tablo 4'e göre projeler özelinde ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibi açıklanabilir;

- Projeler Gestalt algı parametreleri üzerinden değerlendirildiğinde “şekil-zemin” ilkesinin bütün projelerde uygulandığı görülmektedir. Projelerin hepsinde arka plandan ayrılıp odağı mekâna çeken unsurlar bulunmaktadır. Bu durum mekânların birer figür olarak işlendiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte 15 projeden 7'sinde “devamlılık”; 12'sinde “benzerlik” ve 9'unda “tamamlama” gibi parametrelerin de yaygın olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Projelerde öne çıkan “devamlılık” ilkesi, kullanıcıların mekân boyunca kesintisiz bir akışla hareket etmesini sağlamaktadır. Bu ilkeye sahip tasarımlarda sirkülasyon alanları daha net ve

mekân daha tanımlıdır. “Tamamlama” ilkesinin kullanıldığı Labyrinthine Ascent gibi projelerde yapı elemanları açık bırakılmış veya bir düzlem tamamlanmamış gibi tasarlanmıştır. Kullanıcı, bu eksik alanları zihinsel olarak tamamlayarak tasarımın bütünü zihninde oluşturur. Bu, mekânın daha ilgi çekici ve merak uyandırıcı bir şekilde algılanmasını sağlarken kullanıcıya çevrelenme hissini vererek mekân vurgusu yaratılır. “Benzerlik” ilkesinin kullanıldığı projelerin ise düzen ve tekrar etkisi yarattığı gözlenmektedir. Bu da tasarımda görsel uyum yakalama çabalarını ortaya koymaktadır.

- Projeler yatay mekân öğeleri üzerinden değerlendirildiğinde “Taban düzlemi” öğesinin bütün projelerde kullanıldığı dikkat çekmektedir. Taban düzleminin mekânsal bir öğe olarak kullanılmadığı projelerde zemin, arazi zemini veya su olarak belirlenmiştir. Bu durum insan olan kullanıcının mekânı tanımlayabilmesi için gereken zemin ihtiyacını vurgulamaktadır. “Yükseltilmiş taban düzlemi” ve “çukurlaştırılmış taban düzlemi” kullanılan 6 projede farklı yükseklik seviyeleri oluşturarak mekânın hiyerarşisi ve görsel dinamikleri arttırılmış, kullanıcılara mekânda farklı deneyim seviyeleri sunulmuştur. Mekânın üst düzey sınırlarının belirgin olduğu projelerde tanımlanan “Başüstü düzlemi” ise kullanıcıların mekânsal algısını kontrol eder. Zemin tanımlı olmasa bile tavan düzlemi sayesinde bir mekân yaratımı sağlanmış olur. Projelerde başüstü düzleminin(tavan) fiziksel ağırlık ve yer çekimi gibi kısıtlamalardan bağımsız olduğu görülmektedir. Bu, tavan tasarımının daha geçirgen, soyut ve akışkan formlarda oluşturulmasına olanak tanımıştır.
- Projeler dikey mekân öğeleri üzerinden değerlendirildiğinde daha az projenin bu parametreye göre tasarlandığı görülmektedir. Dikey elemanların kullanıldığı projelerde mekânın görsel sınırları ve hiyerarşisi ön plana çıkmaktadır. Metaverse bağlamında bu elemanlar fiziksel bir kısıtlama getirmediği için soyut, geçirgen veya deneysel biçimlerde tasarlanmıştır. Dikey elemanların kullanılmadığı projelerde, açıklık ve geçişkenliğin ön plana çıkarıldığı anlaşılmaktadır.
- Projeler mekân açıklıkları üzerinden değerlendirildiğinde bu açıklıkların çevreyle ilişki kurmak ve yapının geçirgenliğini arttırmak için tasarlandığı görülmektedir. 11 projede “düzlemler üzerindeki” ve “düzlemler arasındaki” açıklıkların köşe açıklıklara kıyasla daha fazla kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Bunun sebepleri başında projelerin genel olarak organik yapılarla sahip olması ya da herhangi bir düşey düzleme sahip olmamaları gelmektedir. Açıklıkların metaverse bağlamında fiziksel gerçeklikten bağımsız olarak, tasarımda estetik ve yönlendirici bir araç olarak öne çıktığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak metaverse evreninde, mekânı tanımlayan elemanlar görsel bir rehberlik ve estetik organizasyon amacı taşımaktadır.

Projeler mimari mekânın nitelikleri üzerinden değerlendirildiğinde 9 projede parlak, neon ve metalik renklerin yoğunluklu olarak kullanılırken; 6 projede renk kullanımı kısıtlıdır. Doku olarak 8 projede pürüzsüz, parlak ve metalik dokular ön plana çıkmıştır. Kullanılan dokular, ışık efektiyle etkileşime geçerek mekânsal algıyı etkilemektedir. Projelerde kullanılan oranlar, mekânın görsel uyumunu sağlamaktadır. Projeler ölçek bakımından incelendiğinde ise genelde insan ölçeğini aşan tasarımlar öne çıkmaktadır. Bazı projelerde kullanıcı modeline yer verilmediği için ölçek belirsiz kalmıştır. Metaverse evrenindeki fiziksel gerçekliğin olmaması, akışkan dokulara, cesur ve soyut renk seçimlerine ve boyutlara olanak sağlamıştır.

SONUÇ

Metaverse, içmimarlık eğitiminde mevcut olanakların yanında yaratıcı potansiyeli destekleyen sınırsız bir deneyim ortamı olarak önemli bir role üstlenmektedir. Fiziksel dünyanın sınırlamalarından bağımsız olarak metaverse evreni öğrencilere mekânı yeniden tanımlama, yaratıcı düşüncüyü geliştirme, soruna yaklaşımı farklı bir perspektiften ele alıp ve daha özgün çözümler üretebilme fırsatı sunmaktadır. Özellikle öğrencilerin sınırları zorlayan tasarımlar yapmalarına olanak tanıyan Metaverse, yerçekimi ve malzeme gibi fiziksel kısıtlamalardan arınmış bir deneyim ortamı sunmasıyla dikkat çekmektedir. Eğitim süreçlerine sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerin entegre edilmesi, öğrencilere teorik bilgilerini pratiğe dönüştürme fırsatı vermekte ve yaratıcılığı teşvik etmektedir. Bu

çalışmada Metaverse evreninde profesyonel tasarımcıların üretimlerinin öğrenciler için yaratıcı öğretilerle dolu olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma bulguları, Metaverse’ün tasarımcılara yaratıcılığı destekleyen bir ortam olabileceğini, öğrencilere risk alma ve yenilikçi düşünme cesareti kazandırabileceğini göstermektedir.

Metaverse’ün fiziksel sınırlılıklardan bağımsız doğasıyla içmimarlık eğitiminde yaratıcı bir öğrenme ortamı sunma potansiyelini araştıran bu çalışmada ilk kez uygulanan Metaverse Mimarlık Bienali’nde sergilenen 15 proje Gestalt algı kuramları ve Ching’in mekân parametreleri üzerinden detaylıca analiz edilmiştir. Metaverse evrenine zihinsel olarak bağlanan kullanıcının algısı, mekânı algılamada etkilidir. Bu sebeple projelerde sıklıkla uygulanan Gestalt algı kuramları, kullanıcının mekânı algılaması için bir gereklilik olarak görülmektedir. Projelerde Ching’in mekânı tanımlayan öğelerinin çok sık tekrarlanmadığı, daha çok organik formlara yer verildiği ve mekân tanımının algı üzerinden gerçekleştirilmeye çalışıldığı gözlemlenmektedir. Projelerde kullanılan Ching’in mekânı tanımlayan öğeleri de Gestalt ilkelerine bağlı kalarak kurgulanmışlardır. Dolayısıyla tasarımcıların mekânlarda kullandığı parametreler incelendiğinde, mekânı tanımlayan ve niteleyen öğelerin fiziksel kurallara dayanmadığı, daha çok kullanıcıyı mekânda hissettirmek için mekânı tanımlama amacıyla kurgulandığı sonucuna varılmaktadır.

Mimarlık gibi yaratıcılığı yüksek disiplinlere henüz nüfuz etmeye başlayan metaverse evreninin içmimarlık eğitiminde ve tasarımcıların profesyonel hayatlarında bir yaratıcı ortam sağladığı açıktır. Bununla birlikte mekânların yeterince tanımlı olması tasarımcıların ve kullanıcının algısal olarak hala bir adaptasyon sürecinde olduğunu düşündürmektedir. Venturi’nin dediği gibi yeni oluşan koşullar ve durumlar olağan düzene karşı olduğunda, insanın olağan anlayışının bu yeni koşullara uyum sağlaması gerekir (Venturi, 1991). Bu uyum sürecini hızlandırmanın en bilinen yolu deneyimdir. İnsan bir duruma ne kadar çok maruz kalırsa o kadar hızlı uyum sağlamaktadır. Bundan yola çıkarak metaverse evreninin içmimarlık eğitimine entegre edilmesi ve öğrencilerin eğitim süreçlerinde metaverse’ü deneyimlemeleri bu uyumlanma sürecini hızlandıracak gibi yaratıcılıklarını besleyecekleri çok açıktır.

Sonuç olarak; Metaverse, içmimarlık eğitiminde yaratıcılığı ve yenilikçi düşünceyi destekleyen bir araç olarak öne çıkmaktadır. Eğitimciler ve tasarımcılar, bu dijital ortamın sağladığı fırsatları değerlendirmeli ve öğrencilerin yaratıcı potansiyellerini en verimli şekilde kullanabilmeleri için stratejik adımlar atmalıdırlar. Elde edilen sonuç ve öneriler özetlendiğinde;

- Analizler sonucunda Metaverse’ün sadece tasarım için bir araç ya da ortam değil; yaratıcılık hakkındaki düşüncelerimizi yeniden şekillendiren dönüştürücü bir alan olduğu sonucuna varılmaya çalışılmaktadır.
- İçmimarlık eğitimi özelinde bu araştırma; Metaverse’ün tasarım öğrencilerinin ve eğitimcilerinin eğitim yolculuklarını geliştirmesi ve sürükleyici bir öğrenme ortamı sağlamasının yanında, yaratıcılık hakkındaki düşüncelerin yeniden şekillenerek dönüşmesi açısından önem taşımaktadır.
- Bu yönüyle içmimarlık eğitim planları içerisinde yer alan proje dersleri başta olmak üzere yaratıcı eylemin tetiklendiği derslerin içeriklerine bilgisayarla çizim dışında teknolojik araçların ve sanal ortamların entegre edilebileceği düşünülmektedir.
- Özellikle Z kuşağı ve ardından gelecek Alpha kuşağının öğrenme yöntemleri ve kullandıkları araçlar da düşünüldüğünde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin eğitim süreçlerine uyarlanması kaçınılmaz olacaktır. Böylece profesyoneller ve öğrenciler Metaverse’ün öğretilerini benimseyerek yeni yaratıcılık seviyelerinin kilidini açabilir ve tasarımda mümkün olanın sınırlarını zorlayabilirler.

KAYNAKÇA

- Özaltun, G. (2023). Artırılmış Gerçekliğin Temel Tasarım Eğitiminde Kullanımının Yaratıcılık Sürecine Etkisi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Bilim Dalı Sanat ve Tasarım Programı, Doktora Tezi.
- Özorhon, İ. F. (2008). Mimarlıkta Özgünlük Arayışları: 1950-60 arası Türkiye Modernliği. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Arıdağ, L., & Aslan, E. (2012). Tasarım Çalışmaları-1 Stüdyosunda Uygulanan Yaratıcı Drama Etkinliklerinin Mimarlık Öğrencilerinin Yaratıcı Düşünme Becerilerinin Gelişimine Etkisi. *Megaron Cilt Vol. 7 - Sayı No. 1*, 49-66.
- Asar, H. (2013). Mimari Mekân Okumasında Algısal Deneyim Analizinin Bir Yöntem Yardımıyla İrdelenmesi. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Aytem, N. M. (2005). Mimari Mekanda Renk, Form Ve Doku Değişkenlerinin Algılanması. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Bayazıt, N. (2011). *Endüstri Tasarımı Temel Kavramları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Ching, F. (2006). *İç Mekan Tasarımı*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Dionisio, J. D., Burns, W., & Gilbert, R. (2013). 3D Virtual Worlds and the Metaverse: Current Status and Future Possibilities. *Computer Science Faculty Works*.
- Dadakoğlu, S. C. (2018). Sanat ve tasarım eğitiminde sanal ortamın yaratıcılığa etkisi: second life örneği. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Davaslıgil, Ü. (1994). Yüksek Gizil Güce Sahip Lise Öğrencilerinin Yaratıcılıkları Üzerine Bir Deneyimsel Araştırma. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 53-68.
- Eke, A. S. (2014). Mekanın yaşanabilirlik değeri üzerine sistem odaklı bir model önerisi. İstanbul: MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık ABD, Doktora Tezi.
- Eke, A. S., & Usta, G. (2016). The first year of design education: Abstract-concrete problemcentered model. *Global Journal of Arts Education*, 11-19.
- Ellis, W. D. (1950). *A Source Book Of Gestalt Psychology*. Newyork: The Humanities Press.
- Güler, Z. (1990). Sanat ve Sanatsal Yaratma. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi*, s. 317-325.
- Gürer, L. (1990). *Temel Tasarım*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası.
- Garip, E., & Garip, B. (2012). İç Mimarlık Eğitiminde Yaratıcılık ve Yarışmalar. *İÇMEK/İçmimarlık Eğitimi 2. Ulusal Kongresi*. İstanbul.
- İlk Metaverse Mimarlık Bienali 21 Eylül – 6 Ekim Tarihleri Arasında Online Olarak Gösterimde*. (2024, 12 01). <https://yapidergisi.com/ilk-metaverse-mimarlik-bienali-presence-of-the-future-21-eylul-6-ekim-tarihleri-arasında-online-olarak-gosterimde/> adresinden alındı
- Kahvecioğlu, N. (2001). Mimari Tasarım Eğitiminde Bilgi ve Yaratıcılık Etkileşimi. İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kaplan, S. (2003). Gestalt görsel algı teorilerinin Bauhaus ekolü içinde seramik temel teknikleriyle uygulanması. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Seramik Ana Sanat Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- May, R. (2013). *Yaratma Cesareti*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Moneta, A. (2020). Architecture, Heritage, and the Metaverse: New Approaches and Methods for the Digital Built Environment. *Traditional Dwellings and Settlements Review*, s. 37-39.
- REISINGER. (2024, 12 01). UNCLASSIFIABLE STUDIO BRIDGING THE IMAGINED AND THE TANGIBLE: <https://reisinger.studio> adresinden alındı
- Sağocak, M., & Celtek, T. (2014). *Temel Tasarım Sürecinde Yaratıcılık*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Schön, D. (1985). *The design studio: An exploration of its traditions and potentials*. International Specialized Book Service Incorporated.
- Tanju, B. (2003). *Mimarlıkta Sıfır Noktasını Aramak*. İstanbul: Akın Nalça Yayınları.
- Tatar, H. (2020). Gerçek ötesi mekanlarda zaman ve aidiyet. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, Yüksek lisans tezi.
- Teymur, N. (1998). *Tasarlanacak Bir Dünya İçin Temel Tasarım Eğitimi: Temel Tasarım-Temel Eğitim*. Ankara: ODTÜ Yayınları.

- Thawonmas, R., & Fukumoto, A. (2011). Frame Extraction Based on Displacement Amount for Automatic Comic Generation from Metaverse Museum Visit Log. *Intelligent Interactive Multimedia Systems and Services* (s. 153–162). Berlin: Springer.
- The First Metaverse Architecture Biennale*. (2024, 12 01). <https://www.archdaily.com/1006995/the-first-metaverse-architecture-biennale> adresinden alındı
- Torrance, E. P. (1968). *Minnesota Studies of Creative Behavior: 1958-1966*. Minneapolis: Georgia Univ., Athens.; Richardson Foundation, Greensboro, N.C. Creativity Research Inst.
- Uspenski, I., & Guga, J. (2022). EMBODYING METAVERSE AS ARTIFICIAL LIFE: AT THE INTERSECTION OF MEDIA AND 4E COGNITION THEORIES. *Philosophy and Society*, 326–345.
- Venturi, R. (1991). *Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki*. İstanbul: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları.
- Yılmaz, Ö. (2004). Mimari mekanda görsel algı ve manipölasyon ilişkilerinin irdelenmesi . İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Mimarlık Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.



SİNEMA GÖRÜNTÜSÜNDE ATMOSFER YARATIMI; ÖRNEK BİR UYGULAMA

CREATING ATMOSPHERE IN CINEMA IMAGES; A SAMPLE APPLICATION

Fatih ÇALIŞKAN¹



ORCID: F.Ç. 0000-0002-7780-3106

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Fatih Çalışkan

Bitlis Eren University, Türkiye

E-mail/E-posta: fatihcaliskan@email.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %2

Revision Requested/Revizyon talebi:

13.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atıf: Çalışkan, F. (2025). Sinema

Görüntüsünde Atmosfer Yaratımı; Örnek Bir

Uygulama. The Turkish Online Journal of Design

Art and Communication, 15 (2), 429-457.

<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614882>

Öz

Sinema dilini bilinçli ve özenli kullanan bir yönetmen için her bir plan eşit derecede önemlidir. Bu planların ve dolayısıyla sahnelerin içerikleri, taşıdıkları anlam ve izleyiciyi duygusal olarak yönlendirme potansiyelleri yönetmenin en önemli anlatım araçlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda yönetmen ve görüntü yönetmeni, izleyicinin dikkatini yönlendirme ve belirli duygu yoğunlukları içinde izleyici tepkilerini hareket ettirebilme olanağını atmosfer üzerinden sağlayabilmektedir. Atmosfer unsurunun sahneye kattığı anlam ve anlatım bağlamında sahne atmosferinin örnek bir uygulama üzerinden yaratılmaya çalışılarak incelenmesi bu çalışmanın kapsamını ve problemini oluşturmaktadır. Bu problem zemininde çalışmanın temel amacı; bir sahne içinde atmosfer yaratabilmenin unsurlarının neler olduğu ve atmosferin sahneye nasıl bir katkı sunabileceğinin uygulama üzerinden açığa çıkarılmasıdır. Çalışma sonucunda; atmosferi yaratan ana unsurlar olarak varsayımlar içinde bulunan unsurların yanında oyunculuk ve lens tercihi gibi unsurların da atmosfer yaratımına büyük katkı sağladığı görülmüştür. Bunun yanında atmosferi yaratan unsurlar arasında temel ve yan unsurlar diyebileceğimiz bir ayırım yapılabileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Atmosfer, Görüntü, Sinematografi, Yönetmenlik.

Abstract

For directors who use the cinema language consciously, each shot is equally important. The most effective storytelling tools of a director are the contents of the shots and scenes, the meanings they contain, and the potential to manipulate the audience. And the atmosphere of a scene that the director and cinematographer create helps to manipulate and direct the focus of the audience. The essential extent and problem of this study is analyzing the meaning and storytelling style that the atmosphere added to a scene through a practical application. And the essential aim of this study is to find out the elements that create atmosphere and understand how atmosphere can contribute to a scene through a practical application. As a result of this study, it has been seen that acting and lens choice, which we hadn't considered as elements of atmosphere before, contribute to atmosphere in an important way.

Keywords: Cinema, Atmosphere, Image, Cinematography, Directing.



GİRİŞ

Bir sinema filminde duyguları harekete geçiren, izleyiciyi film evrenine çeken ve senaryodaki duygu durumunu görselleştiren bir sahneden bahsedildiğinde sahnenin atmosferinden bahsediliyor olma ihtimali yüksektir. Atmosfer, kelime kökeni olarak Grekçe buhar, buğu, sis, bulut anlamına gelen *atmos* ile yuvarlak, küre gibi anlamlara gelen *sphaira* kelimelerinin birleşimine dayanmaktadır (Tawa, 2022, s. 128). Çalışmamızı daha çok ilgilendiren yönüyle sözlükteki mecaz anlamına bakıldığında *içinde yaşanılan ve etkisinde kalınan ortam* (Aydoğan, 2009, s. 72) olarak karşımıza çıkmaktadır. Roman ve öykü gibi edebi eserlerde atmosfer; öykünün bütününe etki eden, betimleme, mekân, diyalog, ritim ve bakış açısıyla oluşan güzellik ve etki yaratma aracı olarak tanımlanabilmektedir (Tosun, 2018, s. 97). Atmosfer üzerine önemli görüşleri bulunan filozof Gernot Böhme, insanın kendini iyi hissetmediği bir ortamda sorunun her zaman rahatsız edici bir kaynaktaki olmayabileceğini, kişinin bulunduğu ortamdaki estetik düzenlemelerin de bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde rahatsızlık verebileceğini ifade ederek ortamın ve dolayısıyla ortama dahil olan estetik düzenlemelerin insan duyguları üzerinde oluşturduğu etkinin sorumlusunun atmosfer olduğunu vurgulamaktadır (Böhme, 2017, s. 1). Atmosfer kavramına bir sinema terimi olarak bakıldığında ise; sahnedeki duyguyu görsel ve işitsel olarak yaratmak ve izleyiciyi bu duygunun etkisinde bırakmak amacıyla; mekân, kostüm, saç/makyaj, aydınlatma, renklendirme, ses tasarımı, çekim aşamasında ya da çekim sonrasında kullanılan/eklenen özel ya da görsel efektler gibi araçlardan faydalanmak şeklinde tanımlamak mümkündür. Yaratılan bu atmosfer izleyicinin hikâyeyi ve hikâyedeki karakterleri algılamasında ve anlamlandırmasında doğrudan etkilidir (Brown, 2014, s. 2). Atmosfer yaratımında önemli bir figür olan görüntü yönetmeni, tasarladığı ve çektiği görüntülerle hikâyeyi destekleme ve görsele dökme görevini üstlenmektedir (Çakmakçı, 2019, s. 78). Filmin biçimini oluşturan her bir teknik unsur izleyicinin filme bakışını etkilediğinden (Bordwell v.d., 2017, s. 303) atmosfer yaratımının bütün sorumluluğunu görüntü yönetmeni özelinde tanımlamak gerçeğe yakın olmayacaktır. Görüntü yönetmeninin dahil olduğu çekim öncesi tasarım aşaması, çekim aşaması ve renklendirme aşaması atmosferin kurulmasında son derece değerlidir; fakat ses tasarımı ve çekim sonrasındaki başka birtakım müdahalelerin de etkisi önemli olduğundan, filmi bir bütün olarak zihninde kurması ve film daha bitmeden tamamını görebilen tek kişi olması sebebiyle atmosfer yaratımının başlıca sorumlusu filmin yönetmenidir demek daha adil olacaktır. Bu yönüyle elindeki hikâyeyi tüm fiziksel ve duygusal katmanlarıyla en iyi şekilde anlatmak isteyen bir yönetmenin atmosfer yaratımı aşamasına değer vermesi, amacına ulaşabilmesi yolunda yerinde bir tutum olacaktır.

Sinemada atmosfer konusuyla ilgili yapılmış Türkçe çalışmalara bakıldığında; atmosferi yaratan unsurların kategorilenip seçilmiş filmlerden bazı karelerin değerlendirmelerine yer verilen *Queer Sinemada Atmosfer Yaratımı* (Alsamua, 2019) başlıklı yüksek lisans tezi, mekân incelemesine ağırlık verilen *Sinemada Mekan Kimliği Ve Atmosfer Kurgusu; Nuri Bilge Ceylan'ın Kış Uykusu Filmi Üzerinden İncelenmesi* (Kürkçüoğlu, 2019) isimli iç mimarlık yüksek lisans tezi, atmosfere gönderme yapan başlıklar altında iki filmin incelenerek kıyaslandığı *Dışavurumcu "Dr. Caligari'nin Muayenehanesi" ile Yeni Gerçekçi "Almanya Sıfır Yılı" Filmlerinin Atmosfer Yaratımı Bağlamında Karşılaştırılması* (Sanioğlu, 2022) makalesi gibi çalışmalar öne çıkmaktadır. Öne çıkan bu çalışmalar ve diğer çalışmalar içinde sinema görüntüsünde atmosfer kavramının uygulamalı bir şekilde incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bir film çalışmasında yönetmenden beklenen en temel şey senaryonun bilinçli bir tasarımla görselleştirilmesi ve seyirciye sunulmasıdır demek mümkündür; fakat bu görselleştirme aşamasında yönetmenin ele aldığı sahneyi farklı ölçeklerdeki planlar aracılığıyla kayda alıp, akıcı bir kurgu marifetiyle sunmasının etkileyici bir sinema anlatısı oluşturabilmek için yeterli olamayacağı açıktır. Sinema bir sanat mertebesine ulaşacaksa eğer, tam da bu sebeple senaryo metnini görsel bir canlandırmaya dönüştürmekten daha katmanlı ve derinlikli olmasını beklemek yanlış olmayacaktır. Onu bir sanat yapıtı haline dönüştüren özellikler ise birçok araçtan katmanlı ve amaçlı bir biçimde faydalanarak senaryo metnini aşması ve metni bir sinema anlatısı haline dönüştürerek estetik ve entelektüel sonuçlar ortaya çıkarabilmesidir. Belirli bir denge içinde tek tek bir araya gelen bu katmanların en önemlilerinden olduğunu varsaydığımız atmosfer unsuru incelenmeye değer görülmektedir. Bu sebeple sahneye kattığı anlam ve anlatım bağlamında sahne atmosferinin örnek bir uygulama üzerinden yaratılmaya çalışılarak incelenmesi de bu çalışmanın kapsamını ve sorunsalını



oluşturmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı; bir sahne içinde atmosfer yaratabilmenin unsurlarının neler olduğu ve atmosferin sahneye nasıl bir katkı sunabileceğinin uygulama üzerinden açığa çıkarılmasıdır. Bu ana amaç doğrultusunda; ‘atmosferi oluşturan teknik unsurlar amaca ulaşmak adına birbirleriyle nasıl bir etkileşim içindedirler ve atmosferi oluşturan unsurlar arasında temel ve yan unsurlar diyebileceğimiz bir ayırım yapılabilir mi?’ soruları için de cevaplar aranmıştır. Bu amaçlar doğrultusunda bir uygulama ortaya koyularak tüm aşamalarla bire bir muhattap olunması, süreç ve sonuçların analitik bir şekilde ele alınması bu çalışmanın özgün yönünü oluşturmaktadır.

SİNEMA GÖRÜNTÜSÜNDE ATMOSFER

Bir karakterin kamera önündeki hareketleri ve diyalogları film için anlatımı sağlayan en önemli unsurlardandır; fakat planın/sahnenin içeriği, tasarımı ve atmosferi senaryoya hizmet etmiyorsa anlatı derinliksiz ve yavan kalacaktır (Brine, 2020, s. 101). Kamera aracılığıyla gösterilen her bir unsur ve bunların düzenlenişi seyirciye, hikâyeyi anlaması ve anlamlandırması yolunda ipuçları verir ve tasarlanmış her bir unsur seyircinin bilinç altına hitap ederek hikâyeyi *hissetme* olanağı sunar (Robotham, 2022, s. 184). Bir sinema görüntüsünde anlatımı katmanlı hale getirip izleyeni görmenin ötesine taşıyarak hissetme mertebesine yükseltme görevi ise sahnedeki *atmosfer* unsuruna yüklenebilir. Atmosfer, bir sahnede amaçlanan duygu durumunu yaratmak için görsel ve işitsel unsurlardan faydalanan ve seyirciyi amaçlanan duyguya çekmek üzere motive eden bir araç olma niteliği taşımaktadır. Atmosfere bu niteliğini kazandıran unsurları ise; mekân, kostüm, saç/makyaj, aydınlatma, renklendirme, çekim aşamasında ya da çekim sonrasında kullanılan özel ya da görsel efektler, ses tasarımı olarak sıralamak mümkündür.

Atmosfer Yaratımında Mekân

Kelime anlamı olarak; içinde bulunulan yer anlamına gelen mekân, ev, uzay anlamlarına da gelmektedir (Aydoğan, 2009, s. 567). Sinema bağlamında bakıldığında ise; senaryodaki olayların geçtiği yer, çevre olarak tanımlamak mümkündür. Filmin çekim aşamasında kullanılan mekânları tanımlarken; halihazırda bulunan bir ev, otel odası, bahçe, fabrika vb. mekânları niteleyen *gerçek mekân* ve senaryoya uygun olarak ve ihtiyaçlara cevap verecek şekilde sıfırdan yaratılmış stüdyo ortamları gibi *gerçek olmayan mekânlar* karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında gerçek mekân ve stüdyonun bir arada kullanıldığı, farklı mekânlarda yapılan çekimlerin bir arada kullanılarak tek bir mekânmış hissi verildiği de sıklıkla görülmektedir. Hangisi tercih edilmiş olursa olsun film bittiğinde seyirciye sunulan ve seyircinin zihninde devamlılığı kırılmadan tek bir mekân duygusu yaratan sonuç ortama da *filmsel mekân* adını vermek mümkündür (Abisel, 2003, s. 67).

Mekân, sahnede olayların geçtiği, karakterlerin içinde dolaştığı ortam olarak ele alındığında; gerçek mekân ya da stüdyo fark etmeksizin sahnenin atmosferini doğrudan etkileme gücüne sahip bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Örnek olarak; kasvetli, hüzünlü bir atmosfer yaratılmak istenildiğinde eski, dökük, basık bir mekânın kullanılması sahnenin diğer unsurlarıyla birlikte atmosfere katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda mekân insan hareketlerini içeren bir taşıyıcı olmanın dışına çıkarak hikâyeye doğrudan katılıp anlatım sağlayan önemli bir unsur haline dönüşebilmektedir (Bordwell v.d., 2017, s. 115).

Atmosfer Yaratımında Kostüm

Kostüm, kelime anlamı olarak bir film ya da tiyatrodaki karakterlerin, rol gereği giydiği kıyafetlere verilen genel bir isimlendirme olarak tanımlanmaktadır (Aydoğan, 2009, s. 506). Karakter ve onun davranışları, dolayısıyla karakterin davranışlarını yönlendiren karakter özellikleri bir film için önemli taşıyıcılardandır demek yanlış olmayacaktır. Bir karakteri tanıtabilmenin ve onun sosyokültürel ortamını, yaşadığı dönemi, düşünce dünyasını, davranışlarını yönlendiren içsel motivasyonunu, film içindeki konumunu ve buna benzer pek çok unsuru seyirciye sunacak, sezdirecek ya da altını çizecek en önemli unsurlardan birisi kostümdür. Bir filmde henüz ilk defa gördüğümüz bir karakterin hiçbir eylemde bulunmasına gerek kalmadan sosyal statüsünü, tarzını, duruşunu ve buna benzer pek çok detayını niteleyen ve konumlandıran ana unsurların başında kostüm gelmektedir (Richter, 2007, s. 161). Kostüm, bu tür niteleyici özellikleri sayesinde izleyiciye bilgi sağlarken aynı zamanda tercih edilen kostüm renk paletleri sayesinde de atmosferi doğrudan ilgilendiren bir etkiye de sahiptir (Bordwell v.d., 2017, s. 119). Söz gelimi; karakterin bulunduğu ya da sahnede oluşturulmak istenilen

duygu durumuna uygun renkler tercih edilmesi veya sahnenin genel görüntüsünü¹ oluşturmada aydınlatma, renklendirme gibi unsurlarla birlikte düşünülerek tasarlanması kostümü atmosferin kurucu unsurlarından birisi olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Atmosfer Yaratımında Saç/Makyaj

Günlük yaşamda karşılaştığımız bir kişiyle ilgili izlenimlerimizi kişinin kılık kıyafeti, kullandığı dil, tercih ettiği davranış kalıpları vb. unsurlarla oluşturma yanında mimikleri, yüz hatları, saç ya da sakal tarzı gibi unsurlar da bu izlenimleri yönlendirebilen önemli parçalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir sinema filminde izleyiciye tanıtılan bir karakterin özelliklerini en temel saç/makyaj tercihleriyle sezdirmek ya da ele vermek mümkündür. Örneğin senaryo gereği bunalıma girmiş bir karakterin psikolojik olarak tekrar sağlıklı bir konuma ulaştığını göstermek için bunalım döneminde saçları dağınık, makyajsız ya da karakter erkekse tıraşsız bir halde gösterip psikolojik olarak sağlığına kavuştuktan sonra saçlarını taramış, makyajlı, erkekse sakal tıraşı olmuş vb. hallerde göstererek bir anlatım sağlayabilmek mümkündür. Bu anlamda saç/makyaj bir sahne ya da sekansın anlatımını göğüsleyebilme potansiyeline sahip unsurlardır demek mümkündür. Bunun yanında saç/makyaj unsuru karakterin yüzünde ya da cildindeki ışık yansımalarını (patlamalarını) önlemek amacıyla sadece teknik bir amaçla, karakterin kişilik özelliklerini, sosyal statüsünü, içinde bulunduğu ruhsal/duygusal durumu vb. sezdirmek amacıyla anlatımsal amaçlarla ya da karakteri daha yakışıklı, daha güzel veya daha çirkin gösterebilmek için estetik amaçlarla kullanılabilir. Bu amaçları yerine getirmek üzere günlük hayatta görebileceğimiz makyaj ve saç değişikliklerinin yanında, karakteri olduğundan farklı gösterebilecek ve hatta fantastik bir görünüme büründürebilecek plastik makyaj uygulamalarının da oldukça sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda saç/makyaj unsuru bir sahnenin atmosferi yaratılırken buna katkı sağlayabilen önemli unsurlar arasında yer almaktadır demek mümkündür.

Atmosfer Yaratımında Aydınlatma

Bir sahnenin duygu durumunu belirleyen en önemli unsurlardan birisi aydınlatmadır demek yanlış olmayacaktır. Öyle ki seçilen herhangi bir sahne aydınlatma aracılığıyla ürkütücü, sakın, güzel ya da kaygı verici hale getirilebilir (Brown, 2022, s. 268). Bu yönüyle aydınlatma, duygulara ilk elden hitap edebilecek ve atmosfer yaratılmasında başvurulacak önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aydınlatmayı detaylı bir şekilde anlayabilmek adına ışığı tanımlamak önemlidir. Işık, gözdeki optik algılayıcıları uyaran ve çevremizdeki nesne veya kişilerin renk ve biçimlerini algılamamızı mümkün kılan elektromanyetik radyasyonun bir bölümüdür demek mümkündür (Gloman ,LeTourneau, 2005, s. 1). İnsan gözünün görebildiği 380 nm ile 720 nm aralığına görülebilir spektrum ismi verilmektedir, bu bağlamda ışık mor ötesi ışınları ile kızıl ötesi ışınlar arasında yer almaktadır (Holtzschue, 2011, s. 19, 20). Işığın karşılaştığı fiziksel etkileşimler sonucu ortaya çıkan yansıma, kırılma, emilme gibi bazı davranışları ışığın doğasını anlayabilmek adına önemlidir. Işık ışınları çelik, ayna vb parlak ve cilalı bir yüzeye çarptığında geldiği açıyla yansır ve buna aynasal yansıma adı verilir, bunun yanında ışık ışınları strafor, duvar vb pürüzlü bir yüzeye çarptığında gelen ışık ışınları dağılarak birçok yöne yansır ve buna dağınık yansıma, vernikli ahşap vb gibi yüzeylerden yansıyan ışınların geldiği açıyla yansımalarının yanında dağınık da yansıdığı durumlarda ise kısmi karışık yansıma ismini almaktadır (Vardar, 2012, s. 10-12). Belirli bir optik yoğunlukta bulunan ışığın farklı bir optik yoğunluğa sahip ortama geçtiğinde yaşadığı sapmaya kırılma adı verilmektedir; örnek olarak ışığın havadan suya geçişinde yaşadığı kırılma sonucu içi dolu bir çay bardağındaki kaşığın kırılmış izlenimi veren görüntüsünü gösterebiliriz, bunun yanında emilme davranışı ise ışığın bir nesneye çarptığında bir bölümünün ya da tamamının geri yansımaması durumu olarak karşımıza çıkmaktadır (Vardar, 2012, s. 12, 13) (Holtzschue, 2011, s. 29).

Aydınlatmayla ilgili temel kavramlara bakıldığında ışığın niteliğini tanımlayan *sert ışık* ve *yumuşak ışık* kavramları üzerinde durulması gereken unsurlardır. Sert ışık, birbirine paralel ışık ışınlarının oluşturmuş olduğu keskin gölgeler yaratan ışık niteliğini ifade ederken, yumuşak ışık da pürüzlü bir yüzeyden yansıtılarak ya da difüzyon gibi filtrelerle dağıtılarak elde edilen, ışık ve gölge arasındaki

¹ Look, mood.

geçişin keskin olmadığı dağınık ışık niteliğini ifade etmektedir (Brown, 2022, s. 264).



Şekil 1. Sert ışık (Spielberg, 1993).

Sert ışık, keskin gölgeler yaratıp, aydınlatıldığı yüzeydeki pürüzleri ve kusurları öne çıkarırken, yumuşak ışık, bunun tam tersi bir şekilde aydınlatıldığı yüzeydeki pürüzleri dağınık ışık ışınlarıyla sarmalayarak en aza indirme eğilimindedir demek mümkündür.



Şekil 2. Yumuşak ışık (Yaitanes, 2022).

Işığın sert ve yumuşak nitelikleri senaryoyla bağlantılı bir kullanım sağlandığında anlatım yaratabilme özelliğine sahiptir. Söz gelimi sert ışık pürüzleri ve yüz hatlarını öne çıkarabilme özelliği sayesinde bir karakteri daha yaşlı, daha yorgun ve bitkin, daha agresif gösterebilirken yumuşak ışık bunun tam tersini yaparak karakteri daha mülayim, genç ve sevecen gösterebilmektedir. Bu anlatımları tam anlamıyla sağlayabilmek için tabii ki ışık yüksekliği, renk sıcaklığı gibi unsurları da hesaba katmak gerekmektedir.

Işığın yüksekliğini tanımlarken aydınlatılan kişinin göz seviyesi ya da nesnenin tam orta noktası referans alınarak karşılık bulmaktadır ve bu bağlamda göz seviyesinden aşağı yükseklikten kurulan ışığa *alt açı*, göz seviyesinden yukarıda kurulan ışık yüksekliğine *üst açı*, tam göz seviyesinde kurulan ışık yüksekliğine de *göz seviyesi (hizası)* yüksekliği ismi verilmektedir (Zettl, 2011, s. 31). Işık yüksekliğini tam olarak ifade edebilmek için analog saat kadranından da yararlanılabilmektedir. Örneğin saat 13:00 yüksekliğinden bahsedildiğinde ışığın *üst açıdan* geldiği dahası net olarak ne kadar *üst* açıdan geldiği kolaylıkla anlaşılabilir. Işığın üst açıdan, alt açıdan ya da göz hizasından geliyor olması, hikayeye uygun kullanıldığında anlatıma katkı sunabilmektedir. Bu uygulama renk sıcaklığı ve ışığın niteliğiyle birlikte düşünüldüğünde tam olarak işlevsel olabilmektedir.

Işığın renk sıcaklığı, sahnedeki baskın ışık renginin beyaz, mavi ya da kırmızı/turuncuya yakınlığının *Kelvin (K)* değeri üzerinden ölçümü olarak karşımıza çıkmaktadır (Hurkman, 2014, s. 189). Teknik olarak ortalama gün ışığı beyaz ve 5600 K değerinde olduğu kabul edilmektedir; bununla birlikte Kelvin değeri düştükçe renk baskınlığı kırmızı/turuncuya, Kelvin değeri arttıkça renk baskınlığı maviye doğru değişmektedir (Brown, 2022, s. 191). Renk sıcaklığı maviye doğru gittikçe soğuk renklerden ve kırmızı/turuncuya doğru gittikçe sıcak renklerden söz ediyoruz demektir. Sahnenin duygu durumuna doğrudan etkisi bulunan renk sıcaklığı, atmosfer yaratımının en önemli unsurlarındandır.



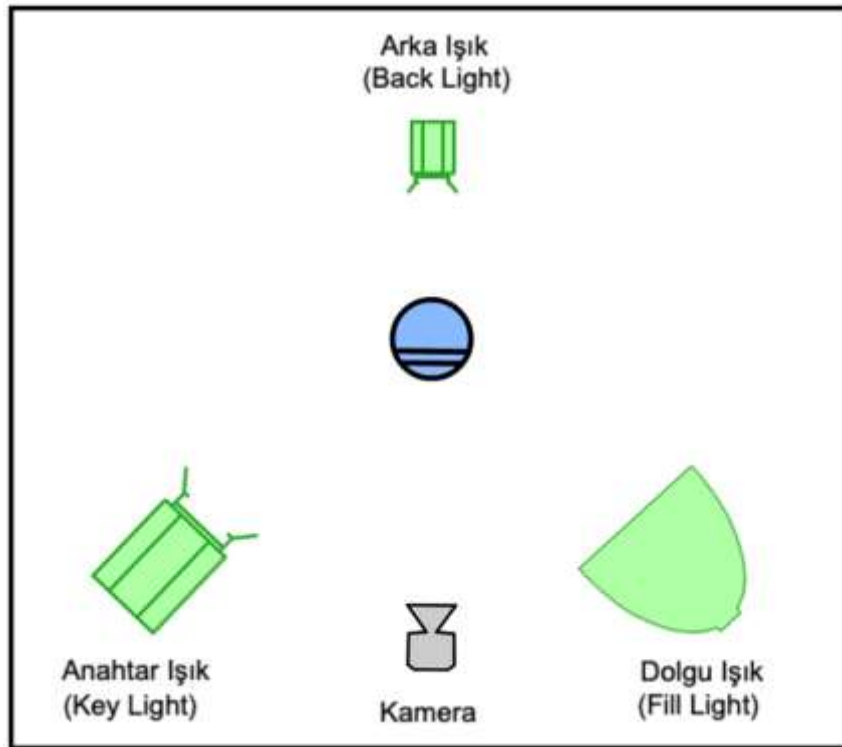
Şekil 3. Aydınlatmanın anlatıya etkisi (Wright, 2017).

Yukarıdaki iki görsel de aynı filmin farklı sahnelerinden alınmıştır. Üstteki görselde karakter zor bir durumun içindedir ve karamsar bir havadadır, aydınlatması da bunu destekler nitelikte yapılmış ve sert ışık kullanılarak yüz hatları vurgulanmış, karakter yorgun ve yaşlanmış gösterilmiş, üst açıdan gelen ışık sayesinde gözler gölgede bırakılmış ve belirsizlik, umutsuzluk duygusu pekiştirilmiştir. Bunun yanında alttaki görselde karakter eşiyile içten bir sohbetle görülmektedir. Bu duygu durumu göz önünde bulundurularak yumuşak ışık tercih edilmiş ve karakterin yüzündeki huzur ve mülayim tavır desteklenmiş, ışık göz hizasından vurularak gözlerin açık ve net şekilde görülmesi sağlanıp güven duygusu desteklenmiştir. İki görselde de görülebildiği gibi ışığın niteliği, yüksekliği ve renk sıcaklığı bir arada kullanıldığında aydınlatmanın anlatıyı desteklemesi mümkün olmaktadır.

Aydınlatmayla ilgili kavramlara göz atıldığında; genel görüntünün aydınlık hissi verdiği, karakterlerin ve ortamın aydınlatma oranının birbirine yakın olduğu, yüksek şiddette ve düz denilebilecek bir aydınlatma yöntemiyle aydınlatıldığı *high key* aydınlatma, görüntü içinde birkaç alanın iyi aydınlatıldığı fakat derin gölgelerin sahne üstünde baskınlık kurduğu, konu ve ortam arasındaki aydınlatma oranı farkının yüksek olduğu *low key* aydınlatma kavramları karşımıza çıkmaktadır (Kodak, 2003, s. 28).

Aydınlatma uygulamalarında kullanılan *anahtar ışık*², *dolgu ışık*³, *arka ışık*⁴, *fon ışığı*⁵, *sıyırıcı ışık*⁶, *yan ışık*⁷ gibi kavramlar sıklıkla karşılaşılabileceğimiz kavramlar arasındadır. Anahtar ışık aydınlatılan konunun temel şekil ve hatlarını ortaya çıkartan temel ışık kaynağı, dolgu ışık anahtar ışığın oluşturduğu gölgeleri yumuşatan ve dolduran ışık kaynağı, arka ışık konuyu fondan ayıran ve derinlik katan ışık kaynağı, fon ışığı fonu aydınlatarak derinliğe katkı sağlayan ışık kaynağı, sıyırıcı ışık arkadan ve genellikle alt açıdan gelerek bir taraftan konuyu sıyırıcı ışık kaynağı, yan ışık konunun sağ ya da sol yanından gelen ışık kaynağı olarak tanımlamak mümkündür (Zettl, 2011, s. 37, 38). Genel anlamıyla aydınlatma biçimlerine bakıldığında ise *Temel Aydınlatma*⁸, *Düz Aydınlatma*⁹, *Chiaroscuro Aydınlatma* ve bu aydınlatma kategorisi altında *Rembrandt Aydınlatma*, *Cameo Aydınlatma* ve *Silüet Aydınlatma* türleri görülmektedir.

Temel Aydınlatma, *Üç Nokta Aydınlatma* da denilen ve anahtar ışık, dolgu ışık ve arka ışık olacak şekilde üç ışık kaynağıyla kurulan bu aydınlatma biçimi genel hatlarıyla klasik bir röportaj aydınlatmasıdır demek mümkündür. (Mamer, 2009, s. 253, 254).



Şekil 4. Temel aydınlatma¹⁰.

² Key light.

³ Fill light.

⁴ Back light.

⁵ Background light.

⁶ Kicker.

⁷ Side light.

⁸ Three Point Lighting.

⁹ Flat Lighting.

¹⁰ Şekil 4, Şekil 22, Şekil 24, Şekil 26, Şekil 28 ve Şekil 30; *Shot Designer* programında yazar tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 5. Anahtar ışık¹¹.



Şekil 6. Anahtar ışık ve dolgu ışık.

¹¹ Şekil 5, Şekil 6 ve Şekil 7; *Blender* programında yazar tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 7. Anahtar ışık, dolgu ışık ve arka ışık.

Düz Aydınlatma, görüntünün tamamında homojen bir ışık dağılımı görülen ve yumuşak ışık kaynaklarıyla yapılan aydınlatma biçimidir (Zettl, 2011, s. 44-46).



Şekil 8. Düz aydınlatma (Andersson, 2014).

Chiaroscuro Aydınlatma, kelime olarak aydınlık ve karanlık anlamına gelmekte, aydınlık alanlar olduğu kadar keskin gölgeler de içermektedir ve bu aydınlatmanın temel amacı oluşturduğu aydınlık ve karanlık bölgelerle gözü kadrajda dolaştırmak, mekanı sadeleştirip mekan duygusunu yoğunlaştırarak mekanın ve nesnelerin üç boyutlu doğalarını ortaya çıkarmak, sahneye derinlik ve dramatik bir yoğunluk kazandırmaktır demek mümkündür (Zettl, 2011, s. 38). Chiaroscuro Aydınlatma kendi içinde Rembrandt, Cameo ve Silüet olmak üzere üç başlığa ayrılmaktadır.

Rembrandt Aydınlatmanın en belirgin karakteristik özelliği; sahnedeki belirli bölgelerin bilinçli ve

seçici bir şekilde aydınlatılırken belirli bölgelerin gölgede bırakılması, ışık-gölge geçişlerinin keskin olması fakat kişilerin üstündeki kendi gölgelerinin yani bağlı gölgelerinin geçişlerinin bir ölçüde yumuşatılabilecek kadar da dolgu ışık bulunmasıdır demek mümkündür (Zettl, 2011, s. 42).



Şekil 9. Rembrandt aydınlatma (Ceylan, 2014).

Cameo Aydınlatma, konunun aydınlatılıp fon ve mekânsal alanların tamamen karanlıkta kaldığı, gölgelerin sadece aydınlatılan konunun üzerinde görülebildiği aydınlatma biçimidir (Vardar, 2012, s. 56).



Şekil 10. Cameo aydınlatma (Dominik, 2007).

Silüet Aydınlatma, Cameo aydınlatmanın tersine konunun tamamen karanlıkta kaldığı ve fon ya da mekanın aydınlatıldığı aydınlatma biçimidir (Zettl, 2011, s. 46).



Şekil 11. Silüet aydınlatma (Ceylan, 2023).

Atmosfer Yaratımında Renk

Renk, bir sahnedeki duygu durumunu ve seyircinin bu sahneyi algılayışını doğrudan etkileyebilen ana unsurlardandır. Her şeyden önce renk, duyularla ilgilidir ve rengin insan üzerinde psikolojik bir etkisi söz konusudur (Holtzschue, 2011, s. 2) Bir sahnenin atmosfer kurulumu için bu denli önemli olan renk unsuru, hem sanatsal bir hikaye anlatma aracı, hem de karmaşık teknik bir konu olma özelliği taşımaktadır (Brown, 2022, s. 190). Bu nedenle ilk olarak renkle ilgili teknik tanım, kavram ve kategorilere göz atmak önem taşımaktadır.

Renk tamamıyla ışığa ait bir kavramdır, gözlerimiz nesnelerden yansıyan veya sıvılardan geçen ışığın belli bir dalga boyunu ya da dalga boylarının karışımını algıladığında renkleri görebiliriz (Zettl, 2011, s. 53). Beyaz ışık cam bir prizmadan geçirildiğinde, görülebilir spektrum denilen ve 380 ile 720 nm arasında yer alan; kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, çivit rengi ve mor renklere ayrılmakta bu da rengi görebilmemizin ana nedeninin ışığın varlığı olduğunu kanıtlamaktadır, sırf bu yüzden tüm ışıklar kapalı olduğunda çevremizdeki tüm nesneler siyah görülmektedir (Holtzschue, 2011, s. 19) (Middleton, 2018, s. 17).

Renkle ilgili temel kavramlara bakıldığında karşımıza; kırmızı, yeşil gibi rengin ismi ya da kimliğini belirten *renk özü*¹², rengin göreceli parlaklık ya da koyuluğunu belirten *renk değeri*¹³ ve renk yoğunluğu, canlılığı ya da sönüklüğünü belirten *satürasyon/chroma*¹⁴ gibi kavramlar çıkmaktadır (Holtzschue, 2011, s. 69).

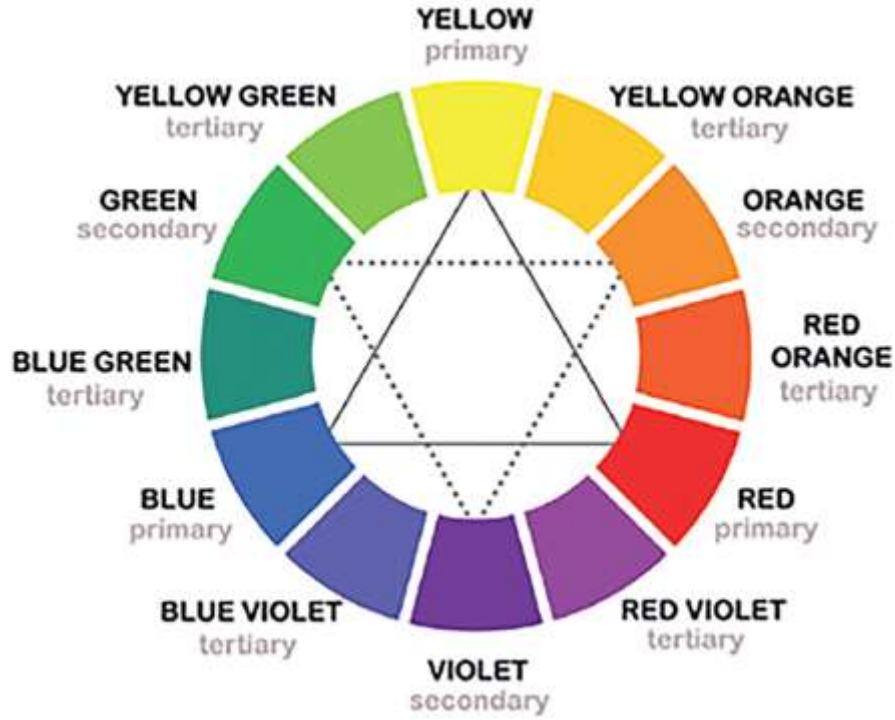
Renkler sınıflandırılmak istenildiğinde renklerin birbirleriyle olan ilişkilerini görsel bir şekilde sunan *renk çarkı*¹⁵ karşımıza çıkmaktadır (Middleton, 2018, s. 20).

¹² Hue.

¹³ Value.

¹⁴ Saturation.

¹⁵ Color wheel.



Şekil 12. RYB renk çarkı (Hoser, 2018, s. 344).

*Ana Renkler*¹⁶, *Ara Renkler*¹⁷ ve *Üçüncül Renkler*¹⁸ kullanılan teknolojiye göre farklılık gösterebilen renklerin sınıflandırılma şeklidir; bu teknoloji ışık, resim ve baskı olarak ayrıldığında, ışık için; görüntülendiğinde siyah görünen fakat transparan bir temeli baz alan ve beyaz rengi elde edilebilmek için ana renkleri eklemek gereken *Katmalı Renk Sistemi*¹⁹, resim ve baskı için beyaz bir temeli baz alan ve beyazı elde edebilmek için ana renkleri çıkartmak gereken *Çıkartmalı Renk Sistemi*²⁰ karşımıza çıkmaktadır ve ana renkler ışık ve sinema için kırmızı, yeşil, mavi iken, resim için sarı, kırmızı, mavi, baskı içinse camgöbeği²¹, macenta, sarı ve siyahtır (Hoser, 2018, s. 343). *Ara Renkler* ve *Üçüncül Renkler* kavramlarına bakıldığında iki ana rengin doğrudan karıştırılmasıyla elde edilen renge ara renk, bir ana renk ile bir ara rengin karıştırılmasıyla ortaya çıkan renge de üçüncül renk denilmektedir (Middleton, 2018, s. 21, 22).

Bir sinema filminde renklerin birbirleriyle olan ilişkisi ve hangi renklerin birlikte uyumlu olduğu bilgisi önem taşımaktadır. Bu sebeple standartlaştırılmış belli başlı renk uyum şemaları bulunmaktadır. *Tamamlayıcı Renkler*²² şeması, renk çarkında seçtiğimiz bir rengin tam karşısında yer alan renk o rengin zıttı kabul edilir ve birlikte kullanılan bu iki renk birbirinin tamamlayıcı rengidir (Middleton, 2018, s. 24).

¹⁶ Primary colors.

¹⁷ Secondary colors.

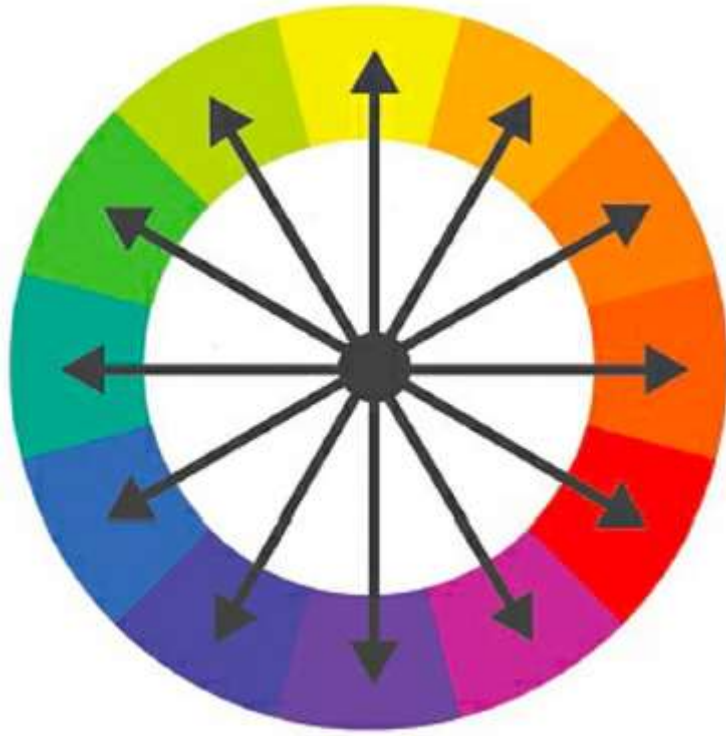
¹⁸ Tertiary colors.

¹⁹ Additive color system.

²⁰ Subtractive color system.

²¹ Cyan.

²² Complementary colors.



Şekil 13. Tamamlayıcı renkler (Middleton, 2018, s. 24).

*Bölünmüş Tamamlayıcı Renkler*²³ şeması; birbirinin tamamlayıcısı iki renkten bir taraftakinin alınıp onun sağındaki ve solundaki renklerin seçildiği ve bu iki renge karşıdaki tamamlayıcıyı da dahil ederek üç rengin herhangi bir tasarımda kullanıldığı renk uyum şemasıdır demek mümkündür (Middleton, 2018, s. 27).



Şekil 14. Bölünmüş tamamlayıcı renkler (Clark, 2020).

*Tek Renk Uyumu*²⁴ bir rengin farklı renk değerleri yani ışıklılık farklarını ifade eden *tonlarının*

²³ Split-complementary colors.

²⁴ Monochromatic colors.

kullanıldığı renk uyumu şemasıdır; örneğin yeşil rengi seçtiğimizi varsayalım bu durumda yeşilin bir ton koyusu ya da bir ton açığı gibi farklı tonlarla yapılacak bir tasarım tek renk uyum şemasına uygun olacaktır (Clark, 2020).



Şekil 15. Tek renk uyumu (Clark, 2020).

*Paralel Renkler*²⁵ şemasında, renk çarkında yan yana yer alan renkler bu gruba girmektedir; örneğin turuncu ve sarı rengin bir arada kullanılması bu uyuma örnektir (Middleton, 2018, s. 25).



Şekil 16. Paralel renkler uyumu (Clark, 2020).

*Üçlü Renkler*²⁶ renk çarkında eşkenar bir üçgen oluşturacak konumlarda bulunan üç rengin seçilmesiyle sağlanan renk uyum şemasıdır (Middleton, 2018, s. 25).

²⁵ Analogous colors.

²⁶ Triadic colors.



Şekil 17. Üçlü renkler uyumu (Clark, 2020).

*Dörtlü Renkler*²⁷ veya *Çift Tamamlayıcı Renkler*²⁸ olarak da ifade edilebilen renk uyum şeması, iki tamamlayıcı renk çiftinin renk çarkında bir dörtgen oluşturacak şekilde seçilmesi ve kullanılmasıdır. (Middleton, 2018, s. 27).



Şekil 18. Dörtlü renkler uyumu (Clark, 2020).

Bir sahnedeki genel duygu durumunu yönlendirmek ve dolayısıyla anlatıyı desteklemek amacıyla, aydınlatma ya da renklendirme aşamasında sahnenin genel rengiyle ilgili birçok tercih ve düzenleme yapılmaktadır. Bu düzenlemeler genel atmosferi oluştururken seyircinin algısını da karakterlerin sağlığı ve çekiciliği, bir yemeğin lezzetli görünüp görünmediği, günün hangi saati olduğu ve havanın nasıl olduğu gibi birçok bilgi bağlamında manipüle etme şansına sahiptir (Hurkman, 2014, s. 187). Aşağıdaki örnekte aynı sahnenin iki farklı renklendirme tercihleri görülmektedir ve basit bir genel renklendirme tercihiyle üstteki görselde daha sıcak tonlar kullanılarak sakin, huzurlu bir sabah atmosferi yaratılırken diğer görselde soğuk tonların kullanımıyla bunun tam tersi bir etki yaratabildiği görülebilmektedir. Bu anlamda rengin atmosfer yaratımına doğrudan etki edebilen bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

²⁷ Tetradic colors.

²⁸ Double complementary colors.



Şekil 19. Renklendirme tercihinin atmosfere etkisi (Hurkman, 2014, s. 187).

Atmosfer Yaratımında Özel Efekt²⁹ ve Görsel Efekt³⁰

Bir filmi oluşturan ve atmosferin yaratımına katkı sağlayan öğelerden olan özel efekt ve görsel efekt kavramlarının öncelikle ayırımı yapmak ve sınırlarını çizmek önem arz etmektedir. Özel efekt; set ortamında çekim sırasında fiziksel olarak yapılan sis, yağmur, patlama, çekim sırasında kullanılan canavar, dinazor vb fiziki maketlerin tamamına verilen isim olarak karşımıza çıkarken, görsel efekt; çekim sırasında görsel efekt yapılacağı öngörülerek çekilmiş görüntüler üzerine çekim sonrası yani post prodüksiyon aşamasında bilgisayar ortamında eklenen yağmur, sis, patlamalar, fon değiştirme gibi yeşil/mavi perde eklemeleri diğer bir deyişle dijital birleştirmeler³¹ gibi öğelere verilen isim olarak karşımıza çıkmaktadır (Byrne, 2009, s. 3). Bu bağlamda kişiler üzerinde plastik makyajla yapılan çeşitli yara, yüz değiştirme; örneğin canavar ya da yaratık makyajları gibi uygulamalar da özel efekt kategorisine girmektedir. Bunun yanında bu uygulamalar uygun çekim koşullarında çekilerek bilgisayar ortamında yapılıyorsa bu sefer görsel efekt kategorisinde değerlendirmek gerekecektir.

Aşağıdaki örneğe bakılacak olursa özel efekt veya³² görsel efektlerin en basit uygulaması olarak kullanılan sis³³ katmanının bir sahnenin atmosferine ve anlatımına sağlayabileceği katkıyı görmek mümkündür. Bu örnekte büyük ihtimalle sette yapıldığı belli olan sis efektini özel efekt olarak kabul etmek mümkündür. Senaryo gereği bir kalede geçen bu sahnede sis efekti atmosferik perspektif sağlayarak arka planın git gide azalan satürasyon ve kontrast değerleri sayesinde mekânın büyük bir kale olduğu duygusunu yaratmış, karakterler arasındaki diyalogları ve dolayısıyla sahneyi gizemli ve kasvetli bir hale büründürmüştür. Bu bağlamda özel efekt ve görsel efektler bir sahnede atmosferi yaratıcı unsurlar arasında önemli bir yerde durmaktadır demek mümkündür.

²⁹ Special effects.

³⁰ Visual effects.

³¹ Digital compositing.

³² Sette mi post prodüksiyonda mı yapıldığına bağlı olarak.

³³ Haze.



Şekil 20. Sis efektinin sahne atmosferine katkısı (Peristere, 2024).

YÖNTEM VE BULGULAR

Bu çalışmanın temel amacı, bir sinema anlatısında sahne duygusunun nasıl yaratıldığını ve atmosferin sahneye nasıl bir katkı sunabileceğini örnek uygulamalar üzerinden incelemektir. Bu ana amaç doğrultusunda aşağıda sıralanan alt amaç soruları için de cevaplar aranmıştır.

- 1) Atmosferi oluşturan teknik unsurlar amaca ulaşmak adına birbirleriyle nasıl bir etkileşim içindedirler?
- 2) Atmosferi oluşturan unsurlar arasında temel ve yan unsurlar diyebileceğimiz bir ayrım yapılabilir mi?

Çalışmanın sınırlılığine bakıldığında; çalışma kapsamında örnek uygulama niteliğinde fotoğraf çalışmaları yapılmış ve ayrı bir araştırma konusu olabilecek nitelikteki ses unsuru çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bulgular kısmında atmosferde yaratılmak istenilmiş duygu durumları üzerinden tanımlar yapılırken kullanılan; *kasvetli*, sıkıntılı, iç sıkıntısı veren anlamında, *gizemli*, çözilemeyen, muğlak duygular yaratan anlamında, *tekinsiz*, güven vermeyen ve huzursuz hissettiren anlamında, *sakin* ise rahatsız etmeyen ve dinginlik veren anlamında kullanılmaktadır.

Çalışma için çekilen fotoğraflar incelenirken yaratılan sahnenin; aydınlatma, renk, saç/makyaj, kostüm, mekân, özel/görsel efekt özellikleri bağlamında kategoriler oluşturulmuş ve bu kategoriler altında hem çalışmanın temel amacı doğrultusunda incelemeler yapılmış hem de bu unsurların bütünü yaratmak adına nasıl kurulduğu/kullanıldığı; aydınlatma krokisi, teknik detaylar tablosu gibi yardımcı araçlarla açıklanmıştır.

Çalışmanın yöntemine karar verilirken; ne ve nasıl sorularına odaklanması, ele aldığı konuyu anlamaya çalışması ve araştırma faaliyetinin sonucu bağlamında ele aldığı konunun gerçekliğini olduğu gibi tanımlamak amacı güttüğü (Kümbetoğlu, 2015, s. 34) göz önünde bulundurularak ‘Nitel Araştırma Yöntemi’ tercih edilmiştir. Çalışmanın analiz aşaması için tercih edilmiş olan ‘Nitel İçerik Analizi’nde ise temel amacın toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak, elde edilen verileri tanımlamak ve verilerin içinde saklı bulunan gerçekleri ortaya çıkarmak olması (Yıldırım, Şimşek, 2016, s. 242) bu analiz yönteminin çalışmayla ve çalışmanın amacıyla uyumlu olduğu düşüncesini oluşturmuştur. Bunun yanında; çalışmanın uygulamaya dayanan yapısının, süreç boyunca analiz ve veri oluşturma aşamalarının iç içe geçebildiği bir esnekliğe sahip olan ‘Nitel İçerik

Analizi’ (Kümbetoğlu, 2015, s. 151) ile uyumluluk göstereceği düşünülmektedir. Son olarak ‘Nitel İçerik Analizi’ sayesinde eldeki verilerin kategorilere ayrılarak, aşamalı, sistematik, detaylı bir şekilde denetim ve incelemesinin yapılabilir olmasının (Mayring, 2011, s. 117) çalışmamızın amaç, kapsam ve yapısıyla uyumluluk içinde olduğu düşünülmektedir.

Uygulama 1



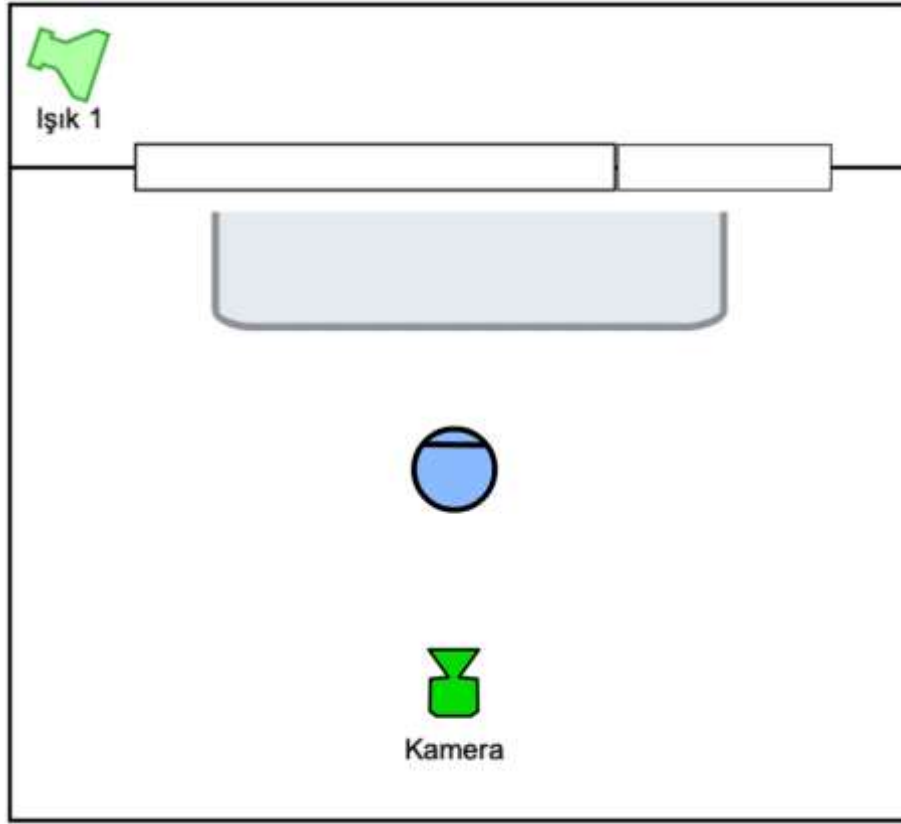
Şekil 21. Atmosfer yaratımı uygulama 1³⁴.

Şekil 21’de verilmiş olan uygulamada; ‘Silüet Aydınlatma’nın tercih edilmiş olması sebebiyle aydınlık ve karanlık alanlar arasındaki kontrastın yüksek olması ve *low key* aydınlatma diyebileceğimiz loş bir aydınlatmanın kullanılmış olması öne çıkan aydınlatma özellikleridir. Yalnızca yumuşak karakterli bir fon aydınlatması kullanılmış olması sebebiyle karakterin silüet halini alması ve kompozisyona derinlik kazandırılmış olması öne çıkan diğer aydınlatma özellikleridir. Sahnenin renk özelliklerine bakıldığında; orta/orta üstü satürasyondaki mavi tonlar öne çıkmakta, mavinin farklı tonlarıyla oluşturulan renk şeması ise *Tek Renk Uyumu* oluşturmaktadır demek mümkündür. Sahnede kullanılan saç/makyaj unsuru, kullanılan aydınlatma tercihi sebebiyle görülememektedir fakat silüet görüntüden anlaşılabilir olduğu gibi saçların dağınık denilebilecek bir formda bırakıldığını söylemek mümkündür. Karakterin kostüm özelliklerine bakıldığında; yansılardan kuşaklarının sallandığı görülebilen bir sabahlık tercih edilmiştir. Sahnenin mekân özelliklerine bakıldığında; karakterin pencereden gelen ışıqla aydınlanan bir koltuk önünde, dar bir alanda çiçeklerle sarmalanmış olarak ayakta durduğu görülmektedir.

Bu örnek uygulama diğer beş uygulamayla karşılaştırıldığında karakterin görünmüyor oluşu ve bu bağlamda oyunculuk, kostüm, saç/makyaj gibi unsurların olabildiğince değerlendirme dışında kalması sebebiyle atmosferin temel duygusunu oluşturan ana unsurların öncelikle aydınlatma, sonrasında renk/renklendirme ve son olarak da mekân/dekor olduğunu söylemek mümkündür. Bu uygulamada silüet olarak görünen karakter hem bu özelliği sayesinde, hem kadrajın ortasında yer alması sayesinde, hem de Tablo 1’de görülebildiği üzere 35mm gibi geniş açılı bir lensin tercih edilmiş olması sayesinde

³⁴ Şekil 21, Şekil 23, Şekil 25, Şekil 27, Şekil 29; yazar tarafından çekilmiştir.

kadrajın deforme olması sağlanmış ve orta kısma doğru hafif bir bombelenme etkisi yaratarak karakteri ilgi odağı yapmıştır. İlgi odağı olan bu karakterin silüet halinde olması ve görünmüyor olması da gizemli atmosferi oluşturan ana etken olmuştur demek mümkündür.



Şekil 22. Uygulama 1 aydınlatma krokisi.

Tablo 1. Uygulama 1 çekim özellikleri.

Lens	Odak Uzaklığı	Diyafram	Shutter	ISO
Zeiss Distagon T* 35mm f/2.0 ZE	35mm	f/2.8	1/80	400

Atmosfer: Gizemli.

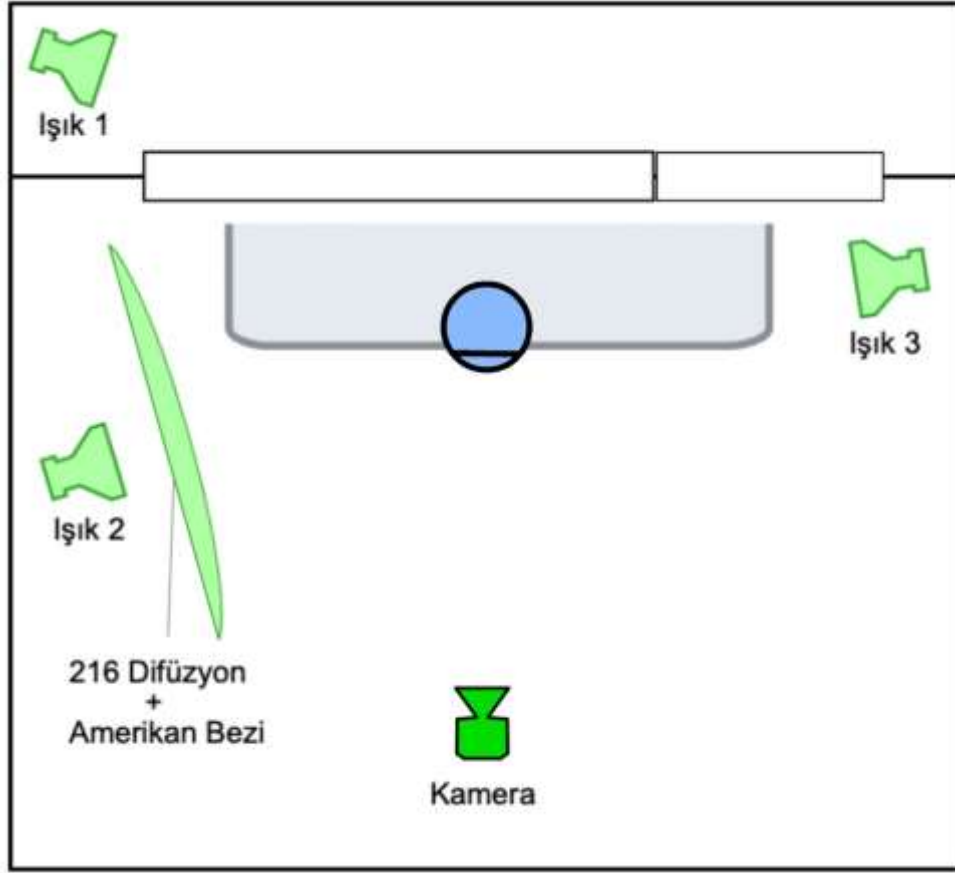
Uygulama 2



Şekil 23. Atmosfer yaratımı uygulama 2.

Şekil 23'teki uygulamada; 'Rembrandt Aydınlatma'nın tercih edilmiş olması sebebiyle aydınlık ve karanlık alanlar arasındaki kontrastın yüksek olması ve *low key* aydınlatma diyebileceğimiz loş bir aydınlatmanın kullanılmış olması öne çıkan aydınlatma özellikleridir. Kameranin konumuna göre sol taraftan karaktere vuran yumuşatılmış ışık kaynağı *Key Light* niteliği taşımaktadır. Karakterin arkasında bulunan pencerenin ve kapalı balkonun fon ışığı yardımıyla aydınlatılmış olması, koltuğun üzerine düşen ve nitelik olarak sert ışık olduğu görülen ışığın karakteri fondan ayırması ve sahne derinliğine katkı sağlıyor olması öne çıkan diğer aydınlatma özellikleridir. Sahnenin renk özelliklerine bakıldığında; orta satürasyondaki mavi tonlar öne çıkmakta, mavinin farklı tonlarıyla oluşturulan renk şeması ise *Tek Renk Uyum* oluşturmaktadır demek mümkündür. Sahnedeki saç/makyaj uygulamasına bakıldığında belirgin bir makyaj görülmezken, saçların doğal niteliğiyle dağınık denilebilecek bir formda bırakıldığı, bıyık ve sakalların ise düzenli tarandığı görülmektedir. Kostüm özellikleri bağlamında; pijama, tişört ve sabahlık kullanıldığı görülmektedir. Sahnenin mekânsal özelliklerine bakıldığında; dekor olarak simetrik bir biçimde dağıtılmış çiçekler ve karakterin ayrıca elinde tuttuğu bir çiçek görülmektedir. Karakterin oturduğu ve üzerine gölgeler düşen koltuk da önemli bir dekor unsuru olarak öne çıkmaktadır.

Low key aydınlatmayla kurulan Rembrandt aydınlatma sayesinde odak, kadrajın merkezinde olan karakterde toplanmış ve karakterin duruşları ve bakışları sahnenin tekinsizlik atmosferini pekiştirici bir nitelik sağlamıştır. Bu tekinsizlik ortamını soğuk mavi renkler de desteklemektedir. Kurucu ana unsurlar olan aydınlatma ve rengin yanında tekinsizlik unsurunu taşıyan diğer unsurlar ise kostüm, mekân ve saç/makyaj olmuştur demek yanlış olmayacaktır. Karakterin kostümü, saçları ve dekorlar evinde olduğu bilgisi iletirken normal şartlarda sakin, huzurlu ve güvenilir bir ortam olması gereken ev ortamı karakterin oyunculuk bağlamındaki duruşuyla tezat oluşturarak tekinsiz bir hava yaratmaktadır.



Şekil 24. Uygulama 2 aydınlatma krokisi.

Tablo 2. Uygulama 2 çekim özellikleri.

Lens	Odak Uzaklığı	Diyafram	Shutter	ISO
Zeiss Distagon T* 35mm f/2.0 ZE	35mm	f/5.6	1/80	800

Atmosfer: Tekinsiz.

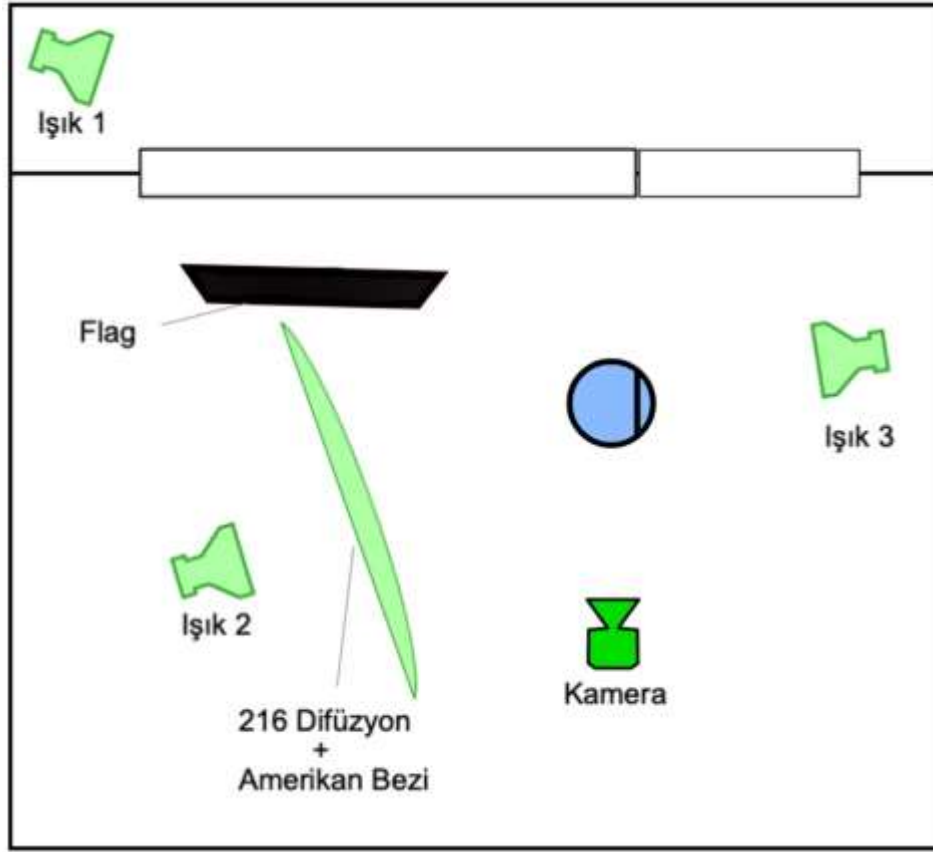
Uygulama 3



Şekil 25. Atmosfer yaratımı uygulama 3.

Şekil 25'teki uygulamada; *Rembrandt Aydınlatmanın* tercih edilmiş olması sebebiyle aydınlık ve karanlık alanlar arasındaki kontrastın yüksek olması ve *low key* aydınlatma diyebileceğimiz loş bir aydınlatmanın kullanılmış olması öne çıkan aydınlatma özellikleridir. *Key Light* olarak sert karakterli bir ışığın ve *Back Light* olarak yumuşak karakterli bir ışığın tercih edilmiş olduğu, pencere ve perdelerin de fon ışığıyla aydınlatılarak kompozisyona derinlik kazandırılmış olduğu görülmektedir. Sahnenin renk özelliklerine bakıldığında; orta yoğunlukta satürasyon özelliği taşıyan mavi tonlar öne çıkmakta, mavinin farklı tonlarıyla oluşturulan renk şeması ise *Tek Renk Uyumu* oluşturmaktadır. Sahnedeki saç/makyaj uygulamasına bakıldığında belirgin bir makyaj görülmezken, saç, bıyık ve sakalların doğal niteliğiyle dağınık denilebilecek bir formda bırakıldığı görülmektedir. Kostüm özellikleri bağlamında; karakterin sade bir tişört giydiği görülmektedir. Sahnenin mekansal özelliklerine bakıldığında; dekor olarak büyük cins bir çiçek kullanıldığı görülmektedir. Sahnenin özel/görsel efekt özelliklerine bakıldığında, sette yapılmış olan ve özel efekt niteliği taşıyan sis kullanılmış olduğu görülmektedir.

Low key aydınlatmayla kurulan Rembrandt aydınlatma sayesinde sert ışık ve gölgeli alanlar, karakterin yüzündeki gölgeler, soğuk tonlardaki renklendirme, kadrajın altından kendini gösteren ve özel efekt olarak ele alınabilecek olan sis katmanı, kadraj içindeki mekân ve dekor unsurlarının tekdüzeliği sahneyi kasvetli bir duyguya sürüklemiştir demek yanlış olmayacaktır.



Şekil 26. Uygulama 3 aydınlatma krokisi.

Tablo 3. Uygulama 3 çekim özellikleri.

Lens	Odak Uzaklığı	Diyafram	Shutter	ISO
Sigma 24-70mm f/2.8 DG OS HSM Lens	70mm	f/3.2	1/80	400

Atmosfer: Kasvetli.

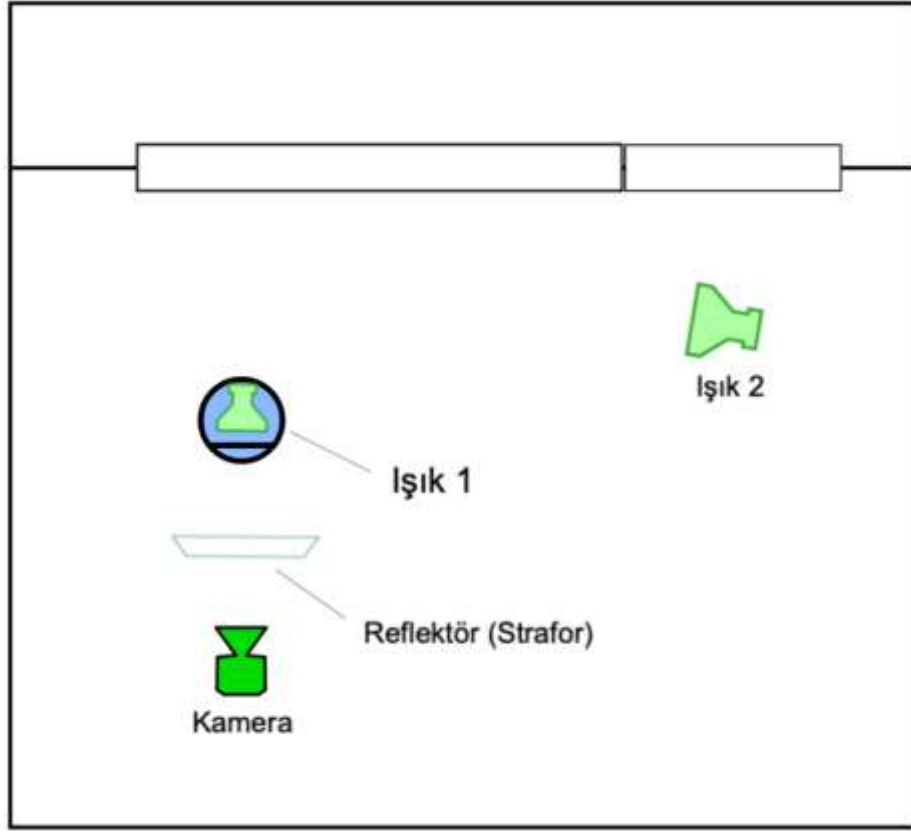
Uygulama 4



Şekil 27. Atmosfer yaratımı uygulama 4.

Şekil 27'deki uygulamada; *Rembrandt Aydınlatma*'nın tercih edilmiş olması sebebiyle aydınlık ve karanlık alanlar arasındaki kontrastın yüksek olması ve *low key* aydınlatma diyebileceğimiz loş bir aydınlatmanın kullanılmış olması öne çıkan aydınlatma özellikleridir. Aydınlatma detaylarına bakıldığında karakterin tam başının üstünden vuran bir tepe ışığı kullanılarak yüzünün gölgede bırakıldığı ve arka kısmı aydınlatan bir fon ışığı kullanıldığı görülmektedir. Sahnenin renk özelliklerine bakıldığında; orta satürasyondaki mavi tonlar öne çıkmakta, mavinin farklı tonlarıyla oluşturulan renk şeması ise *Tek Renk Uyumu* oluşturmaktadır demek mümkündür. Sahnedeki saç/makyaj uygulamasına bakıldığında belirgin bir makyaj görülmezken, saçların doğal niteliğiyle dağınık denilebilecek bir formda bırakıldığı, sakal ve bıyıkların taranarak düzeltildiği görülmektedir. Kostüm özellikleri bağlamında; karakterin sade bir tişört ve sabahlık giydiği görülmektedir. Sahnenin mekânsal özelliklerine bakıldığında; dekor olarak karakterin önünde ve arkasında büyüklü küçüklü çiçekler kullanıldığı görülmektedir.

Low key aydınlatmayla kurulan Rembrandt Aydınlatma özelliklerini taşıyan ışık ve derin gölgeler, karakterin gözlerinin gölgede bırakılması gibi aydınlatma özellikleri sahnede oluşturulmak istenilen tekinsizlik duygusunu oluşturan en önemli unsur olarak aydınlatmayı öne çıkarmaktadır. Bunun yanında soğuk renkler ve kadrajda yer yer silüet halinde bırakılan ve tedirgin edici figürler haline dönüşen dekorlar da bu duyguyu pekiştirici bir nitelik taşımaktadır. Son olarak oyuncunun bakışları da bu atmosferi destekleyici bir katman olarak kendini göstermektedir.



Şekil 28. Uygulama 4 aydınlatma krokisi.

Tablo 4. Uygulama 4 çekim özellikleri.

Lens	Odak Uzaklığı	Diyafram	Shutter	ISO
Sigma 24-70mm f/2.8 DG OS HSM Lens	48mm	f/4.0	1/100	640

Atmosfer: Tekinsiz.

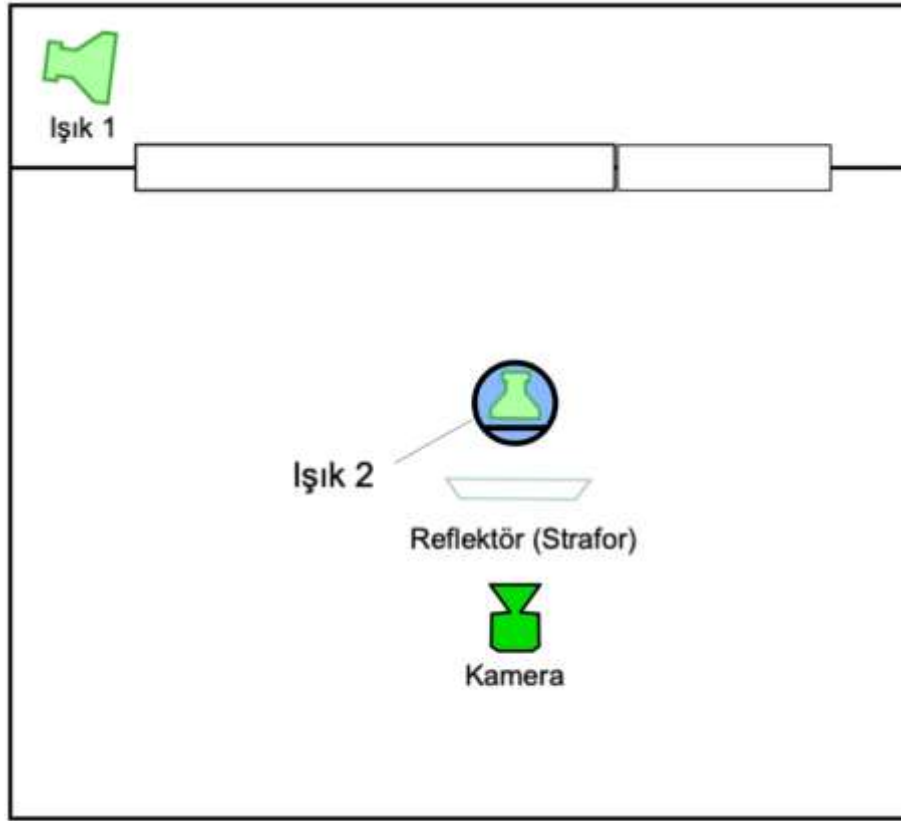
Uygulama 5



Şekil 29. Atmosfer yaratımı uygulama 5.

Şekil 29'daki uygulamada *Rembrandt Aydınlatma*'nın tercih edilmiş olması sebebiyle aydınlık ve karanlık alanlar arasındaki kontrastın yüksek olması ve *low key* aydınlatma diyebileceğimiz loş bir aydınlatmanın kullanılmış olması öne çıkan aydınlatma özellikleridir. Aydınlatma detaylarına bakıldığında arkadaki pencerelerin fon ışığı ile aydınlatıldığı, karakterin başının üstünde ve elindeki çiçeğin üst kısımlarında yoğunlaşan bir tepe ışığı kullanıldığı ve karakterin yüzünün yumuşak bir ışık aldığı görülmektedir. Sahnenin renk özelliklerine bakıldığında; orta satürasyondaki mavi tonlar öne çıkmakta, mavinin farklı tonlarıyla oluşturulan renk şeması ise *Tek Renk Uyumu* oluşturmaktadır demek mümkündür. Sahnedeki saç/makyaj uygulamasına bakıldığında belirgin bir makyaj görülmezken, saçların dağınık denilebilecek bir formda bırakıldığı, sakal ve bıyıkların taranarak düzeltildiğini söylemek mümkündür. Kostüm özellikleri bağlamında; karakterin sade bir tişört ve sabahlık giydiği görülmektedir. Sahnenin mekânsal özelliklerine bakıldığında; dekor olarak karakterin elinde tuttuğu küçük bir çiçek görülmektedir.

Sahne yaratılmak istenilen sakinlik duygusunu *low key* aydınlatmayla kurulan Rembrandt aydınlatmanın ışık ve gölgelerinin diğer uygulamalarla kıyaslandığında genelde tam tersi bir amaçla kullanılmış olmasına rağmen karakterin gözlerinin görülebileceği şekilde yumuşak ışıkla aydınlatılmış olması amaca hizmet eden bir nitelik taşımaktadır demek mümkündür. Bunun yanında sakin bir ev ortamı hissi veren kostüm, saç ve sakalların düzenliliği, mekânsal unsurların tekdüzeliği, ev ortamına ait bir dekor olarak karakterin elinde tuttuğu çiçek ve gece hissi veren renklendirme unsuru da sakin atmosferi destekleyici niteliktedir. Son olarak karakterin bakışlarının niteliği atmosferi oluşturan tüm bu unsurların nihai yönünü belirleyerek sakinlik hissini desteklemektedir. Bunun yanında lens seçiminin de bu atmosfere katkı sağladığını söylemek gerekir. Sözgelimi; Tablo 5'te de görülebileceği gibi 48mm gibi normal odak uzaklığına çok yakın bir odak uzaklığı seçilmiş olması mekanın doğal haline sadık kalınmasına ve görsel sapmalardan olabildiğince uzak durulmasına, izleyicinin algısının optik bir deformasyon aracılığıyla sakinlik dışı bir atmosfere yönlendirilmesinin önüne geçilmesine imkan sağlamıştır demek mümkündür.



Şekil 30. Uygulama 5 aydınlatma krokisi.

Tablo 5. Uygulama 5 çekim özellikleri.

Lens	Odak Uzaklığı	Diyafram	Shutter	ISO
Sigma 24-70mm f/2.8 DG OS HSM Lens	48mm	f/5.0	1/100	640

Atmosfer: Sakin.

2 numaralı ve 4 numaralı uygulamalarda oluşturulan tekinsizlik duygusu, karakterin yüz aydınlatmasının farklı yapılmış olmasına rağmen oyuncunun duruşu ve bakışını içeren oyunculuk unsuru bağlamında aynı duyguyu yaratabilmiş ve bu da oyunculuk unsurunun atmosferi yönlendirebilme özelliğine bir örnek olarak öne çıkmıştır. Bunun yanında unsurların birbirleriyle etkileşimi sonucunda istenilen etkiye farklı yollarla ulaşılabilirdiği görülmüştür.

1 numaralı ve 5 numaralı uygulamalara bakıldığında geniş açılı ve normal açılı lens kullanımı sonucunda mekanın dönüştürülmesi, karakterin ve karakterin ışık özelliklerinin taşıdığı duygunun dönüştürülmesi bağlamında atmosferi yönlendirici bir yan unsur olarak lens odak uzaklığının da önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Sözgelimi 1 numaralı uygulamada kullanılan 35mm odak uzaklığının hafif bir şekilde görüntüye yaptığı bombe etkisiyle mekânın gerçekliğinde ufak da olsa bir dönüşüm yaratmış, merkezdeki silüet karakteri öne çıkararak gizemli atmosfere katkı sağlamış, buna karşıt olarak 5 numaralı uygulamada 48mm odak uzaklığının görüntüye optik bir deformasyon sağlamaması sayesinde mekânın gerçek görüntüsüne sadık kalarak sakın atmosferi destekleyici bir nitelik taşımış olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Sinema görüntüsünde atmosfer yaratımının incelenmiş olduğu bu çalışmada altı adet örnek uygulama üzerinden atmosferi yaratan unsurlar ve bu unsurların atmosfer yaratımına katkısı üzerinde durulmaktadır. Yapılan uygulamalar ışığında; bir sinema anlatısında atmosfer ve sahne duygusu yaratılırken öncelikle atmosferi yaratan unsurların, sahnede yaratılması amaçlanan duyguya hizmet edebilecek nitelikte olması önem taşımaktadır. Bu bağlamda aydınlatma biçimi, ışığın karakteri, *low key-high key* olarak isimlendirilen aydınlatma yoğunluğu gibi unsurların belirlenmesi, soğuk-sıcak renk hakimiyeti, renk şeması tercihi ve renk özü, satürasyon gibi renk özellikleri üzerinde alınan kararlar ve mekân-dekor, saç/makyaj, kostüm, özel/görsel efekt gibi unsurların amaca hizmet edecek bir nitelikte tercih edilmiş olması önemlidir. Bu noktada alt amaç soru cümlelerinden ilki olan *Atmosferi oluşturan teknik unsurlar amaca ulaşmak adına birbirleriyle nasıl bir etkileşim içindedirler?* sorusuna uygulamalar ve bulgular ışığında bir cevap vermek gerekirse; atmosferi oluşturan tüm unsurlar duyguya hizmet edecek biçimde birbirleriyle etkileşim içindedirler demek mümkündür. Bu noktada atmosferi yaratan unsurların etkileşimleri normal şartlarda tek başlarına kullanıldıklarında yarattıkları anlamları dönüştürebilme ve tam tersini ifade edebilme özelliğine sahiptir denilebilir. Çalışmanın diğer bir amaç soru cümlesi olan *Atmosferi oluşturan unsurlar arasında temel ve yan unsurlar diyebileceğimiz bir ayrım yapılabilir mi?* sorusuna bulgular ışığında bakıldığında; genel geçer olduğunu kesin bir dille ifade edememekle birlikte yapılan uygulamalar sonucunda; aydınlatma, renk, mekân unsurlarının ana unsurlar, saç/makyaj, kostüm, özel/görsel efekt gibi unsurların ise yan unsurlar olduğu kanaatine varılmıştır.

Çalışma sonucunda başlangıçta varsayımlar içinde bulunmayan ve atmosferi oluşturan unsurlar içinde sayamadığımız bazı unsurların da atmosfere katkısı bağlamında öne çıktığı görülmektedir. Bu unsurların başında oyuncunun hal, hareket, bakış, ifade ve mimiklerini kapsayan oyunculuk unsurunun geldiğini söylemek mümkündür. Uygulamalar sayesinde görülmüştür ki oyunculuk, sahne duygusunun algılanması bağlamında önemli bir algı yönlendirici nitelik taşımaktadır. Başlangıçta varsayımlar içinde bulunmayan ve çalışma sonucunda karşımıza çıkmış olan bir diğer atmosfer unsurunun ise mekânı deforme ederek dönüştürebilme özelliği bağlamında lens odak uzaklığı olduğunu söylemek mümkündür.

Sinema görüntüsünde atmosfer yaratımını ele almış olduğumuz bu çalışma *atmosfer* kavramını bütün detaylarıyla ele alma ve bir sinema anlatısındaki yeri ve önemini açıklamaya muktedir nihai bir cevap olma iddiasından uzaktır. Elbette ki eksikleri vardır. Bu eksikler öncelikle çalışmanın sınırlılıklarından ileri gelmektedir. Sonrasında, sinemanın sonu gelmez ve öngörülemez anlatım olanakları dolayısıyla böyle bir iddiaya sahip olma çığlığından uzaktır. Çalışmaya sınırlılıklar dolayısıyla dahil edilememiş olan kamera hareketleri ve ses tasarımı unsurlarının da bu noktada atmosfer yaratımına olan potansiyel katkılarının altını çizmek, bundan sonra yapılabilecek çalışmalara bir tavsiye olması bakımından bu unsurlar üzerine yapılacak bir çalışmanın literatüre konuyla ilgili büyük bir katkı sağlayacağını belirtmek önemlidir.

KAYNAKÇA

- Abisel, N. (2010). *Sessiz sinema*. Om Yayınları.
- Alsamua, M. (2019). *Queer sinemada atmosfer yaratımı* (Tez No. 564236) [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. Ulusal Tez Merkezi].
- Andersson, R. (Yönetmen). (2014). *İnsanları Seyreden Güvercin* [Film]. Triart Film.
- Aydoğan, R. (2009). *Büyük Türkçe sözlük*. Evrensel İletişim Yayınları.
- Bordwell, D., Thompson, K., Smith, J. (2017). *Film art an introduction*. McGraw-Hill.
- Böhme, G. (2017). *The aesthetics of atmospheres*. Routledge.
- Brine, K. (2020). *The art of cinematic storytelling: a visual guide to planning shots, cuts and transitions*. Oxford University Press.
- Brown, B. (2014). *Sinematografi kuram ve uygulama* (S. Taylaner, Çev.). Hil Yayınları.
- Brown, B. (2022). *Cinematography theory and practice for cinematographers and directors*. Routledge.
- Byrne, B. (2009). *The visual effects arsenal vfx solutions for the independent filmmaker*. Focal Press.
- Carroll, N. (2003). *Engaging the moving image*. Yale University Press.



- Ceylan, N. B. (Yönetmen). (2014). *Kış Uykusu* [Film]. Moving Turtle.
- Ceylan, N. B. (Yönetmen). (2023). *Kuru Otlar Üstüne* [Film]. Bir Film.
- Condal, R. (Senarist) & Yaitanes, G. (Yönetmen). (2022, Ekim 7). Chapter 2 (Season 1, Episode 2) [TV series episode]. In R., Condal (Yapımcı), *House of The Dragon*. 1:26 Pictures; Home Box Office; Marzano Films.
- Çakmakçı, A. (2019). *Güneşe lamba yakan adam*. İmge Yayınevi.
- Dominik, A. (Yönetmen). (2007). *The assassination of Jesse James by the coward Robert Ford* [Film]. Warner Bros.
- Gloman, C., LeTourneau, T. (2005). *Placing shadows lighting techniques for video production*. Focal Press.
- Hancock, D. (Senarist) & Peristere, L. (Yönetmen). (2024, Temmuz 28). Chapter 7 (Season 2, Episode 7) [TV series episode]. In M., Bernstein (Yapımcı), *House of The Dragon*. 1:26 Pictures; Home Box Office; Marzano Films.
- Holtzschue, L. (2011). *Understanding color an introduction for designers*. John Wiley & Sons.
- Hoser, T. (2018). *Introduction to cinematography learning through practice*. Routledge.
- Hurkman, A. V. (2014). *Color correction handbook: professional techniques for video and cinema*. Peachpit Press.
- Hven, S. (2022). *Enacting the worlds of cinema*. Oxford University Press.
- Kodak (2003). *Art of lighting for film*. Eastman Kodak.
- Kümbetoğlu, B. (2015). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. Bağlam Yayınları.
- Kürkçüoğlu, S. (2019). *Sinemada mekan kimliği ve atmosfer kurgusu: Nuri Bilge Ceylan'ın Kış Uykusu filmi üzerinden incelenmesi* (Tez No. 561296) [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi. Ulusal Tez Merkezi].
- Mamer, B. (2009). *Film production technique: creating the accomplished image*. Wadsworth Cengage.
- Mayring, P. (2011). *Nitel sosyal araştırmaya giriş* (A. Gümüş, M. S. Durgun, Çev.). BilgeSu Yayınları.
- Middleton, K. (2018). *Color theory for the make-up artist understanding color and light for beauty and special effects*. Routledge.
- Millerson, G. (2013). *Lighting for television & film*. Focal Press.
- Richter, T. (2007) *The 30-second storyteller: the art and business of directing commercials*. Thomson Course.
- Robotham, T. (2022). *Cinematic storytelling: a comprehensive guide for directors and cinematographers*. Routledge.
- Rose, J. (2003). *Producing great sound for digital video*. CMP.
- Sanioğlu, N. M. (2022). Dışavurumcu “Dr. Caligari’nin Muayenehanesi” ile yeni gerçekçi “Almanya Sıfır Yılı” filmlerinin atmosfer yaratımı bağlamında karşılaştırılması. *Görünüm* (13) 21-40.
- Sarah Renae Clark. (2020, 24 Eylül). Color theory basics: use (...) [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=YeI6Wqn4I78>
- Smith, G. M. (2003). *Film structure and the emotion system*. Cambridge University Press.
- Spielberg, S. (Yönetmen). (1993). *Schindler's List* [Film]. Universal Pictures.
- Tawa, M. (2022). *Atmosphere, architecture, cinema*. Palgrave Macmillan.
- Tosun, N. (2018). *Modern öykü kuramı*. Hece Yayınları.
- Vardar, B. (2012). *Sinema ve televizyon görüntüsünün temel öğeleri*. Beta Yayınları.
- Wenders, W. (Yönetmen). (2023). *Perfect Days* [Film]. Bitters End.
- Wright, J. (Yönetmen). (2017). *Darkest Hour* [Film]. Focus Features.
- Yıldırım, A., Şimşek H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Zettl, H. (2011). *Sight sound motion: applied media aesthetics*. Wadsworth Cengage.



THE CHANGING STAGE OF (DIGITAL) SELF-PRESENTATION: INTERNET MEMES AND THE BARBENHEIMER

(DİJİTAL) BENLİK SUNUMUNUN DEĞİŞEN SAHNESİ: İNTERNET MEMLERİ VE BARBENHEIMER

Can CENGİZ¹



ORCID: C.C. 0000-0002-3938-9506

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Can Cengiz

Zonguldak Bülent Ecevit University, Türkiye

E-mail/E-posta: cencengiz@beun.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %4

Revision Requested/Revizyon talebi:

30.01.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Cengiz, C. (2025). The Changing Stage of (Digital) Self-Presentation: Internet Memes and the Barbenheimer. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 458-475. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1614974>

Abstract

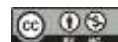
The expanding influence of the internet and social media networks increasingly digitizes individual representations. This digital universe, characterized by the features of a productive network, fosters creativity while enabling a digitized communication environment through accessible, fluid, easily transferable, and adaptable content as a system. One of the most significant elements of this digitalized shared space is internet memes, which generally consist of a combination of textual and visual elements and function through repetition and adaptation. The simultaneous release of the films Barbie and Oppenheimer on July 21, 2023, not only broke box office records but also sparked numerous debates, giving rise to a new concept that originated among cinema audiences and gradually influenced broader audiences. The term Barbenheimer, created by combining the names of these two films, became a medium for digital self-presentation, particularly on social media platforms such as Twitter (now X). Our research focuses on the fluid and evolving nature of the relationship between internet memes, visual communication, and digital self-presentation, based on a content analysis of 250 tweets containing the keyword Barbenheimer and drawing on the emerging literature.

Keywords: Internet Memes, Self-Presentation, Barbenheimer, Digital Self, Visual Communication.

Oz

İnternetin ve sosyal medya ağlarının her geçen gün genişleyen etki alanı bireysel temsillerin de dijitalleşmesini beraberinde getirmektedir. Üretken bir ağı özellerlerini taşıyan söz konusu 'dijital evren', yaratıcılığı teşvik ederken, bir sistem olarak erişilebilir, akışkan, kolayca aktarılabilir ve uyarlanabilir içerikler eliyle dijitalleşmiş bir iletişim ortamını mümkün kılmaktadır. Bu dijitalleşmiş ortak alanın en önemli unsurlarından biri de, genelde metin ve görsel unsurların birlikteliğinden oluşan, tekrarlar ve uyarlamalarla iş gören internet memleridir. Aynı tarihte (21 Temmuz 2023) vizyona giren ve gişe rekorlarının yanı sıra birçok tartışmayı da beraberinde getiren Barbie ve Openheimer filmleri, sinema izleyicileri ile başlayan, giderek daha geniş kitleleri de etkileyen yeni bir konseptin doğuşunu sağlamıştır. Her iki filmin isimlerinin birleştirilmesi ile oluşan Barbenheimer ifadesi, başta Twitter (X) olmak üzere sosyal medyada yapılan paylaşımlarda dijital benlik sunumunun aracısı haline gelmiştir. Çalışmamız Barbenheimer anahtar sözcüğünü içeren 250 adet Tweet üzerine gerçekleştirilen içerik analizi ve gelişmekte olan literatürden hareketle internet memleri, görsel iletişim ve dijital benlik ilişkisinin akışkan ve değişen doğasına odaklanacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Memleri, Benlik Sunumu, Barbenheimer, Dijital Benlik, Görsel İletişim.



INTRODUCTION

Digitized visual communication content is manifested in various ways on digital platforms such as YouTube, Instagram, and Twitter (X), including the creation and viewing of video content, communication through emojis and GIFs, and the sharing of original or re-produced photographs on social networks. Indeed, it can be observed that visual elements have become dominant over textual elements in the development of social networks. The ratio of text to visuals on social media has been gradually shifting in favor of visuals each year (through photos, videos, GIFs, emojis, stickers, and memes), with platforms like Instagram and Twitter (X), which are increasingly popular among both ordinary users and professionals, playing a key role in this trend (Milosavljević, 2020, p. 10).

Another element whose usage is increasingly rising within digital platforms and social networks is internet memes, which generally consist of a short text and a visually reproducible image. Internet memes emerged as a new format for expressing ideas on the web and have evolved from a simple form of entertainment to a unique communication tool that reflects societal or personal emotions and tendencies. Therefore, the need to analyze the purposes and effects of internet memes, which have permeated nearly every corner of our online world, is steadily growing (Joshi et al., 2024, p. 1831). Internet memes, as digital elements with common characteristics that spread across the web through imitation and repetition, have become an inseparable part of digitized visual culture in recent years and have garnered significant interest both in popular and academic contexts (Nissenbaum & Shifman, 2017, p. 483).

The concept of the meme was first introduced in 1976 by biologist Richard Dawkins in his book *The Selfish Gene*, which has been translated into Turkish as *Gen Bencildir*. In his work, which examines the human species within the framework of biological and cultural evolution, Dawkins defines the term *meme* as part of a gene-centered approach and characterizes it as a unit of cultural transmission. Derived from the Greek root *mimeme*, which signifies an object of imitation and its action, the term was simplified by Dawkins, much like the word *gene*, into a single syllable and evolved into the form *meme*. Musical works, various thoughts and slogans, any architectural structure, or even a fashionable piece of clothing can become widespread and turn into examples of memes. Just as genes propagate through sperm or eggs from one body to another, memes proliferate through imitation. According to Dawkins (2007, p. 200) memes should be considered not only as entities that replicate through imitation but also as living beings that are technically capable of replication. Like any organism, memes can also change depending on the environmental conditions in which they exist, and even propagate.

Although internet memes are often formed through the combination of text and visual elements, it is observed that the visual element predominates over the text. Indeed, today, the term meme and its various applications are widely used in the online environment, and they are often associated with specific images that have become popular among online users, rather than being referred to Dawkins' original definition. Consequently, with the rapid growth of forums, chat rooms, blogs, and various social networks via the internet, the concept of the meme has acquired a new meaning. Memes have emerged as a new form of digital communication and, while still related to Dawkins' original concept of memes, they have developed unique characteristics, such as modes of dissemination and rates of reproduction (Díaz, 2013, p. 83). These memes are typically designs that can convey complex messages by simplifying them, contain associative meanings, and are widely accepted, particularly due to their humorous content. As a result, memes have become one of the most commonly used forms of online visual communication. The visual content used in memes is often *borrowed* from other cultural forms, such as TV shows, films, or popular news, and is constantly re-produced in this context (Milosavljević, 2020, p. 11).

The simultaneous theatrical release of *Barbie* (2023), a fantasy comedy directed by Greta Gerwig and Noah Baumbach, and *Oppenheimer* (2023), based on Kai Bird and Martin J. Sherwin's Pulitzer Prize-winning biography *American Prometheus*, has triggered a contemporary phenomenon whose effects are also felt on digital platforms. Audiences have become divided over whether to choose one of the films or which one should be watched first. This situation has not only led to approaches that prioritize one film for various reasons but also highlighted and propagated a sense of being torn between the two. The



term Barbenheimer, derived from the names of both films, has come to symbolize this condition, and the texts and visuals created alongside this expression have opened the door to a new global trend. Barbenheimer has become one of the most popular frameworks for internet memes to the extent that it parodies and gamifies the contradictions and conflicts experienced by cinema audiences among themselves and even within themselves (Figure 1).

Barbenheimer has functioned as a framework used by audiences and content creators to express their approaches and personal preferences regarding two popular films. The Barbenheimer trend, which began just before the films' release, has shown itself to be a meme with the potential to spread across various domains, particularly through the expression *this is my Barbenheimer* (Figure 2). People creating content on digital platforms and social networks have repurposed this framework across a wide range of areas, from fashion and friendship relationships to political preferences (Figure 3) and sports commentary. Moreover, memes under the Barbenheimer title, while continuing to exist under this label, have also become the subject of re-production using similar templates for films released on the same date after these two, undergoing changes along the way (Figure 4).



Figure 1. Barbenheimer Becomes a Film (8/11/2023)

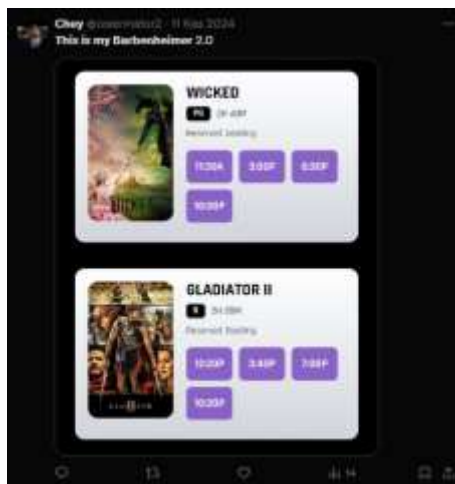


Figure 2. This is my Barbenheimer – Glicked I (11/11/2024).



Figure 3. This is my Barbenheimer: Political Preferences (06/11/2024)



Figure 4. This is my Barbenheimer – Glicked II (24/11/2024)

Barbenheimer, as a template, has become a medium for its users and content creators to convey their personal preferences, serving as a tool for self-presentation for those who produce or share accompanying text and visuals. Emerging from cinema-related preferences, this trend has brought individuals together in online spaces accessed through digital technologies. Digital networks and the Barbenheimer framework have become a new platform for self-presentation -defined as the effort to convey information about oneself and construct an identity aimed at a target audience by creating a specific image in others' minds (Guo & Duan, 2017, p. 237).

Erving Goffman's conceptualization of self-presentation, developed in the late 1950s, continues to provide opportunities for new research, particularly in the context of contemporary technologies and individuals' existence as representations constructed within networks. With the increasing use and impact of visibility today, the concept of self-presentation -originally related to interpersonal communication- has also undergone significant change. In the present day, subjects/actors articulate their life practices, value systems, and norms within a given digital culture (Tutar, 2019, p. 491). As a result, the producers and carriers of this individualized digital culture also become the subjects of digital selves and their presentations. While Goffman's concept of self-presentation, which likens everyday life to a theatrical stage, has inspired academic writing on new representations in digital media, internet memes have not been extensively explored within this framework. In the literature, existing studies have focused on how memes are distributed, the speed of their dissemination, and their repetition, often emphasizing the mapping of interactions rather than their relationship to self-presentation.

From the perspective of popular culture and approaches, internet memes are often unilaterally regarded as ephemeral elements primarily associated with humor and entertainment (Milosavljević, 2020). Existing academic studies on internet memes in social media have primarily focused on analyzing their spread over time and mapping their dissemination (Ling et al., 2021). However, these studies have

largely overlooked the semantic content of memes, the preferences of users, and, consequently, their role in self-presentation. Other studies have concentrated on identifying hate speech and misogyny (Kiela et al., 2021), aiming to classify memes based on whether their intent is harmful. Yet, in doing so, they have neglected the original context of each meme and the personal representational purpose of the creator/user (Joshi et al., 2024, p. 183). Consequently, the examination of internet memes as digital tools for expressing personal attitudes and preferences (and thus as significant visual culture artifacts for self-presentation) remains insufficient.

Goffman conceptualized self-presentation as a creative performance within everyday life, integrating dramaturgical elements. By utilizing terms such as performance, actor, audience, stage, backstage, and setting, his perspective on self-presentation aims to explain the complexity of social interaction through structural determinants. In this context, the self-presentation that finds its place within internet memes is also produced alongside certain elements that *set the stage*. An internet meme, emerging from a previously created and shared general framework that has evolved into a trend over time, is re-produced through unique interventions. A key characteristic of a popular internet meme in the digital interaction space is that, while it may be derived from an imitation, it can also serve as the starting point for further reproduction. Individual contributions to this reproduction are invariably tied to a general text (e.g., This is my Barbenheimer) and visual form, or even aesthetic elements (such as the pink-and-black contrast in the Barbenheimer).

Our study aims to analyze the background of how the Barbenheimer framework was constructed, focusing first on the two films central to the phenomenon and the dilemmas they represent and popularize. Furthermore, the study presents findings from a content analysis of how these dilemmas were reflected and to what extent they appeared on the Twitter (X) platform. For this purpose, a total of 250 tweets containing the term Barbenheimer between July 2023 and December 2024 were examined. Binary oppositions and their associated topics (such as cinema, music, politics, sports, and gaming) were categorized.

THE PRESENTATION OF DIGITAL SELF AND MEMES

Goffman, in his work *The Presentation of Self in Everyday Life* (2016), asserts that social relationships and interactions provide a foundation for individuals to share and reproduce their desired self-image. The process of constructing a self and its image depends on social interactions and the strategies employed within these interactions. Individuals engage in efforts to present themselves in a particular way and leave a specific impression in social relationships to control others' reactions and elicit positive feedback. This effort, whether conscious or unconscious, verbal or non-verbal, bears similarities to a theatrical stage where actors and actresses perform their roles. Life is akin to a stage where people behave differently in various social contexts, just as actors portray distinct characters. Although often unplanned and composed of more spontaneous elements and reactions, social interactions in daily life can be understood as a performance enacted on this stage (Goffman, 2016, pp. 13-16).

In the stage of social relationships, the individual, acting as a performer, strives to create a specific impression on others during interactions (Goffman, 2016, p. 29). The performer, seeking the desired response from their audience or interactants, acts in accordance with the role they have adopted. Goffman refers to this act or activity as a performance and emphasizes that the presentation of self in social interactions has a calculated and strategic nature. Individuals exhibit carefully crafted behaviors to create the desired impact on others and gain acceptance. This theory provides a significant perspective for understanding how individuals act as performers in social life and how social interactions possess a staged structure (Xu et al., 2024, p. 2). Performance, and therefore the presentation of self, involves not only the individual presenting but also the audience of that presentation. The audience comprises those who observe the performance, either directly or indirectly, face-to-face or through mediated technologies (Birnbaum, 2008, p. 73). On the other hand, the primary determinants of a performance cannot be assumed to be limited to the performer and the audience.

The stage -and even the off-stage or backstage- stands among the significant elements that partially or profoundly shape an individual's performance. The actions or strategies of the performing individual

are fundamentally influenced by the key characteristics of the stage. Beyond the stage witnessed directly by the audience, there is also the existence of the performer's private or personal space, which constitutes a backstage area. While presenting a performance to the audience on stage, the individual continues their existence backstage or offstage, in a space outside the performance, where they may experience a greater sense of freedom. Moreover, it is crucial to note that a stage does not exist in isolation but is interconnected with other stages and the entirety of social performance. The stage and the backstage/offstage intertwine and mediate one another, functioning as dualities that shape the performance and, consequently, the presentation of self.

An individual's self-presentation, which may appear or be perceived as personal, exists within social contexts and is subject to their influence. Through the dramaturgical analogy, this indicates that the performance enacted is shaped by the expectations and norms of the audience, the unique rules of the theatrical stage, and the framework of the play being performed. In the contemporary era, where identities are predominantly represented in virtual/digital realms, it becomes evident that the social stage, in Goffman's terms, has shifted to social media platforms and digital networks. This shift necessitates an analysis not only of offline self and self-presentation but also of the distinctive characteristics of digitalized self-presentation. One of the critical components of such an analysis is undoubtedly the concept of the digital self.

In this day and age, the boundary between the offline self and its online reflection or extension -often referred to as the digital self- has become increasingly blurred (Morva, 2016, p. 43). The online individual, who designs or constructs themselves under the influence of established audiences or followers on digital platforms, constitutes the central subject of digital self-presentation. The conceptualization of the digital self provides a significant perspective for understanding how individuals structure and maintain their relationships in digital communication through mental images and perceptions.

Digital environments offer individuals the opportunity to create idealized identities and sustain relationships through these identities (Zhao, 2005, p. 398). Broadly speaking, the digital self refers to individuals' online identities. It encompasses all the digital information produced by a person on the digital platforms they use (Morva, 2016, p. 44). In the digital age, where content production has become boundlessly widespread, this information includes personal emotions, attitudes, and expectations. The digital self is the subject of an interactive presentation that not only involves the representation of the body through various visuals but also incorporates numerous psychological processes.

The self possesses two distinct modes of existence and representation: one in the non-virtual/real world and the other on digital platforms. However, the sharp distinctions between these modes increasingly lose their validity, as the presentation of self predominantly becomes digitized. Consequently, the rigid boundary between the real and the virtual dissolves. This indicates that identity and its online representation, or the presentation of self, cannot easily be distinguished from everyday (real) practices (Cover, 2016, p. 10). The literature on how internet users represent themselves, on the other hand, primarily focuses on the physical presentation of the content creator, often analyzing selfies' as a key medium (Orekh et al., 2016; Brubaker, 2020). Yet, the conceptualization of the digital self generally provides a framework that emphasizes an individual's inner World (thoughts, emotions, and preferences) rather than external attributes, such as height, weight, or appearance (Zhao, 2005, p. 398). Another conceptualization related to the digital self and its presentation is the extended self, which eliminates the boundaries between physical appearance and the offline or online realms. In addition to consisting of representations of the self in relation to others (Roesler, 2008, p. 422), the presentation of self today freely traverses digital platforms and the shared groups or spaces within them.

As in the myth of Prometheus, the concept of the extended self was once chained to pre-digital thinking and the tangible world of objects. Today, however, the self's limitless expansion across time and space has become detached from the concrete world of people, places, and objects. This new perspective offers a significant framework for understanding how individuals redefine and expand their identities in the digital age (Belk, 2014, p. 133). Another key characteristic of the digital self, which extends beyond

objective reality, lies in its reliance on certain popular narratives and contexts. The formation of the digital self begins the moment individuals start narrating their experiences, self-describing, and sharing their preferences or judgments with others online (Morva, 2016, p. 45). Digital environments provide users with the opportunity to create narratives that incorporate textual, visual, and auditory technologies or to enrich the digital self by producing new content within existing narrative frameworks.

In the context of the presentation of the digital self, internet memes point to a highly functional and increasingly widespread trend within the framework of specific templates or, in our chosen analogy, the stage. On the surface, internet memes may appear simple or insignificant, often perceived as trivial jokes that circulate briefly before being forgotten. However, despite their lack of seriousness, memes represent a distinctive product of contemporary digital culture and symbolize its core characteristics (Nissenbaum & Shifman, 2017, p. 484). Moreover, the use of memes on the internet has grown so rapidly that it could be argued that the term *meme* itself has transformed into a meme due to its constant repetition and recurrence (Díaz, 2013, p. 83).

The emergence of visual communication forms on the internet has been prominently marked by memes, particularly in the form of videos or photographs. Memes are primarily humorous caricatures and imitations; however, as the visual representation of humor has become one of the most popular elements of internet communication, these visuals have turned into trends in fields such as information, marketing, politics, and even a form of art. The entertaining and simplified nature of memes makes them a medium and a tool for visual communication that can be utilized for various purposes (Milosavljević, 2020, pp. 10–11). It is therefore unsurprising to encounter memes in propaganda and political communication. While humor serves as a fundamental building block of memes, the functions of these visual contents extend beyond mere entertainment. They also cater to broader communication objectives, such as message delivery, idea dissemination, mass mobilization, personal preferences, and self-presentation. The fundamental characteristics that make internet memes an effective and popular form of social visibility include imitation, originality, humor, simplicity, high semantic density, and the combined use of text and visuals (Milosavljević, 2020, pp. 11–12). These features highlight the coexistence of seemingly contradictory elements. An internet meme functions within the fundamental trends, templates, and stages shaped by the digital environment and culture, relying heavily on repetition. At the same time, every internet meme must make an original intervention in prior content to attract a sufficient audience or followers, thereby supporting self-presentation and personal performance. Furthermore, an internet meme requires the ability to distinguish textual and visual components from one another formally, while simultaneously creating cohesive meaning. Finally, for a meme to reach a wide audience, it must possess a simple form while maintaining high semantic density through varied repetitions. As demonstrated by the Barbenheimer example, a meme template or stage can be utilized across vastly different contexts and may itself evolve into new trends, templates, or stages.

To gain a closer understanding of the contradictions discussed earlier and analyze the nature of internet memes, the following sections will classify the *Barbenheimer* phenomenon and evaluate the coexistence of fundamental oppositions. To this end, the analysis will first address the films *Barbie* (2023) and *Oppenheimer* (2023), the origins of the trend, and the underlying contradictions that function as a backdrop in their public reception.

FROM CINEMA TO DIGITAL PLATFORMS: BARBENHEIMER

The cinematic adaptation of Mattel's globally renowned Barbie dolls, *Barbie* (2023), premiered following numerous animated films and television programs. The film was named one of the top ten films of 2023 by the American Film Institute and the National Board of Review, garnering significant acclaim with 12 Grammy Award nominations and 2 Golden Globe nominations (ijsr, n.d., p. 1270). Furthermore, released on the same date as *Oppenheimer* (2023), it achieved blockbuster status, gaining attention both as a standalone feature and in comparison to *Oppenheimer* (2023). The film, closely followed by academic circles, has particularly been the subject of analysis and critique within the framework of feminism (Taşkın & İnanç, 2024; Houghton et al., 2024; Burke, 2023).

Greta Gerwig's *Barbie* (2023) film reflects the influence of children's imagination and toys on adult life, as well as the unique significance of a toy representing a 'strong woman'. However, beyond the story



of an ordinary toy, the film's narrative unfolds against a backdrop shaped by profound social issues and contradictions. At first glance, the plot may appear simple and primarily targeted at children, but this does not diminish its cultural significance; on the contrary, it enhances its reach and, therefore, its impact. Legal transformation, ownership, dissent, inequality, and revolution are not merely subplots in the film but are fundamental elements that permeate every scene and drive its main characters (Houghton et al., 2024, p. 608).

One of the central contradictions in the film revolves around how a toy often considered to reproduce gender stereotypes can be aligned with a feminist paradigm through a cinematic narrative. On the other hand, the inherent contradictions within the film itself have facilitated broader discussions about its narrative, extending beyond a purely feminist perspective. Beyond the general conflict between the Barbie world and the real world, the dichotomies of Barbie Dreamhouse vs. Mojo Dojo Casa House, Stereotypical Barbie (Margot Robbie) vs. Beach Ken (Ryan Gosling), and tyranny within a governing system vs. aspirations for social equality exemplify the contradictions embedded in the film (Houghton et al., 2024, p. 609). Furthermore, the primary contradictions that led to the emergence of the Barbenheimer phenomenon stemmed from the juxtaposition of Barbie (2023) with Oppenheimer (2023), a film that similarly incorporates numerous contradictions within its own narrative.

Christopher Nolan's Oppenheimer (2023) is based on the biography American Prometheus (2005) by Kai Bird and Martin J. Sherwin. The film explores the life of physicist J. Robert Oppenheimer, the leading figure behind the development of the atomic bomb, while uncovering the multifaceted contradictions, entrenched power dynamics, and inevitable moral dilemmas arising from humanity's relentless pursuit of innovations that carry the potential for self-destruction (Abbas, 2023, p. 9). Oppenheimer's optimistic motivation to end World War II was manipulated and constrained by military and political forces. As depicted in the film, the dilemmas, betrayal, and disillusionment experienced by J. Robert Oppenheimer (often likened to a modern Prometheus) combine with the destructive power of the atomic bomb to shape the film's profoundly somber atmosphere.

The simultaneous release of the two films leads to debates among movie enthusiasts, resulting in the circulation of related digital content. Individuals who wish to watch both films but remain undecided about which to see first or which might better suit their preferences constitute the primary source of the Barbenheimer trend and the self-presentations facilitated by internet memes. Moreover, some content creators generate memes expressing a preference for one film over the other. However, fully aligning with the nature of memes and adding their own contributions and rules to the stage, a third way arises: the creation and circulation of visuals as memes that combine Barbie's pink, vibrant world with Oppenheimer's dark, pessimistic atmosphere.

The Barbenheimer phenomenon and the initial internet memes emerged prior to the release date of the two films, July 21, 2023. Within the scope of this study, a total of 250 tweets containing the keyword Barbenheimer were compiled through criterion sampling between July 7, 2023, and December 31, 2024. Criterion sampling, defined as a method of selecting samples that reflect the characteristics of predetermined criteria (Koç Başaran, 2017, p. 491), was chosen to ensure a holistic approach. In criterion sampling, it is essential for the selected sample to provide appropriate opportunities and rich possibilities for a comprehensive analysis. Moreover, an internet meme inherently combines both visual (sign) and textual (caption) elements, necessitating an integrated approach (Akhther, 2017, p. 1). To facilitate this holistic approach for the reader, the titles derived through content analysis will be supported with select visuals below.

Internet memes generally consist of a combination of text and visuals. However, in contemporary contexts, memes can also be created solely through animated images, such as GIFs or short videos. Within the scope of our analysis, 23 tweets containing the keyword Barbenheimer consist exclusively of text -words or sentences- and are responses to other tweets. The remaining 227 tweets include 162 that feature photographs and 65 that share videos. Of the 162 photographs, 112 are composed by juxtaposing two distinct visuals in alignment with the nature of the Barbenheimer phenomenon (Figure

5). On the other hand, 50 photographs employ digital editing techniques on a single image to create a dual narrative within one visual (Figure 6).



Figure 5. Side-by-Side Use of Two Distinct Visuals and Music Preference (23/09/2024)



Figure 6. Play and Synthesis in Digital Design I

When categorizing the 250 tweets containing the Barbenheimer keyword by topic, it becomes evident that the majority of the tweet content is cinema-related. Over time, new meme examples that move beyond the Barbie (2023) and Oppenheimer (2023) dichotomy and compare other films indicate that the Barbenheimer phenomenon has expanded in different directions. This expansion reflects a structure through which content creators frame their preferences, cinematic choices, and personality traits (Figure 7), thereby presenting their digital selves. The emergence of the Glicked trend (Figure 8), sparked by the simultaneous release of *Gladiator II* (2024) and *Wicked* (2024), can be seen as a wholly renewed meme trend and a new digital stage evolving from Barbenheimer (Khomami et al., 2024).

In addition to memes focusing on cinema and films (173 instances), creators also produced content related to music, primarily K-pop (27 instances – Figure 10), politics (7), sports (4), and other categories, including food, fashion, digital gaming, text-only memes, and uncategorized content (Figures 11–12). Finally, although produced under the same theme and in the context of dualities, some users shared memes favoring one side (e.g., one of the films), while others expressed indecision. Additionally, a subset of memes pointed to new productions that deconstruct the dichotomy (Figure 13).



Figure 7. Personality Traits and Barbenheimer (23/07/2023)



Figure 8. A New Barbenheimer I – Glicked (13/11/2024)

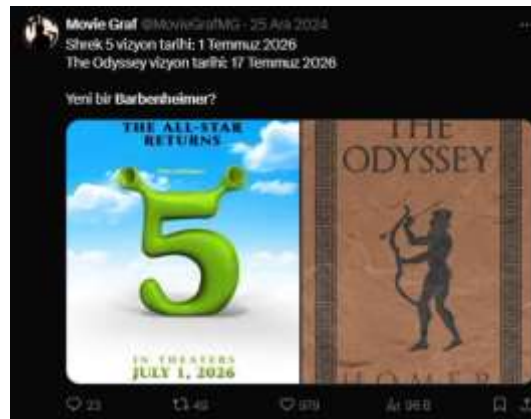


Figure 9. A New Barbenheimer II – *Shrek 5* and *The Odyssey* (25/12/2024)



Figure 10. The Presentation of Music Preferences and Barbenheimer (22/09/2024).



Figure 11. Eating and Drinking Habits (25/12/2024).



Figure 12. Fashion, and Barbenheimer (8/06/2023)



Figure 13. Play and Synthesis in Digital Design II (15/01/2024)

The primary tendency of memes produced by users participating in the presentation of the digital self under the Barbenheimer theme is the expression of their preferences between the two films. The discussions, sparked by the announcement of the films' release dates, have particularly focused on two aspects of self-presentation: expressing artistic preferences or tastes related to cinema and films, and the difficulty in choosing between the two films or favoring one over the other. Moreover, some meme creators incorporated their friends or families into their film preferences, thereby utilizing self-representation that includes primary groups. An example of this can be seen in the case of then-UK Prime Minister Rishi Sunak, who shared that his family chose to watch *Barbie* (2023), accompanied by clothing choices dominated by pink hues (Figure 14). As with many Barbenheimer-themed memes, film critics writing for popular cinema magazines or web portals often highlighted that both films were equally worth watching. Similarly, examples where no distinction was made between the two films include the opinions of *Oppenheimer* (2023) lead actor Cillian Murphy, which were widely shared online (Figure 15).

Although the examples provided above are part of the Barbenheimer phenomenon, it is challenging to categorize them as typical memes in the conventional sense, as they often resemble photos or news shares. On the other hand, there are numerous examples of memes that mimic other visual cultural products, such as films or TV series (Figure 16). Memes that point to collective identity and politics represent one of the newest fields in which contemporary visual culture intersects with ideology. For instance, American users humorously referencing the atomic bomb attacks on Japan during World War II have triggered responses from Japanese content creators. The familiar Barbenheimer template was restructured by Japanese users and redesigned to specifically reference the September 11 attacks (Figure 17).



Figure 14. The UK Prime Minister's Family and Their Preference for Barbie (2023) (22/07/2023)

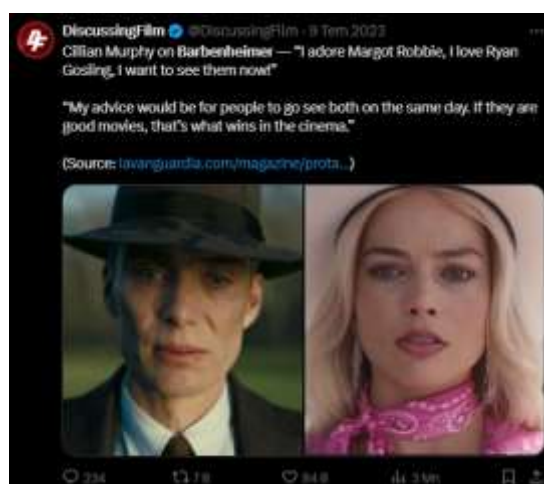


Figure 15. The Preference for Both Films (09/07/2023)



Figure 16. Barbenheimer and Its Dissemination in Visual Culture (12/07/2023)



Figure 17. Barbenheimer and the Presentation of Collective Identity (02/08/2023)

Digital platforms, particularly social media, serve not only as spaces for information sharing but also as mediums that support social connections and community building (Huang, 2014, p. 416). While some perspectives suggest that internet technology enables boundless freedom, creativity, and originality, digital productions, like all human actions, carry traces of the structures they inhabit. For instance, the production, sharing, and reception of internet memes rely on both complex cultural practices and the dynamics of technological mediation. Although these dynamics may appear decentralized and chaotic, meme creation necessitates the continuity of certain patterns through repetition and imitation (Nissenbaum & Shifman, 2017, p. 483). The *Barbenheimer* framework/pattern represents the display of personal preferences within the scope of self-presentation and through fundamental binary oppositions. In many meme examples, Barbie's vibrant pink color palette is combined with Oppenheimer's dark tones and images of nuclear explosions (Figures 5–6).

The rapid dynamics of memes and their potential to transcend context expand the boundaries of possible signifiers, particularly when combined with the possibilities of play and humor/jokes. As both a creative and liberating force, as well as sometimes a cruel and destructive one, play plays a significant role in shaping human experience (Schechner, 2013, p. 89). Today, our identities, which have taken on an algorithmic form, are inevitably subject to change, and the fluid nature of our digital selves lacks stability (Cheney-Lippold, 2017, p. 26). Our selves must be presented within the boundaries of play, but in forms that challenge those boundaries. The play exhibited on stage within dramaturgical contexts follows a set script, but it also advances through improvisations, carrying itself to new scenes. As a result, memes and the presentation of memory in the Goffmanian sense exist as actions and performances that are meaningful, culturally, and psychologically embedded in context, repeated but rewriting the rules of the game with each repetition. Indeed, *Barbenheimer* continues to transport the presentation of self from one stage to another through digital possibilities. In the case of *Barbenheimer*, memes with a certain level of interaction are being reproduced through these improvisations.

CONCLUSION

Internet memes, which consist of a small number of words or characters and images that can be reproduced by different users, are increasingly used in digital platforms and social networks. The concept of the 'meme' first emerged in the 1970s within a biological framework but, in accordance with its nature, rapidly expanded into cultural domains. Memes have evolved beyond merely serving as simple representations of users' humorous or ironic perspectives; they have become unique communication tools that reflect social and personal emotions and tendencies. Memes, whose etymological origin refers to 'imitated object or activity', have acquired unique characteristics such as their dissemination patterns and reproduction speed, and have become the subject of academic studies. The release of the fantasy comedy *Barbie* (2023), directed by Greta Gerwig and Noah Baumbach, and *Oppenheimer* (2023), based on Kai Bird and Martin J. Sherwin's Pulitzer Prize-winning biography *American Prometheus*, on the same day had an impact on digital platforms. Audience expressed

differing opinions on which film to prioritize or the ideal sequence in which to watch them. Beyond merely favoring one film over the other, this phenomenon introduced a sense of ‘indecisiveness’ and ‘in-betweenness’ into the audience experience. The term Barbenheimer, derived from the titles of both films, encapsulated this duality and evolved into a widely recognized global trend. The Barbenheimer phenomenon enabled cinema audiences to reframe their preferences and discussions about the films within an ironic and gamified narrative structure.

The Barbenheimer concept has emerged as both a mediator and a framework for digital self-presentation in social media discourse, particularly on Twitter (X). On the other hand, internet memes, especially within the context of popular culture, are often perceived as short-lived and ephemeral phenomena primarily associated with humor and entertainment. Existing academic studies on internet memes in social media have focused on analyzing their dissemination patterns over time by mapping their spread. However, these studies have largely overlooked the role of memes in the self-representation of content creators.

On the other hand, Erving Goffman's conceptualization of ‘the presentation of self’ developed at the end of the 1950s offers opportunities for new research with today’s technologies and the presence of individuals as representations established/constructed on networks. Goffman’s metaphor, which centers on theatrical performance, has been reinterpreted within the framework of digital platforms, where the concepts of stage and play have acquired new dimensions. Meme creators, while expressing their individual identities, simultaneously contribute to a collective cultural narrative, thereby constructing a structure in which personal and societal representations intertwine. This evolving structure allows for the continuous transformation of its rules, dynamics, and actions, while also enabling the emergence of new performative spaces that can themselves shift and adapt.

Our study approaches the Barbenheimer framework as a new medium for self-presentation, distinguishing it from existing academic research. Additionally, it examines how the state of binary opposition and in-betweenness is reproduced, particularly in visual contexts. Through a content analysis of 250 tweets containing the keyword Barbenheimer and a review of the emerging literature, this article analyzes the fluid and evolving nature of the relationship between internet memes, visual communication, and digital self-presentation. Individual contributions to reproduction are necessarily based on a generic text (e.g. ‘this is my Barbenheimer’) and visual form, even aesthetics (e.g. the contrast between pink and black in the case of Barbenheimer). To provide a background analysis of how the Barbenheimer framework was constructed, our study first focuses on both films and the dualities embedded within and propagated by them. Furthermore, it explores how these dualities manifest and to what extent they are represented on Twitter (X). For this purpose, a total of 250 tweets containing the term Barbenheimer were examined between July 2023 and December 2024. Binary oppositions and their associated thematic categories (such as cinema, music, politics, sports, and gaming) were identified and systematically categorized.

Within the scope of our analysis, 23 of the tweets containing the keyword Barbenheimer consisted only of text, words or sentences that responded to another tweet. Of the remaining 227 tweets, 162 consisted of photos and 65 consisted of videos. Among the 162 photographs, 112 were created by juxtaposing two distinct images, aligning with the nature of the *Barbenheimer* phenomenon. On the other hand, 50 photographs employed digital editing techniques on a single image to construct a dual narrative within a single visual composition.

An analysis of the categorization of 250 tweets containing the Barbenheimer keyword reveals that the vast majority of tweet content is related to cinema. Over time, new meme variations have emerged that extend beyond the binary opposition of Barbie (2023) and Oppenheimer (2023), incorporating comparisons between other films. This expansion indicates that the Barbenheimer trend has evolved

into a broader framework that reflects content creators' preferences, cinematic tastes, and ultimately, their self-presentation. In this context, the reproduction of a phenomenon like Barbenheimer across various domains (including fashion, music, politics, and sports) demonstrates the multifaceted nature of memes and their inherent adaptability.

The fluid nature of memes influences how individuals express their identities on digital platforms, allowing them to continuously reshape their personal performances and create new forms of play or stages. The emergence of the Glicked trend -sparked by the simultaneous release of *Gladiator II* (2024) and *Wicked* (2024)- can be seen as a reinvention of the Barbenheimer phenomenon, evolving into a new meme trend and a redefined digital stage. Enabled by technological affordances, digital selfhood serves as a mirror of the content creator's inner world and personal preferences.

Although produced under the same overarching theme and within the framework of binary oppositions, users have engaged with Barbenheimer memes in different ways. Some have shared memes that explicitly favor one side (e.g., one of the films), while others have emphasized the inability to choose between the two. Additionally, some memes have pushed the boundaries of the binary structure by introducing new creative interpretations. Barbenheimer represents the presentation of personal preferences within the context of self-presentation, framed through fundamental binary contrasts. Many meme examples visually juxtapose Barbie's vibrant pink color palette with Oppenheimer's dark tones and nuclear explosions, reinforcing the thematic opposition through aesthetic contrast.

The rapid dynamism of memes and their potential to transcend their original context, particularly when combined with the affordances of play and humor, expands the boundaries of possible signifiers. The inherent contradictions and oppositions within each film generate new possibilities for creativity and humor, enabling content creators to engage in a game within a game while enriching their self-presentation and personal narratives. Barbenheimer, in this sense, continues to facilitate the transition of self-presentation from one digital stage to another. As seen in the Barbenheimer phenomenon, memes with a certain level of engagement are repeatedly reinterpreted and reproduced through improvisational adaptations.

In conclusion, internet memes serve as a crucial cultural communication tool of the digital age, playing a significant role in the presentation of individual identities and the shaping of digitized social discourse. The Barbenheimer phenomenon provides a compelling example of how content creators represent themselves on digital platforms and how these representations integrate with broader cultural and social meanings. Future research can further explore the individual and societal impacts of memes, offering a more comprehensive analysis of the evolving dynamics of digital culture and emerging visual culture. In doing so, internet memes may become a central subject of academic discourse, recognized as a tool that influences meaning-making within the framework of digital self-presentation.

REFERENCES

- Abbas, S. Z. (2023). Oppenheimer's Dilemma: A Marxian Examination of Power Dynamics and Ethical Justifications in Nolan's Oppenheimer. *International Journal of Literature Studies*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.32996/ijts.2023.3.3.2>
- Akhther, N. (2017). (PDF) *Internet Memes as Form of Cultural Discourse: A Rhetorical Analysis on Facebook*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/sx6t7>
- Belk, R. W. (2014). The Extended Self Unbound. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 22(2), 133–137. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679220202>
- Birnbaum, M. (2008). *Taking Goffman on a Tour of Facebook: College Students and the Presentation of Self in a Mediated Digital Environment*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Taking-Goffman-on-a-Tour-of-Facebook%3A-College-and-a>
- Brubaker, R. (2020). Digital hyperconnectivity and the self. *Theory and Society*, 49(5), 771–801. <https://doi.org/10.1007/s11186-020-09405-1>



- Cheney-Lippold, J. (2017). *We Are Data: Algorithms and the Making of Our Digital Selves*. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1gk0941>
- Cover, R. (2016). *Digital Identities: Creating and Communicating the Online Self* (1st edition). Academic Press.
- Dawkins, R. (2007). *Gen Bencildir: The Selfish Gene*. TÜBİTAK Yayınları
- Díaz, C. (2013). *Defining and characterizing the concept of Internet Meme*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Defining-and-characterizing-the-concept-of-Internet->
- Goffman, E. (2016). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*.
- Guo, H., & Duan, Y. (2017). *Self-presentation Strategy of WeChat Users with Motives Impact on the Formation of Online Social Capital*. 236–240. <https://doi.org/10.2991/isbcd-17.2017.48>
- Hollenbaugh, E. E. (2024). (PDF) Self-Presentation in Social Media: Review and Research Opportunities. *ResearchGate*, 9, 80–98.
- Houghton, R., Murray, C. R. G., & O'Donoghue, A. (2024). Kenstituent power: An exploration of feminist constitutional change in Barbie. *Feminist Theory*, 25(4), 608–625. <https://doi.org/10.1177/14647001241291463>
- Huang, H. (2014). *Self-presentation Tactics in Social Media*. 416–421. <https://doi.org/10.2991/icss-14.2014.76>
- Ijsr, S. K., International Journal of Science and Research (IJSR). (n.d.). Crafting a Marketing Masterpiece: The Transformation of the Barbie Movie into an Iconic Brand and Cultural Sensation, IJSR, Call for Papers, Online Journal. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. Retrieved 6 January 2025, from <https://www.ijsr.net/>
- Joshi, S., Ilievski, F., & Luceri, L. (2024). *Contextualizing Internet Memes Across Social Media Platforms* (No. arXiv:2311.11157). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.11157>
- Khomami, N., Arts, N. K., & correspondent, culture. (2024, November 23). Glicked double bill may not match Barbenheimer buzz, experts say. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/film/2024/nov/23/glicked-double-bill-may-not-match-barbenheimer-buzz-experts-say>
- Kiela, D., Firooz, H., Mohan, A., Goswami, V., Singh, A., Ringshia, P., & Testuggine, D. (2021). *The Hateful Memes Challenge: Detecting Hate Speech in Multimodal Memes* (No. arXiv:2005.04790). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2005.04790>
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı. *The Journal of Academic Social Sciences*, 47(47), 480–485. <https://doi.org/10.16992/ASOS.12368>
- Ling, C., AbuHilal, I., Blackburn, J., Cristofaro, E. D., Zannettou, S., & Stringhini, G. (2021). *Dissecting the Meme Magic: Understanding Indicators of Virality in Image Memes* (No. arXiv:2101.06535). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2101.06535>
- Milosavljević, I. (2020). The Phenomenon of the Internet Memes as a Manifestation of Communication of Visual Society—Research of the Most Popular and the Most Common Types. *Media Studies and Applied Ethics*, 1(1), Article 1.
- Morva, O. (2016). Ben, Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine. İn *Dijital- Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler*. Kalkedon.
- Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2017). Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. *New Media & Society*, 19(4), 483–501. <https://doi.org/10.1177/1461444815609313>
- Orekh, E., Sergeyeva, O., & Bogomiagkova, E. (2016). Selfie phenomenon in the visual content of social media. *2016 International Conference on Information Society (i-Society)*, 116–119. <https://doi.org/10.1109/i-Society.2016.7854191>
- Roesler, C. (2008). The self in cyberspace. *Journal of Analytical Psychology*, 53(3), 421–436. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5922.2008.00735.x>
- Schechner, R. (2013). *Performance Studies: An Introduction*. Routledge & CRC Press. <https://www.routledge.com/Performance-Studies-An-Introduction/Schechner/p/book/9781138284562>
- Taşkın, H., & İnanç, A. S. (2024). Barbie Filmine Feminist Kuramlar Bağlamında Göstergebilimsel Bir Değerlendirme. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.59280/film.1476422>
- Tutar, C. (2019). *Dijitalleşen Dünyanın Gündelik Yaşam Aktivitelerinde Kendilik Kaygısının Yükselişi*. <https://www.academia.edu/40476843/>



- Xu, Q., Kim, E., & Guo, S. (2024). Digital selves: A cross-cultural examination of athlete social media self-presentation during the 2020 Tokyo Olympics. *International Review for the Sociology of Sport*, 59(5), 726–746. <https://doi.org/10.1177/10126902231224438>
- Zhao, S. (2005). The Digital Self: Through the Looking Glass of Telecopresent Others. *Symbolic Interaction*, 28(3), 387–405. <https://doi.org/10.1525/si.2005.28.3.387>



HOW DID THE MEDIA FRAME COP29?: TURKISH MAINSTREAM MEDIA & FOREIGN PRESS IN TURKISH

MEDYA COP29'U NASIL ÇERÇEVELEDİ?: TÜRKİYE ANA AKIM MEDYASI & TÜRKÇE DIŞ BASIN

Özge CENGİZ¹



ORCID: Ö.C. 0000-0002-3634-0731

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Özge Cengiz

Zonguldak Bülent Ecevit University, Türkiye

E-mail/E-posta: ozgeonenerk@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %5

Revision Requested/Revizyon talebi:

17.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Cengiz, Ö. (2025). How Did The Media Frame Cop29?: Turkish Mainstream Media & Foreign Press In Turkish. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 476-490. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1614990>

Abstract

This study examines how the Turkish mainstream media and Turkish foreign press frame Turkey's environmental policies in the context of the COP29 summit and how they address the differences in this process. The research reveals significant ideological differences in the news frames related to COP29 between the two media groups. From the Turkish mainstream media, Sabah and Hürriyet generally present the government officials' environmental policies and participation in COP29 in a positive light, while Cumhuriyet, Sözcü, and the Turkish foreign press adopt a more critical stance. Hürriyet and Sabah tend to link environmental policies with economic development and national success, whereas Cumhuriyet, Sözcü, and the foreign press highlight the insufficiency of these policies and their misalignment with global goals. The study also examines the differences in the sources used by both media groups. In Sabah and Hürriyet, official sources such as government representatives and the Ministry of Environment are predominantly featured, while in the foreign press, Cumhuriyet, and Sözcü, critical sources like independent experts and environmental organizations are more prominently used. Ultimately, this study reveals that the coverage of the COP29 process differs significantly between government-aligned mainstream media and opposition-leaning mainstream media as well as the Turkish foreign press, with each group employing distinct frames in their reporting.

Keywords: COP29, Climate Change, Turkish Mainstream Media, Turkish Foreign Press, Framing Theory.

Öz

Bu çalışma, COP29 zirvesi çerçevesinde Türkiye anaakım medyası ve Türkçe dış basının, Türkiye'nin çevre politikalarını nasıl çerçevelediğini ve bu süreçteki farklılıkları nasıl ele aldığını incelemektedir. Araştırma, iki medya grubunun COP29'a ilişkin haber çerçevelerinde belirgin ideolojik farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye anaakım medyasından Sabah ve Hürriyet, genellikle hükümet yetkililerinin çevre politikalarını ve COP29'daki katılımını olumlu bir çerçevede sunarken, ana akım medyadan Cumhuriyet ve Sözcü ile Türkçe dış basın daha eleştirel bir yaklaşım sergilemektedir. Hürriyet ve Sabah, çevre politikalarını ekonomik kalkınma ve ulusal başarıyla ilişkilendirirken, Cumhuriyet, Sözcü ve dış basın bu politikaların yetersizliğine ve küresel hedeflerle uyumsuzluğuna dikkat çekmektedir. Araştırma ayrıca, her iki medya grubunun kullandığı kaynaklar arasındaki farkları da ele almıştır. Sabah ve Hürriyet'te, hükümet yetkilileri ve çevre bakanlığı gibi resmi kaynaklar öne çıkarken, dış basın, Cumhuriyet ve Sözcü'de bağımsız uzmanlar ve çevre örgütleri gibi eleştirel kaynaklar daha fazla yer bulmaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, COP29 sürecinin hükümete yakın ana akım medya ile hükümete muhalif ana akım medya ile Türkçe dış basında farklı çerçevelerle işlendiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler: COP29, İklim Değişikliği, Türkçe Anaakım Medya, Türkçe Dış Basın, Çerçeveleme Teorisi.



INTRODUCTION

Industrialization and human activities have caused excessive emissions, triggering the climate crisis, which has worsened in the last century. This crisis leads to global warming, extreme weather, melting glaciers, rising sea levels, droughts, ocean acidification, biodiversity loss, pandemics, and migration. Solving the climate crisis requires collective, international action. Significant steps have been taken since the 1970s, including the creation of the UN Environment Programme (UNEP) and the establishment of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) in 1988. In 1992, the UN Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) was signed, addressing human-caused global warming. The Kyoto Protocol in 1997 set binding emission targets for developed countries, and the 2015 Paris Agreement aimed to limit global temperature rise to below 2°C, with efforts to keep it below 1.5°C. The agreement emphasizes financing, capacity building, and transparency for developing countries (UNFCCC, n.d.).

The Conference of the Parties (COP) is the highest decision-making body of the UNFCCC, reviewing national communications and emission inventories, and assessing the progress of climate change measures. The first COP was held in 1995, and subsequent conferences are hosted by different countries. The World Leaders' Climate Summit at COP29 in Baku, Azerbaijan, in November 2024, gathered heads of state from 80 countries (Rehimov, 2024). Turkey, which joined the UNFCCC in 2004, has a unique status with "special conditions" under COP decisions. These conditions shape Turkey's responsibilities in the climate fight differently from other countries (T.C. Dışişleri Bakanlığı, n.d.).

COP meetings raise awareness about climate change and influence policy both globally and in Turkey. The media plays a crucial role in communicating these processes to the public. However, the coverage and presentation of climate issues are often influenced by political and economic interests, limiting broader discussions on the crisis. This highlights the need for more critical, science-based, and participatory climate reporting in Turkey.

This study aims to analyze how the COP29 process has been covered in Turkey's mainstream media and international Turkish-language press, thereby contributing to an understanding of how global issues such as climate change are framed through media discourse. The selection of Turkey as the case study is based on its unique position in climate change policies, as it shares similarities with developing countries while simultaneously maintaining distinct diplomatic and economic relations with various actors in international climate negotiations. The originality of this research lies in its examination of COP29's media representations in both local and international contexts and its investigation of how different political, ideological, and institutional orientations influence news framing in climate journalism. The study examines coverage from Turkey's mainstream media, including *Hürriyet* and *Sabah* (pro-government), *Sözcü* and *Cumhuriyet* (oppositional), as well as international Turkish-language outlets such as *BBC Türkçe*, *Sputnik Türkiye*, and *Independent Türkçe*. These outlets were selected to enable a comparative analysis of how different ideological and institutional perspectives shape the framing of COP29. While *Hürriyet* and *Sabah* provide insight into how the Turkish government's climate policies and official discourse are represented, *Sözcü* and *Cumhuriyet* offer an opportunity to examine how news framing is constructed from an oppositional standpoint. Meanwhile, international sources such as *BBC Türkçe*, *Sputnik Türkiye*, and *Independent Türkçe* contribute to understanding how Turkey's role in COP29 and its climate policies are framed within a global context.

In this context, the study focuses on the following questions:

- Are there differences in the framing of COP29 news between Turkey's mainstream media and Turkish-language foreign press?

- Which sources are prominent in the framing of COP29 news by Turkey's mainstream media and Turkish-language foreign press?
- How are Turkey's environmental policies represented in the framing of COP29 news by Turkey's mainstream media and Turkish-language foreign press?

The primary objective of this study is to identify how the selected newspapers present COP29 coverage and to analyze how these reports differ in terms of ideological orientations and international perspectives. The climate crisis is not merely an environmental issue but also a global challenge with significant economic, political, and societal implications. In this regard, media representations play a crucial role in raising public awareness of the climate crisis and shaping policymakers' agendas. Specifically in Turkey, media portrayals are vital for both local and international audiences to comprehend the country's approach to climate change. This study aims to contribute to the existing literature on climate communication in Turkey and serve as a reference point for future research. To achieve this, it will first analyze the broader climate change process and the policies developed in Turkey to address climate change. Subsequently, it will examine the key characteristics of climate journalism, identifying the main focal points in the framing of climate-related news. Finally, it will analyze how COP29 has been covered in Turkey's mainstream media and international Turkish-language press.

CLIMATE CHANGE, COP29, AND TURKEY'S CLIMATE POLICIES

Climate change, which refers to long-term changes in temperatures and weather patterns, manifests itself through destructive factors such as "intense droughts, water scarcity, severe wildfires, rising sea levels, floods, melting polar ice caps, devastating storms, and decreasing biodiversity." These changes in temperature and weather can occur due to natural causes such as solar activity or large volcanic eruptions; indeed, such changes have occurred throughout Earth's history. However, since the 1800s, with the acceleration of industrialization, human urbanization, and the use of fossil fuels such as coal, oil, and gas, as well as the entry into a consumption-driven cycle, the greenhouse gas emissions generated by these activities trap heat, causing global warming. As a result of these activities, the average surface temperature of the Earth has increased by 1.2°C, and without intervention, it is expected to rise by up to 3.1°C by the end of the century (United Nations, n.d.)

Climate change not only causes environmental consequences but also creates profound impacts in various areas such as food security, health, economy, energy policies, and social inequalities. This situation disproportionately affects poor and vulnerable communities, particularly in developing countries, while also exacerbating health issues related to air pollution, waterborne diseases, and temperature-induced stress. Additionally, it places significant pressure on energy policies; the reduction of fossil fuel dependence and the transition to renewable energy are prompting new economic and political equilibrium searches between countries (IEA, 2020; IPCC, 2021; WHO, 2023).

Although climate change is a global issue, its impacts are not observed in the same way across all geographies, and some regions are in a more disadvantaged position. In this context, African countries, island nations, and the Mediterranean Basin are among the regions most affected by climate change (IPCC, 2023). Turkey, located in the Mediterranean Basin—one of the most at-risk regions for climate change (Giorgi, 2006; IPCC, 2021)—is expected to face various risks such as temperature increase, depletion of water resources, drought, extreme rainfall, forest fires, and rising sea levels (Kurnaz, 2023). It is anticipated that Turkey will experience water scarcity by 2030 (Kamshylin, n.d.) and that temperature increases will lead to a 4°C difference in winter and a 6°C difference in summer (iklimBU, 2019).

The effects of climate change, while unequal, impact all living (O'Brien & Leichenko, 2019, p. 42). Therefore, various international initiatives have been undertaken to prevent, slow down, or adapt to the effects of climate change. In this context, governments worldwide implement climate plans and strategies, hold environmental conferences, and civil society organizations and climate activists carry out various actions. Additionally, educational programs for the public are developed, and an informative process on climate change is conducted through the media. Among these efforts, the establishment of

the IPCC in 1988, the signing of the UN Framework Convention on Climate Change in 1992, the Kyoto Protocol in 1995, and the Paris Agreement in 2015 have all formed significant milestones in the global fight against climate change. The Paris Agreement, adopted at COP21 held in Paris in 2015, stands out as the first legally binding global agreement on climate change. Under this agreement, the aim is to keep the global average temperature rise below 1.5°C, enhance climate change adaptation, and ensure financial flows that are compatible with renewable energy and regulatory compliance (Hutton, 2022).

COP, which includes representatives from countries that have agreed to join and adhere to the UNFCCC, is a forum where new measures aimed at a fair, orderly, and equitable transition away from fossil fuels in energy systems are negotiated. These annual meetings, held to clarify objectives, reach agreements on rules, or follow binding agreements such as the Kyoto Protocol and the Paris Agreement, are attended by representatives from Africa, Asia, Eastern Europe, Latin America and the Caribbean, Western Europe, and Other States. During COP29, held from November 11-24, 2024, in Baku, Azerbaijan, delegations consisting of heads of state, climate experts, and negotiators gathered to agree on coordinated action to combat climate change. The key issues discussed this year included climate financing for disadvantaged countries, which have a greater potential to influence the effects of climate change relative to their contribution, emission reduction, adaptation strategies, and biodiversity conservation (CISL, 2024).

Turkey is among the 80 countries participating in COP29. Since the late 1980s, Turkey has developed various strategies and laws, such as the Environmental Law No. 2872, to adapt to the impacts of climate change. It ratified the Kyoto Protocol in 2009 and the Paris Agreement in 2016 (Keleş, 2023). However, Turkey holds a controversial position due to its greenhouse gas emissions and the energy categories it uses. From 1865 to 2020, Turkey emitted nearly 11 billion tons of carbon, ranking 26th among countries with the highest historical emissions (Kara-Kaşka, 2022). Additionally, Turkey's current carbon emissions situation complicates its position in international climate change mitigation policies. In the Climate Change Performance Index (CCPI) prepared by Germanwatch, Turkey ranked 53rd out of 63 countries as of 2023. The index notes that while Turkey's performance in renewable energy usage is "medium," its performance in greenhouse gas emissions, energy use, and climate policies is categorized as "low" (CCPI, 2024). Despite increasing investments in renewable energy, Turkey has been criticized for not taking sufficient steps to reduce its dependence on fossil fuels.

In its updated Nationally Determined Contribution (NDC) for 2023, Turkey stated that its greenhouse gas emissions will peak by 2038 and then begin to decline (İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023). However, this target has been criticized both nationally and internationally due to its insufficiency in the fight against climate change, the lack of short-term goals, and the absence of a clear roadmap for emissions reduction. Despite Turkey declaring a net-zero emissions target by 2053, uncertainties persist regarding concrete policies and investments to implement this target ("[COP29] Türkiye'nin iklim politikaları performansı bu yıl da 'düşük,'" 2024).

Although the roles of Turkey and other countries in the climate change process are addressed quantitatively through scientific data and meetings, and scientific evidence provides strong justifications for reducing greenhouse gas emissions, large-scale societal changes and actions cannot be achieved by science alone (O'Brien & Leichenko, 2019, p. 46). Therefore, in order to see the results of such binding agreements and processes on climate change, the media plays a significant role. However, how climate change news is framed in the media is a separate subject of investigation.

FRAMING CLIMATE NEWS

According to Entman, framing is defined as "selecting some aspects of a perceived reality and making them more salient in a communication text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation" (Entman, 1993). Framing is not limited to deciding which events are deemed newsworthy; it also involves deliberate choices about which elements of an event to emphasize, which aspects to overlook, and how to interpret them (Vliegthart, 2012). Therefore, framing reveals that media does not merely transmit information but also shapes how the public perceives and interprets events.

The way climate change news is framed significantly influences how the public perceives the issue and the direction in which they support political actions. By presenting climate change within a specific frame, the media can either highlight or constrain its connections to various domains such as the environment, economy, history, socio-economic structures, and demographic changes (Stecula & Merkley, 2019). Given that climate change is inherently interdisciplinary and complex, the frame selected in media representation determines how this complexity is simplified and made comprehensible. The decision to portray it as an environmental issue, an economic threat, or a political crisis directly impacts public awareness, attitudes, and actions regarding the matter. Therefore, framing strategies employed in news not only serve as a means of informing but also play a critical role as tools for shaping and guiding public perception and behavior.

Research on media framing of climate change emphasizes the importance of actors involved in the process. Boykoff and Boykoff's (2004) study highlights how early climate journalism balanced the perspectives of climate change believers and deniers. However, due to the rise of climate denialism, a shift occurred towards prioritizing scientific data and consensus. As a result, incorporating statements from political actors, civil society organizations, activists, citizens, journalists, and particularly scientific institutions has become crucial in framing climate change coverage.

Another notable aspect of framing is the selection of topics addressed. Climate change affects not only environmental issues such as extreme weather events, drought, global warming, ocean acidification, and biodiversity loss but also intersects with various elements like the economy, culture, and demographics. However, when framing climate news, treating topics such as migration, drought, wildfires, and economic inequalities as independent from climate change becomes a critical factor that alters the framing of the news.

Framing defines the scope and boundaries of a topic, but there is no consensus on how climate news is framed. Key classifications include Iyengar's (1996) episodic and thematic framing, where episodic framing focuses on specific events, while thematic framing presents a broader narrative. Boykoff (2008) proposed an issue-focused framing approach with five dimensions: ecological/meteorological (e.g., extreme weather), political-economic (e.g., political actors, economy), cultural and societal (e.g., activism, public health), scientific (e.g., studies, technologies), and general.

Another prominent framing approach in climate news is Nisbet's classification. Drawing from the works of Gamson and Modigliani (1989), Dahinden (2002), and Nisbet and Lewenstein (2002), Nisbet (2009) identified a range of frames and highlighted their applicability to climate news. These frames include:

- Social Progress, which encompasses processes of adapting to nature;
- Economic, addressing economic investments, market benefits or risks, and local, national, or international competition;
- Morality & Ethics, which approaches issues through definitions of right or wrong;
- Scientific & Technical Uncertainty, referring to the lack of consensus among experts;
- Pandora's Box, emphasizing the inevitability of catastrophic outcomes;
- Public Accountability, highlighting transparency in governance, participatory decision-making, and public responses;
- Middle Way & Alternative Path, combining contradictory or polarized viewpoints;
- Conflict & Strategy, focusing on disputes, gains, struggles, or losses among stakeholders;
- Unfair Burden, pointing to the inequity of expecting all countries to bear equal costs despite unequal responsibility for climate change; and
- Public Health, covering health issues caused by climate change.

These frames provide diverse lenses through which climate change issues can be communicated effectively (Nisbet, 2009).

Climate change, due to its complexity, is framed in various ways in the media, influencing public perception and political actions. Framing involves selecting events, emphasizing certain aspects, and shaping their interpretation and context. Studies show how media simplifies complex issues like climate change through framing strategies, including social progress, economic benefits, moral dimensions, scientific uncertainty, and health. These strategies not only inform but also shape public understanding and action. This study will analyze Nisbet's framing theory through COP29 news coverage in Turkish mainstream and foreign media.

In Turkey, there exists a determinist structure between the media and the government that operates in favor of the ruling power (Kılınç & Şeker, 2024). The government restricts the entire media landscape, including opposition outlets, through both structural regulations and punitive measures, aligning it with its own regime (Sönmez, 2015, pp. 96–98). The dominance of pro-government media conglomerates (*Demirören Group, Turkuvaz Media Group, Albayrak Group, Türk Media Group*) in the sector results in the prevalence of similar political narratives and a strong emphasis on supporting government policies (*Medya Sahipleri*, n.d.). Opposition media, which find themselves confined within a highly limited space within the mainstream landscape, attempt to offer a critical perspective on government policies but face constraints due to economic pressures and legal sanctions. In this context, international media outlets are expected to provide a more objective perspective on Turkey's policies by offering an external viewpoint.

METHODOLOGY AND FINDINGS

This study aims to analyze how the COP29 summit, held in Azerbaijan between November 11–24, 2024, was covered in Turkey's mainstream media and in international media outlets in languages other than Turkish. To evaluate the pre- and post-summit discussions, a total of 181 news articles published between October 1, 2024, and December 31, 2024, were descriptively analyzed using Nisbet's (2009) framing analysis. The sample included government-aligned Turkish mainstream media outlets *Hürriyet* and *Sabah*, opposition-oriented outlets *Sözcü* and *Cumhuriyet*, and non-Turkish outlets *BBC Türkçe*, *Sputnik*, and *Independent Türkçe*.

In addition to Nisbet's framing categories, the "scientific warning frame" was incorporated into the analysis. The rationale for including this frame lies in the limitations of the commonly employed "Pandora's Box" frame, which tends to emphasize apocalyptic scenarios and an irreversible future, often portraying the climate crisis as an unsolvable issue beyond individual or collective influence. In contrast, the scientific warning frame prioritizes content supported by scientific evidence, aiming to alert both the public and actors contributing to climate change in a way that highlights the possibility of mitigating its impacts. Therefore, this study extends beyond purely catastrophe-centered narratives by examining how solution-oriented and scientifically grounded news content is framed. Furthermore, content analysis (Yıldırım & Şimşek, 2013, pp. 259–260) was employed to conceptualize, organize, and identify themes in the data. This included analyzing the individuals, institutions, and organizations cited in the news, assessing whether Turkey's environmental policies were mentioned, and determining the tone of news coverage concerning Turkey's policies. The collected data were first read twice to create a coding framework, after which frequency and cross-tabulation analyses were conducted using IBM SPSS Statistics 22.

Table 1. Coding Scheme

FRAME	SIDES	SUBJECT	SOURCE	ENVIRONMENTAL POLICIES OF TURKEY	TONE
Social Progress	Turkey	Climate Finance	National Political Actor	Available	Positive
Economic	Azerbaijan	Climate Justice	International Political Actor	None	Negative
Morality/Ethics	Israel	Climate Crisis	NGO Representative & Activist		Neutral
Scientific Uncertainty	Turkey, Israel, Palestine	Ecological & Meteorological	Business Representative		
Pandora's Box	Azerbaijan, Armenia, USA, Russia	Health	Scientific Source		
Public Accountability	African Countries	Migration	Newspaper & Journalist		
Conflict & Strategy	Afghanistan	Energy	Other		
Unfair Burden	European Countries	Economy			
Scientific Warning	Turkey, Azerbaijan, UN	Zero Waste			
Public Health	Turkic Republics, Turkey	Environmental Destruction			
Multiframe	General	Environmental Awareness			
Undetermined	Other	Security			
		Adaptation			
		Multiple Subject			
		Other			

According to the findings, the majority of news (%81) related to the COP29 process was produced in November, the month when the COP29 summit took place. Looking at the distribution of news across newspapers, it is observed that the most news coverage related to COP29 was provided by *Sabah* (%27.1), while the least was by *BBC Türkçe* (%6.1). Following *Sabah*, the newspapers *Hürriyet* (%19.3), *Cumhuriyet* (%16), and *Sözcü* (%12.2) covered the most news; the Turkish-language foreign press falls below the 10% threshold. *Sputnik Türkiye* provided 9.9% of the COP29 news, while *Independent Türkçe* covered 9.4%. This can be explained by Turkey's participation in the COP29 summit with the third-largest delegation ("COP29 Delege Sayısında Türkiye 3. Sırada," 2024), following Azerbaijan and Brazil, with 1862 delegates, and the mainstream media's coverage of all these delegates' actions. The low news coverage percentage in Turkish-language foreign press, below 10%, is related to these outlets focusing on a broader global context while dedicating less space to Turkey-specific news.

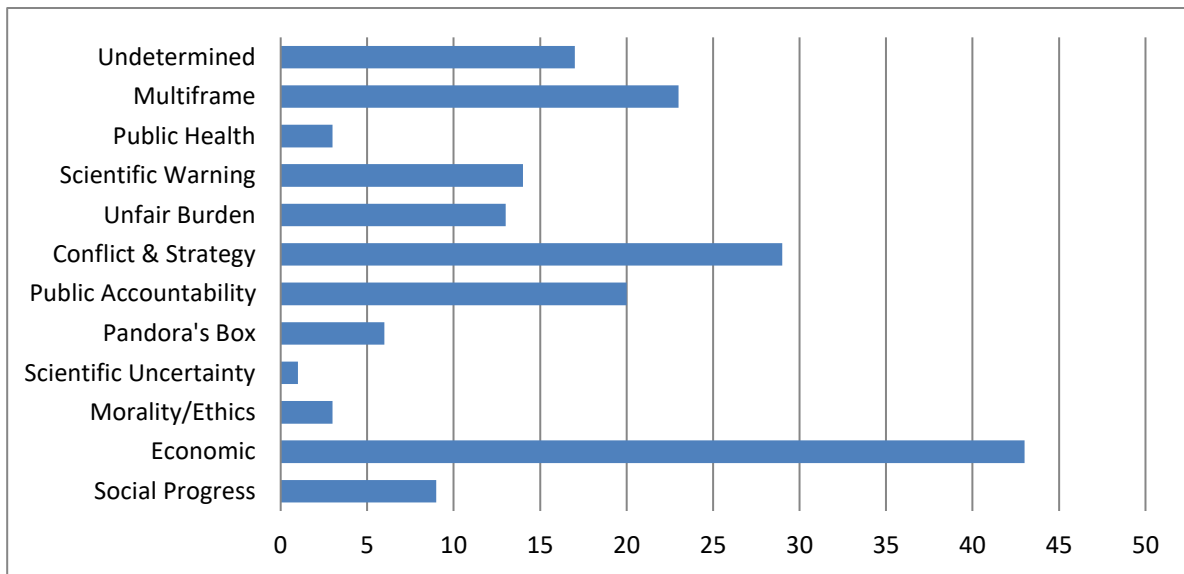


Figure 1. Distribution of Frames in COP29 News

The prominence of the economic frame in climate change news emerges through a strong emphasis on topics such as economic investments, market risks, and economic competition. In this context, renewable energy investments are frequently highlighted. For instance, Minister Bayraktar's statement, "At the forefront of these is renewable energy. In this field, where our country has significant potential, we recently announced an ambitious program for 2035," is often emphasized (AA, 2024). Within the conflict and strategy frame, the Israel-Palestine and Azerbaijan-Armenia conflicts are prominently featured, with their impacts on both the COP29 process and climate change being addressed. The frequent use of this frame may suggest that conflicts, wars, and various agreements have overshadowed the strategic moves of countries, parties, and actors during the COP29 process. Moreover, the frequent application of multiple frames indicates that climate change is being approached as a multidimensional issue.

Compared to these frames, the medium-frequency used frames include public accountability (11%), scientific warning (7.7%), and unfair burden (7.2%). The public accountability frame is constructed around the Turkish government's environmental policies, zero-waste achievements, and strides in the energy sector, with nearly all of this framing found in a positive tone regarding the Turkish government's environmental policies in the newspapers *Sabah* (70%), and *Hürriyet* (20%). The generally positive depiction of the Turkish government in these frames suggests a specific tendency in the media's framing strategies and reveals that the government's environmental policies are more likely to be supported by the media. The emphasis on policies such as the zero-waste project and strides in the energy sector demonstrates that the government is attempting to create a success story in environmental matters through media representation. Moreover, the fact that this framing is entirely positive in *Sabah*, and *Hürriyet* suggests that the media outlets do not exhibit a critical approach and that the news is lacking alternative perspectives.

Although the scientific warning frame is placed in the medium-frequency category overall, there is an imbalance in its usage distribution among the newspapers. While *Sabah* does not include the scientific warning frame at all, the newspaper that uses it the most (50%) is *Cumhuriyet*. For instance, *Cumhuriyet* incorporates scientific sources such as the International Union for Conservation of Nature's (IUCN) Red List of Threatened Species ("Araştırma," 2024), directing attention toward scientific findings and potential regulatory measures. This data suggests that the use of the scientific warning frame in climate change news varies among media outlets in Turkey and can be influenced by the ideological positioning of these outlets. *Cumhuriyet*'s high usage of the scientific warning frame can be attributed to its adoption of a more critical and science-based journalism approach. On the other hand, *Sabah*'s complete omission of this frame indicates a preference for a "softened" or "government-focused" language regarding

climate change, likely due to its pro-government editorial policy, and suggests that it overlooks the scientific dimension of climate change news.

Another topic addressed with moderate frequency is the unfair burden (7.2%). Issues such as the inequitable distribution of the burdens caused by climate change are raised in this frame. The two newspapers that focus most on this frame are *Cumhuriyet* (31%), and *BBC Türkçe* (31%), while *Sabah*, and *Hürriyet* have only included this frame within the context of economic, public accountability, and multiple frame usage. An example of this can be found in a report published by *BBC Türkçe* (*COP29 neden trilyon dolarlık iklim zirvesi olarak anılıyor?*, 2024), which emphasizes that wealthy countries bear a historical responsibility, while developing nations cannot cope with the burden of climate change without climate financing. Conversely, in an example from *Sabah* (*Türk dünyası devletleri arasında ortak çevre bildirgesi imzalandı! Bakan Kurum*, 2024), although the climate crisis is acknowledged as a burden on developing countries, Turkey is portrayed as a "pioneering" actor through its expressed desire for a fairer world. In this context, the issue of unjust burdens is framed within a populist narrative. This difference in the use of the unfair burden frame clearly reflects the ideological positioning of the newspapers and their news strategies targeting their respective audiences. *Cumhuriyet* and *BBC Türkçe* present a more critical and global perspective, while *Sabah*, and *Hürriyet* prefer to address climate change in a more limited manner within the frameworks of economic and public accountability.

The least emphasized frames within the news are social progress (5.0%), Pandora's Box (3.3%), morality and ethics (1.7%), public health (1.7%), and scientific uncertainty (0.6%). The low emphasis on social development and adaptation issues suggests that the focus of climate change coverage tends to be on its economic or strategic dimensions rather than its societal benefits. The rare use of disaster-based frames reflects media outlets' tendency to avoid more alarming and speculative news. The insufficient emphasis on morality/ethics and public health dimensions indicates that the human and value-based consequences of climate change are not sufficiently highlighted in the public discourse. The frame of scientific uncertainty, which holds the lowest proportion, demonstrates that the news is generally constructed based on scientific consensus, and an attempt is being made to create a perception of reliability regarding this issue.

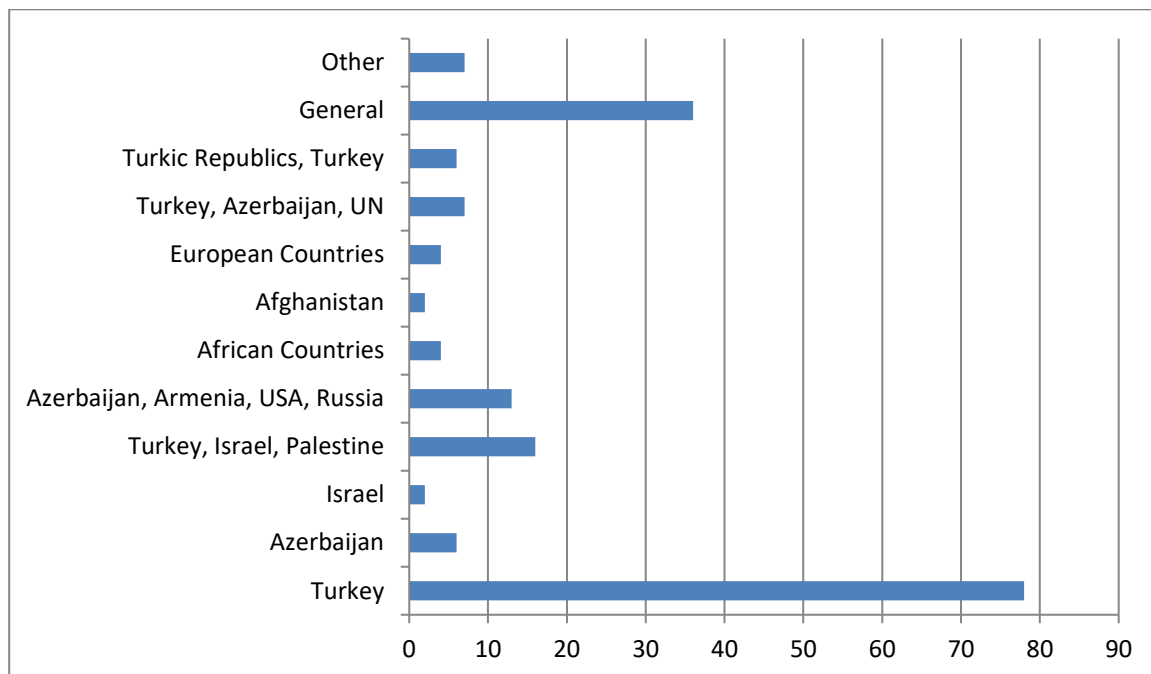


Figure 2. Distribution of sides in COP29 news

As seen in Figure 2, the party most prominently featured in the news was Turkey (43.1%), indicating that Turkey's national policies and positions on climate change were strongly reflected in the coverage.

The significant proportion of content categorized as neutral or not associated with any specific country (19.9%) suggests that some of the news was framed globally or in a general context. Frames involving multiple parties, such as Turkey + Israel + Palestine (8.8%), show that conflict dynamics were linked to climate change in the news. In this context, especially with the rhetoric of President Erdoğan, the attacks by Israel on Gaza were discussed, highlighting the devastation and environmental damage caused in the region, including chemical leaks (Usta, 2024). In news involving Azerbaijan, Armenia, the USA, and Russia, the conflict between Azerbaijan and Armenia, as well as the policies and responses of the USA and Russia, were emphasized. These news stories were not directly related to climate change but focused on Azerbaijan's policies, particularly regarding its role as the host of COP29. Specifically, Azerbaijan's hosting of COP29 was criticized in some reports (“COP29 İklim Zirvesi’nin ev sahibi Aliyev,” 2024) for the country’s dependence on fossil fuels. These criticisms were primarily found in alternative media outlets, such as *BBC Türkçe* and *Independent Turkish*, while mainstream Turkish media did not give much space to these criticisms. Instead, mainstream media presented the COP29 summit as a proud event showcasing the environmental sensitivity of the Turkish world (“Emine Erdoğan, COP29’da BM Genel Sekreteri Guterres ile Görüştü - Son Dakika Flaş Haberler,” 2024), highlighting the message that the Turkish people are an environmentally conscious nation.

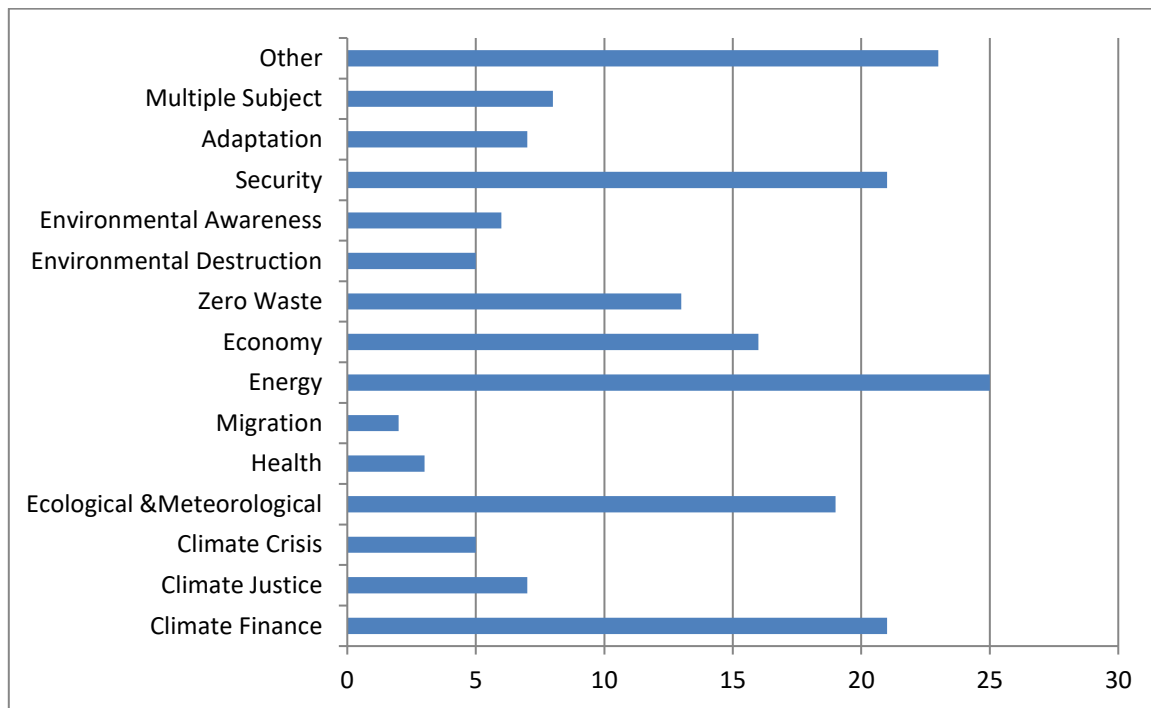


Figure 3. Distribution of Topics in COP29 News

When examining the topics covered in the news, as shown in Figure 3, it is observed that the most frequently framed topics are renewable energy, climate finance, and security. This indicates a strong focus on the role of the energy sector and financial resources in combating climate change. The energy topic includes important issues such as the transition from fossil fuels to renewable energy and energy efficiency. In this context, Turkey's advances in energy and the statements of Energy Minister Alparslan Bakraktar are prominently highlighted (AA, 2024). Climate finance addresses financial aid to developing countries, green investments, and economic mechanisms such as carbon credits. Among the issues discussed during the COP29 process, climate finance is one of the primary topics, so it can be said that the importance given to this issue in the newspapers is well-placed.

The topic of security is mainly emphasized due to the conflicts between Israel-Palestine-Turkey and Armenia-Azerbaijan. Turkey's criticism of Israel's attacks on Palestine and its refusal to allow Israeli President Herzog to use its airspace to attend COP29 has emerged as a significant security issue during this process. Similarly, the peace agreement expected to be signed between Armenia and Azerbaijan,

along with the tensions it has caused, is frequently encountered in the news. Among the topics most frequently emphasized, zero waste stands out. In this context, the activities of First Lady Emine Erdoğan in the zero waste process have been highlighted, and Turkey's environmental policies have been presented in a positive tone. Indeed, only the newspapers *Sabah* (54%), *Hürriyet* (38%), and *Sözcü* (8%) have covered the issue of zero waste. This situation shows that especially *Sabah* and *Hürriyet* newspapers have adopted a supportive approach toward Turkey's environmental policies, aiming to emphasize Turkey's positive progress in the environmental field by focusing on the zero waste project.

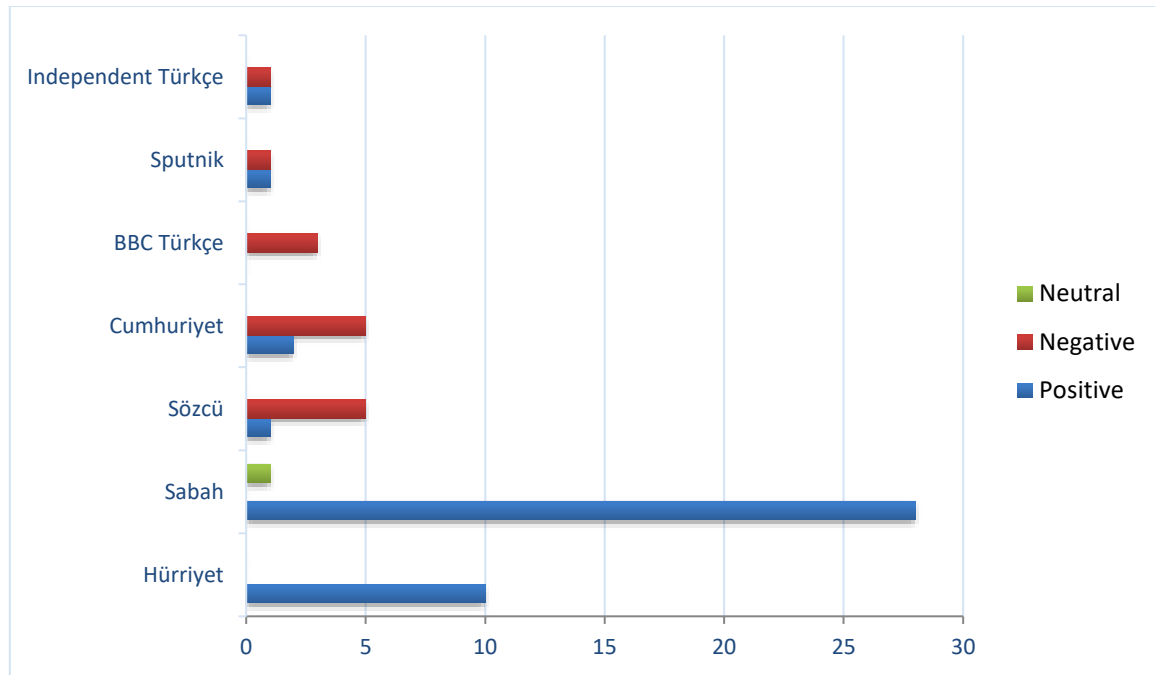


Figure 4. Newspapers' Approaches to Turkey's Environmental Policies

32.6% of the news articles framing COP29 also addressed Turkey's environmental policies. When examining the tone of these articles, it was found that 72% were positive, 25% were negative, and 3% were neutral. Looking at the distribution of these articles across newspapers, as shown in Figure 4, *Sabah* is clearly leading in providing a positive tone regarding Turkey's environmental policies. *Hürriyet* follows, and in this newspaper, Turkey's environmental policies, particularly on zero waste and renewable energy, are conveyed in a positive light. This trend can be explained by the newspapers' proximity to the government and, furthermore, can be interpreted as an effort to remind readers of the environmental policies Turkey has implemented thus far and to highlight their international recognition, rather than discussing the COP29 process itself. Additionally, these types of news articles serve to reinforce national success and the legitimacy of policies, pushing the global context of COP29 to the background.

In *Cumhuriyet* and *Sözcü*, Turkey's environmental policies have not been given much coverage; the news that has been presented has conveyed these policies in a critical tone. The criticisms of these policies include the uncertainty of the coal phase-out policy (Anter, 2024), the continuation of subsidies for fossil fuels (Ceylan, 2024), and Turkey's participation in the COP29 process with a large delegation, leading to waste and a carbon footprint (Gülen, 2024). Similarly, *BBC Türkçe*'s criticism of Turkey's environmental policies is related to the lack of a plan for phasing out coal, which was not mentioned during the COP29 process ("Türkiye iklim yol haritasını paylaştı, 2053'e kadar 'net sıfır' gerçekçi mi?," 2024).

These different frames reveal that the tone of news in Turkish media is shaped by ideological and institutional inclinations. Media outlets close to the government present environmental policies as national successes, while opposition and independent media emphasize that these policies are not

aligned with global goals and are insufficient. This situation indicates that the COP29 process and environmental policies in Turkey have been covered in a highly polarized manner in the media.

CONCLUSION

This study examined how mainstream Turkish media and Turkish-language foreign press framed environmental policies in the context of the COP29 summit and how they reflected the differences in this process. The findings reveal that Turkey's participation in the COP29 process and its environmental policies were addressed in different ways, influenced by the ideological differences and media strategies between mainstream media and Turkish-language foreign press.

The media sector in Turkey is largely concentrated in the hands of pro-government corporate groups, which significantly influences news content. The research has revealed that there are distinct differences in the news frames of mainstream Turkish media and Turkish-language foreign press regarding COP29. The news in mainstream Turkish media generally adopts a positive tone, focusing on Turkey's progress and successes in environmental policies. In particular, news related to Turkey's zero waste projects and renewable energy investments is prominent in newspapers like *Hürriyet* and *Sabah*. In these reports, Turkey's environmental policies and participation in COP29 are primarily presented as achievements of the government and are often linked to economic development. The economic frame has been the most commonly used approach in these reports.

In contrast, the Turkish-language foreign press, particularly outlets like *BBC Türkçe*, tends to adopt a more global perspective in their reporting. In foreign press outlets, the overall framework of the COP29 summit and the global climate change struggle are emphasized, with Turkey's role in this context being addressed from a more critical perspective. The foreign press has highlighted the challenges Turkey faces in aligning with global climate change goals. In this regard, conflict and strategy frames have emerged, with an emphasis on Turkey's misalignment with global targets.

Media ownership structures and editorial independence are among the primary factors driving these framing differences. Since mainstream media outlets in Turkey are largely controlled by pro-government business figures, they tend to reinforce official narratives and government policies. These outlets primarily rely on sources from government officials and institutions such as the Ministry of Environment, Urbanization, and Climate Change. In contrast, opposition media and Turkish-language foreign press take a more critical approach to environmental policies and make comparisons with international standards. The foreign press, with more critical voices, emphasizes Turkey's shortcomings in addressing climate change.

The news articles in *Sabah* and *Hürriyet* generally present Turkey's environmental policies as a success story. These media outlets frame the government's environmental policies and participation in COP29 as the result of environmentally conscious projects and investments. Topics such as zero-waste projects and developments in the energy sector are portrayed as Turkey's positive contributions to the environment. In this context, presenting environmental policies in connection with economic development and national success aligns with the ideological stance of most media outlets. In contrast, *Cumhuriyet*, *Sözcü*, and the Turkish foreign press place a stronger emphasis on criticisms of Turkey's environmental policies. In these media, the inadequacy of Turkey's environmental policies and their inconsistency with global targets are frequently highlighted. The challenges Turkey faces in fully aligning with the Paris Climate Agreement form the basis for these critiques. Additionally, the foreign press has reported on efforts to generate public support for Turkey taking more steps in combating climate change.

This study reveals that there are significant differences in the coverage of the COP29 summit between Turkey's mainstream media and Turkish-language foreign press. While the mainstream media in Turkey generally presents environmental policies in a positive frame, the Turkish-language foreign press adopts a more critical perspective towards these policies. The sources used by both media outlets reflect these framing differences: the mainstream media in Turkey tends to rely on official sources and individuals close to the government, whereas the Turkish-language foreign press prefers more independent and critical sources. Turkey's environmental policies have been presented as a success in mainstream media, while in foreign press, they have been addressed in terms of inadequacy and inconsistency. This situation demonstrates that the ideological tendencies of media outlets play a decisive role in shaping the perception of environmental policies and influencing public awareness.

REFERENCES

- AA. (2024, November 13). Bakan Bayraktar: Yeni bir çalışma hazırlıyoruz. *Sabah*.
<https://www.sabah.com.tr/ekonomi/bakan-bayraktar-iklim-degisikligiyle-mucadelede-atilan-adimlari-anlatti-7155688>
- Anter, Y. (2024, November 11). İklim STK'ları: Türkiye kömürden kademeli çıkış kararı almalı. *Sözcü*.
<https://www.sozcu.com.tr/iklim-stk-lari-turkiye-komurden-kademeli-cikis-karari-almali-p103526>
- Araştırma: Mercanların yarısı yok olma tehlikesiyle karşı karşıya. (2024, November 13). *Cumhuriyet*.
<https://www.cumhuriyet.com.tr/dunya/arastirma-mercanlarin-yarisi-yok-olma-tehlikesiyle-karsi-karsiya-2268181>
- Boykoff, M. T. (2008). The cultural politics of climate change discourse in UK tabloids. *Political Geography*, 27(5), 549–569. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2008.05.002>
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125–136.
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>
- CCPI. (2024). *Turkey – Climate Performance Ranking 2025 / Climate Change Performance Index*.
<https://ccpi.org/country/tur/>
- Ceylan. (2024, December 11). Bankalar ne kadar çevreci? *Cumhuriyet*.
<https://www.cumhuriyet.com.tr/cumhuriyet-pazar/bankalar-ne-kadar-cevreci-2277094>
- CISL. (2024). *COP29 – Azerbaijan, 11-24 November 2024 / Cambridge Institute for Sustainability Leadership (CISL)*. <https://www.cisl.cam.ac.uk/cop-climate-change-conference/cop29-azerbaijan-11-24-november-2024>
- COP29 Delege Sayısında Türkiye 3. Sırada. (2024, November 15). *İklim Haber*.
<https://www.iklimhaber.org/cop29-delege-sayisinda-turkiye-3-sirada/>
- COP29 İklim Zirvesi'nin ev sahibi Aliyev: “Petrol ve gaz bize Allah'ın lütfu.” (2024, November 12). *BBC News Türkçe*. <https://www.bbc.com/turkce/articles/c207k76v0meo>
- COP29 neden trilyon dolarlık iklim zirvesi olarak anılıyor? (2024, November 13). *BBC News Türkçe*.
<https://www.bbc.com/turkce/articles/crez xenwxzno>
- [COP29] Türkiye'nin iklim politikaları performansı bu yıl da “düşük.” (2024, November 20). *Yeşil Gazete*.
<https://yesilgazete.org/cop29-turkiyenin-iklim-politikalari-performansi-bu-yil-da-dusuk/>
- Dahinden, U. (2002). Biotechnology in Switzerland: Frames in a Heated Debate. *Science Communication*, 24(2), 184–197. <https://doi.org/10.1177/107554702237844>
- Emine Erdoğan, COP29'da BM Genel Sekreteri Guterres ile görüştü—Son Dakika Flaş Haberler. (2024, November 21). *Hürriyet*. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/emine-erdogan-cop29da-bm-genel-sekreteri-guterres-ile-gorustu-42590167>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
- Giorgi. (2006). Climate change hot-spots. *Geophysical Research Letters*, 33.



- <https://doi.org/10.1029/2006GL025734>
- Gülen, A. (2024, November 25). Almanlar bile çevre için yapılan israfa isyan etti. *Sözcü*. <https://www.sozcu.com.tr/almanlar-bile-cevre-icin-yapilan-israfa-isyan-etti-p107425>
- Hutton, H. (2022, October 13). *What is COP?* [Text]. <https://www.cisl.cam.ac.uk/cop-climate-change-conference>
- İklim Değişikliği Başkanlığı. (2023, April 13). *Güncellenmiş Birinci Ulusal Katkı Beyanı sunuldu*. <https://www.iklim.gov.tr/guncellenmis-birinci-ulusal-katki-beyani-sunuldu-haber-1139>
- iklimBU. (2019). *İklim Değişikliğinin Türkiye'ye Etkileri*. <https://climatechange.bogazici.edu.tr/iklim-degisikliginin-turkiyeye-etkileri/>
- IEA. (2020, October 13). *World Energy Outlook 2020 – Analysis—IEA*. <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2020>
- IPCC. (2021). *Sixth Assessment Report*. <https://www.ipcc.ch/assessment-report/ar6/>
- IPCC. (2023). *AR6 Synthesis Report: Climate Change 2023*. <https://www.ipcc.ch/report/sixth-assessment-report-cycle/>
- Iyengar, S. (1996). Framing Responsibility for Political Issues. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546, 59–70.
- Kamshylin, S. (n.d.). *Towards a Greener and More Resilient Türkiye*. World Bank. Retrieved December 21, 2024, from <https://www.worldbank.org/en/country/turkey/brief/towards-a-greener-and-more-resilient-turkiye>
- Kara-Kaşka, M. (2022, March 31). İklim krizi: Türkiye'nin sera gazı salımları diğer ülkelere kıyasla ne durumda? *BBC News Türkçe*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60939869>
- Keleş, R. (2023). DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ÇEVRE POLİTİKALARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 2(3), Article 3.
- Kılınç, E. P., & Şeker, M. (2024). Eleştirel Ekonomi Politik Bağlamında Türkiye'de Medya İşletmeciliğinin Yapısal Dönüşümü Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 44, Article 44. <https://doi.org/10.31123/akil.1428206>
- Kurnaz, M. L. (2023). İklim Değişikliği ve Uyum Süreçlerinde Türkiye. *Resilience*, 7(1), 199–208. <https://doi.org/10.32569/resilience.1312684>
- Medya Sahipleri. (n.d.). Media Ownership Monitor. Retrieved February 19, 2025, from <https://turkey.mom-gmr.org/tr/medya-sahipleri/>
- Nisbet, M. C. (2009). Communicating Climate Change: Why Frames Matter for Public Engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12–23. <https://doi.org/10.3200/ENV.51.2.12-23>
- Nisbet, M. C., & Lewenstein, B. V. (2002). Biotechnology and the American Media: The Policy Process and the Elite Press, 1970 to 1999. *Science Communication*, 23(4). <https://doi.org/10.1177/107554700202300401>
- O'Brien, K., & Leichenko, R. (2019). *Climate and Society: Transforming the Future*. Polity.
- Rehimov, R. (2024, November 23). *Türkiye, Azerbaycan'da düzenlenen COP29'a üst düzey katılım sağladı*. Yeşilhat. <https://www.aa.com.tr/tr/yesilhat/iklim-degisikligi/turkiye-azerbaycanda-duzenlenen-cop29a-ust-duzey-katilim-sagladi/1824765>
- Sönmez, M. (2015). Dünden Bugüne Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası. In *Medya ve İktidar*. Evrensel Basım ve Yayın.
- Stecula, D. A., & Merkley, E. (2019). Framing Climate Change: Economics, Ideology, and Uncertainty in American News Media Content From 1988 to 2014. *Commun.*, 4(6). <https://doi.org/10.3389/fcomm.2019.00006>
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (n.d.). *İklim Değişikliğiyle Mücadelenin Önemi*. Retrieved January 5, 2025, from <https://www.mfa.gov.tr/iklim-degisikligiyle-mucadelenin-onemi.tr.mfa>
- Türk dünyası devletleri arasında ortak çevre bildirgesi imzalandı! Bakan Kurum: Türkiye kardeşlerine her türlü desteği verecektir*. (2024, November 14). Sabah. <https://www.sabah.com.tr/gundem/2024/11/14/turk-dunyasi-devletleri-arasinda-ortak-cevre-bildirgesi-imzalandi-bakan-kurum-turkiye-kardeslerine-her-turlu-destegi-verecektir>
- Türkiye iklim yol haritasını paylaştı, 2053'e kadar “net sıfır” gerçekçi mi? (2024, November 11). *BBC News Türkçe*. <https://www.bbc.com/turkce/articles/cjw092p83560>
- UNFCCC. (n.d.). *The Paris Agreement*. Retrieved December 18, 2024, from <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>



- United Nations. (n.d.). *What Is Climate Change?* United Nations; United Nations. Retrieved January 5, 2025, from <https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>
- Usta, B. (2024, November 17). Herzog’a Türkiye’den hava sahası vetosu: Ankara COP 29 için hava sahası kullanımına izin vermedi. *Sabah*. <https://www.sabah.com.tr/gundem/2024/11/17/herzoga-turkiyeden-hava-sahasi-vetosu-ankara-cop-29-icin-hava-sahasi-kullanimina-izin-vermedi>
- Vliegthart, R. (2012). Framing in Mass Communication Research – An Overview and Assessment. *Sociology Compass*, 6(12), 937–948. <https://doi.org/10.1111/soc4.12003>
- WHO. (2023, October 12). *Climate change*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/climate-change-and-health>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. <https://www.seckin.com.tr/kitap/176755156>





ART MUSEUM ARCHITECTURE AS DISCOURSE: DIFFERENTIATING INSTITUTIONAL IDENTITIES IN ISTANBUL

BİR SÖYLEM OLARAK SANAT MÜZESİ MİMARLIĞI: İSTANBUL'DA KURUMSAL KİMLİKLERİN AYRIŞTIRILMASI

Ezgi ÇİÇEK¹
Zeynep CEYLANLI²



ORCID: E.Ç. 0000-0002-2825-6556
Z.C. 0000-0002-0564-3596

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Ezgi Çiçek
Özyeğin University, Türkiye
E-mail/E-posta: ezgi.cicek@ozyegin.edu.tr

² Zeynep Ceylanlı
Özyeğin University, Türkiye
E-mail/E-posta: zeynep.ceylanli@ozyegin.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %9

Revision Requested/Revizyon talebi:
03.03.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
11.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır

Citation/Atf: Çiçek, E. & Ceylanlı, Z. (2025). Art Museum Architecture As Discourse: Differentiating Institutional Identities In Istanbul. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 491-512.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614995>

Abstract

This study examines how three newly built art museums in Istanbul differentiate themselves through architectural discourse to reflect their institutional identities. The study highlights their negotiated place within Istanbul's cultural landscape by analyzing architectural narratives. Architecture actively constructs institutional identity and shapes visitor experiences rather than serving as a neutral container for art. A comparative analysis of architectural features and design strategies reveals that while all three museums emphasize transparency, accessibility, and public engagement, their architectural narratives diverge based on institutional structures. Istanbul Museum of Painting and Sculpture, a state museum under Mimar Sinan Fine Arts University, emphasizes urban memory and adaptive reuse to preserve Türkiye's artistic heritage. Istanbul Modern, supported by the Eczacıbaşı Group, presents itself as Turkey's first modern art museum, using transparency and site-specific design to connect with the urban landscape. Arter, backed by the Koç Group, defines itself as a cultural platform focused on inclusivity, permeability, and integration with the Dolapdere neighborhood. This study uses a qualitative comparative analysis method that includes content analysis of publications, interviews, press materials, architectural drawings and field observations to identify commonalities and differences in architectural discourse and uncover the rationales behind these choices.

Keywords: Art Museum Architecture, Institutional Identity, Architectural Discourse, Architectural Representation.

Öz

Bu çalışma, İstanbul'da yeni inşa edilen üç sanat müzesinin kurumsal kimliklerini yansıtmak için mimari söylem aracılığıyla kendilerini nasıl farklılaştırdıklarını incelemektedir. Çalışma, mimari anlatıları analiz ederek İstanbul'un kültürel manzarasındaki müzakere edilmiş yerlerini ortaya koymaktadır. Mimarlık, sanatı barındıran nötr bir yapı olmaktan öte, aktif olarak kurumsal kimlik inşa eder ve ziyaretçi deneyimlerini şekillendirir. Mimari özelliklerinin ve tasarım stratejilerinin karşılaştırmalı analizi, üç müzenin de şeffaflık, erişilebilirlik ve kamusal katılımı vurgulamasına rağmen mimari anlatılarının kurumsal yapılara dayalı olarak farklılaştığını ortaya koymaktadır. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'ne bağlı bir devlet müzesi olan İstanbul Resim ve Heykel Müzesi, Türkiye'nin sanatsal mirasını korumak için kentsel hafızayı ve uyarlanabilir yeniden kullanımı vurgulamaktadır. Eczacıbaşı Grubu tarafından desteklenen İstanbul Modern, Türkiye'nin ilk modern sanat müzesi olarak şeffaflık ve mekâna özgü tasarım kullanarak kent dokusuyla bağ kurmaktadır. Koç Grubu tarafından desteklenen Arter ise kapsayıcılık, geçirgenlik ve Dolapdere semtiyle bütünleşmeye odaklanan bir kültürel platform olarak kendini tanımlamaktadır. Bu çalışma, yayınlar, röportajlar, basın materyalleri, mimari çizimler ve saha gözlemlerinin içerik analizini içeren nitel karşılaştırmalı analiz yöntemi kullanmaktadır. Çalışma, mimari söylemdeki ortaklıkları ve farklılıkları belirleyerek bu tercihlerin ardındaki gerekçeleri ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanat Müzesi Mimarisi, Kurumsal Kimlik, Mimarlık Söylemi, Mimarlık Temsili.



INTRODUCTION

The architecture of art museums has become a competitive element today. The museums compete in terms of architectural design, aesthetic appeal, and the ability to redefine the museum experience. While museums used to focus on studying and preserving art, today, they have become multifaceted spaces that appeal to different audiences' diverse needs and expectations (Verhagen, 2021). At the same time, museum architecture is not just a passive background but a strategic tool institutions use to assert authority and strengthen their cultural position (Jones & MacLeod, 2016). Whether affiliated with a government institution or a private company, museum architecture reflects and reinforces the institution's broader strategic position. In her work, *Privatizing Culture*, Wu (2002) discusses how companies and institutions strategically use art and architecture for self-promotion, often reinforcing existing power structures. Through the example of the Guggenheim Bilbao, Wu critically examines how the Basque government leveraged museum architecture to rebrand the region while questioning whether the museum itself acts as *"a modern Iberian outpost of American artistic colonialism."* (p. 289). This illustrates how museum architecture can serve both as a tool for local identity-building and as a mechanism for cultural dominance on a global scale. Thus, institutions aim to foster more robust public engagement through a compelling architectural experience. However, it would be an oversimplification to attribute this solely to architectural design. Sharon Macdonald (2006, p. 220) describes the museum as an *"intricate dance between context, content, space, and visitors that is choreographed via architecture,"* underscoring the complex interplay between physical space and many other actors. In addition, the intentions and values expressed through a museum's architecture are crucial to understanding museums. Jones and MacLeod (2016) emphasize that museum architecture plays a central role in *"claims-making about the social world"* (p. 208), shaping public perception and influencing how institutional narratives are communicated.

The relationship between museum architecture, institutional identity, and urban transformation has been the subject of several studies, particularly in cities with growing cultural sectors like Los Angeles. In her research, Behner (2003) highlighted how contemporary art museums in Los Angeles utilize architecture to express their institutional identities and claim their cultural positions. Similarly, Federman (2013) criticizes the assumed neutrality of museums. She argues that their spatial arrangements reflect power structures and ideological constructs. These studies show that museum architecture shapes cultural hierarchies, visitor engagement, and urban representation within a city's broader cultural landscape. Yet, despite the increasing importance of art museums in Istanbul, comparative studies analyzing their architectural discourse appear to be scarce. This study aims to contribute to a broader understanding of how museum architecture functions as a discursive and strategic tool by examining how leading contemporary museums in Istanbul construct their institutional narratives through architectural design.

Since the early 2000s, Istanbul has become active in contemporary and modern art museology, with institutions such as Arter, IMPS, and IMM playing a key role. Despite this rapid institutional expansion, these museums' architectural narratives and spatial strategies remain understudied in a comparative framework. As Istanbul gains importance as a cultural center, it becomes increasingly important to understand how its museums differ architecturally, as it is used as a language to *"recognize and affirm some identities, and omits to recognize and affirm others."* (Macdonald, 2006, p. 4).

This study addresses this gap and questions how these institutions use architectural design to differentiate their institutional identities. As exploring this question, it examines the specific architectural elements each museum emphasizes, from transparency and spatial fluidity to urban integration. It analyzes how these choices contribute to each museum's unique narrative. While investigating where these institutions' architectural strategies overlap -particularly in their shared goals of accessibility, public engagement, and community integration, it compares their architectural discourse. In doing so, it provides a deeper understanding of how contemporary museum architecture in Istanbul actively constructs institutional identity and mediates audience interaction within a rapidly evolving cultural landscape.

Architectural historian Spiro Kostof (1995, p. 7) highlights the inherently social nature of architecture, stating: *"...the identity of the patrons, particulars about the motivation for the buildings commissioned,*

the identity and careers of the architects, the nature of the materials of construction and their provenance, matters of finance, and so on... It is a social act - social both in method and purpose." This perspective emphasizes how architectural design reflects broader social, economic, and institutional dynamics. Building on this, Duman (2022) describes architectural practice as a social process originating from micro-level relationships and practices while influencing and being influenced by macro-level dynamics such as society, technology, and economic structures.

If all buildings are social acts, museums, due to their *raison d'être*, are undeniably social endeavors. As Behner (2003, p. 1) notes, museums are *"important examples of the intentional use of architecture for the representation of broad cultural ideals."* These ideals are shaped by their physical location, the institutions' narratives, and their connection to the surrounding community. These frameworks are particularly relevant for museums, where institutional goals inform architectural choices and actively shape public perceptions, societal roles, and the museum's cultural narrative.

While the reciprocity of the relationships directly shapes the museum's purpose, it also shapes the architecture of the museum. Whether a museum is a national museum funded by the government or a private museum funded by corporate entities, the museum's architecture inherently reflects the values and goals of its funding sources, shaping its public image and determining the experiences and demographics it aims to attract. As a result, architecture becomes a physical manifestation of a museum's narrative and mission, reflecting its ethos and aspirations. Understanding whether the architecture in an art museum network is successfully achieving its intended goals or fulfilling its specific roles will not be sufficient to examine the physicality of the architecture alone, as architecture affects and is affected by the social context (Reichmann & Müller, 2015). Therefore, the discourses of institutions should also be examined, and the manifestation of these discourses within architecture should be discussed¹.

METHOD

A multi-layered methodological approach was adopted in this study (figure 1). This approach addresses a complex issue, such as the expression of institutional identities of three art museums through architectural discourse in a more nuanced manner.

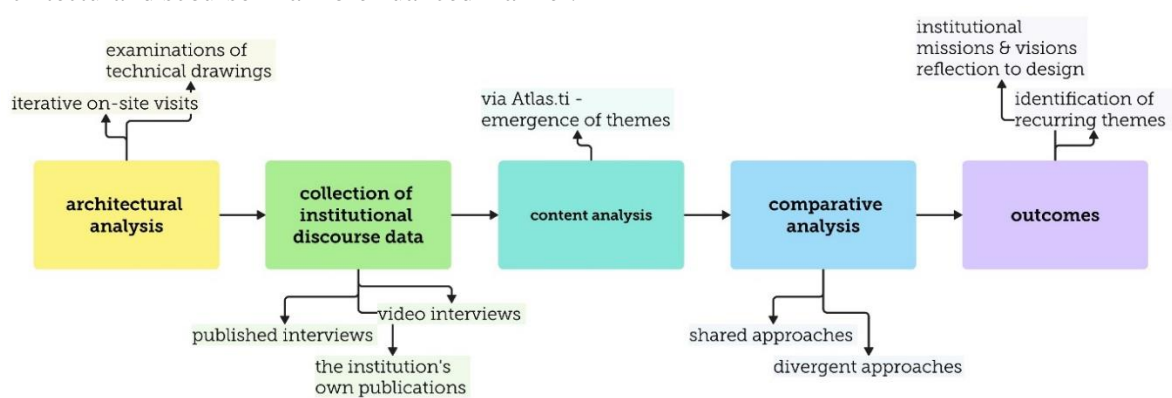


Figure 1. Method chart

The study focused on long-standing art institutions that recently moved to new, purpose-built facilities to reflect their evolving institutional discourses: Istanbul Painting and Sculpture Museum (IMPS) (est. 1937, relocated in 2021), Istanbul Modern (IMM) (est. 2004, relocated in 2023), and Arter (est. 2010, relocated in 2019). These museums were selected based on three main criteria: (1) their recent move to newly designed facilities specifically designed for their purpose and ideology, which allows for the examination of contemporary museum architecture, (2) their different institutional structures (state-funded or funded by corporations with different approaches) that shape their architectural discourse, and (3) their important roles in the evolving cultural landscape of Istanbul. This selection ensures that the study captures variations in institutional identity expression through architecture.

¹ This paper is derived from a doctoral research project focused on the art museum network in Istanbul. The broader study thoroughly examines visitor experiences, analyzing how they engage with institutional discourses and architectural spaces. Further discussions and additional findings are available in the original research.

Data collection involved a systematic analysis of various primary and secondary sources – including publications, video interviews, press materials, and technical architectural drawings. The sources included museums' own publications obtained from their museum stores and libraries, architectural journals and newspapers, websites of architecture firms, as well as their and the museums' social media accounts. Additionally, on-site visits to each museum provided direct observation of architectural elements, spatial organization, and visitor interaction.

A content analysis was conducted using qualitative data analysis software, Atlas.ti, in order to code the data and find commonalities and differences. In the first step, initial codes emerged to make descriptive coding, summarizing what the data meant. Subsequently, codes were re-analyzed in several cycles, and the patterns of the codes were reinvestigated. Finally, codes were piled under categories or sub-categories to establish an overview of the organizations' narratives' recurring themes. Atlas.ti facilitated co-occurrence analysis, word frequency analysis, and network visualization, which helped reveal underlying patterns in the data. The software also enabled the construction of a discourse table, where key institutional narratives were mapped according to thematic categories. Technical drawings and architectural analyses of spatial designs supported these findings. This provided a deeper understanding of how architectural choices aligned with institutional missions, funding structures, and target audiences.

Furthermore, a comparative analysis across the three museums highlighted common themes such as transparency, accessibility, and urban integration while highlighting fundamental differences rooted in the museums' specific institutional contexts. Based on the themes that emerged as a result of the analysis, museums were compared under the headings of 'main narrative and purpose', 'design ideas & starting points', 'city-location narratives', 'visitor narratives', 'transparency narratives', 'internationality', and 'safety concerns'. This comprehensive methodology facilitated a detailed examination of each museum and illuminated how contemporary museum architecture in Istanbul manages the interaction between institutional identity, urban context, and public participation.

FINDINGS: INSTITUTIONAL CONTEXT & ARCHITECTURAL STRATEGIES

Architectural Analysis

Istanbul Museum of Painting and Sculpture

Established in 1937 under Mimar Sinan Fine Arts University, IMPS is Türkiye's first art museum, aimed at preserving and exhibiting Turkish art while supporting artistic training (Köksal, 2021). The collection dates back to the 19th century and comprises around 12,000 works. Ayşe Köksal (2022) indicates that IMPS serves as a repository of Türkiye's artistic heritage and its broader historical narrative.

After its establishment in the Crown Prince's office in Dolmabahçe Palaces, the museum endured multiple closures and reopenings for various reasons such as war, fire hazards, and restoration. It remained open intermittently for 31 years, from 1937 to 2021. Finally, the collection moved to Entrepot No. 5 in the Tophane region and opened to the public in its location at the end of 2021 (figure 2). Approaching the museum from the Beşiktaş neighborhood region, visitors first encounter Mimar Sinan University, the museum's patron, followed by Galataport Istanbul. The museum is rebuilt as a part of the Galataport project, a mega urban transformation project that spawns over 1.2 km of the Bosphorus coastline. The project consisted of the regeneration of the Fındıklı, Tophane and Karaköy axis. It aimed to create a cruise port and multi-purpose complex as a shopping district and a culture and art destination (Galataport, n.d.).



Figure 2. IMPS street side view (Pintos, 2022) Photo by Thomas Mayer.

The design repurposed two adjacent buildings, previously used by the Coast Guard and as a port entrepot. Since the design of these buildings belongs to the renowned Turkish architect Sedat Hakkı Eldem, with the architect's and the previous rectorate's consensus, these two buildings decided to be adapted and reused (Arkitera.com, 2022). The Directorate building's interior was emptied to create a vertical circulation zone and eliminate the level differences between the two buildings (figure 3). The directorate facade was reconstructed precisely the same, with its original iconic blue glass tile and repetitive rows of rectangular windows. This atrium space and its rectangular windows allow visitors to visually connect with Meclis-i Mebusan Street (the Galataport is between this street and the sea). The visitors see the surroundings from different perspectives while circulating on the ground floor and while rising in the vertical circulation.

The Entrepot building is stripped to its griddle structure and dressed with glass facades (figure 4). Ship container-inspired spaces suspended inside the three-dimensional griddle structure. This approach lets visitors experience the grid structure and container galleries separate from the surrounding walls. This is especially felt at night when the containers are illuminated in red. The containers are covered with perforated metal panels, and lighting is added between the panels and the interior. Lights amplify their double-facade design's effect and foster a sense of spatial depth.

The containers serve as chronologically arranged exhibition spaces, most designed to be interconnected. The galleries are numbered to indicate the order of the exhibition for the visitors (figure 5). Additionally, arrows have been added to support navigating the visitors. In circulation areas outside the container galleries -which have impermeable facades that cut off all connections to the outside- visitors are allowed to see the surroundings while circulating between the containers due to the transparent feature of the glass facades. Since these circulation areas are designed as thin bridges, they also provide visual communication with the spaces below and above (figure 6). The balconies added to each floor on the sides of the circulation areas face the vertical circulation in the atrium, and the gallery space provides the opportunity to stop on the floors and examine the street.



Figure 3. Entrance atrium. Photo by authors.



Figure 4. Facade view from the Tophane square side (Pintos, 2022) Photo by Thomas Mayer.



Figure 5. Circulation areas between container galleries (Pintos, 2022) Photo by Thomas Mayer.

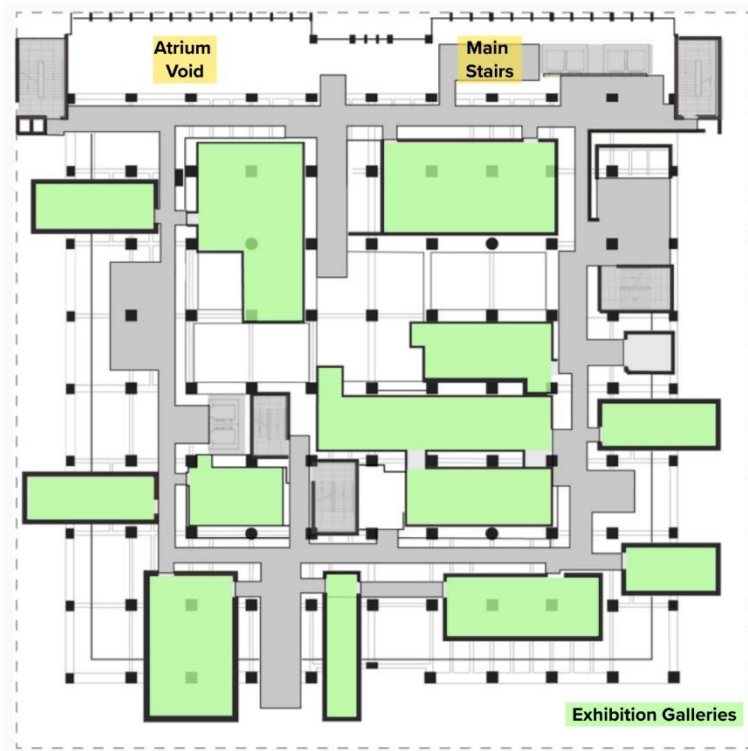


Figure 6. IMPS's second-floor plan (Pintos, 2022).

Transparency of the facade becomes more effective on the ground level. Functions not open to visitors are concentrated in the middle of the building and designed to be opaque (except for the sculpture and painting studio). Visitors pass through security from the street and first encounter the ticket office and cloakroom, then reach the open-plan museum store. From there, they proceed to the museum entrance, which opens directly to Galataport, and after seeing the workshops, they reach the museum cafe (a cafe owned by a coffee shop chain.) and finally -next to the cafe- museum staff offices. As visitors move

through this promenade, they are presented with the views of the upper levels and facades of the container galleries along with the Tophane Square located next to the museum and even IMM. The street and Galataport exit axis establishes a direct relationship with the outside environment. The cafe is also directly connected to the busy streets of the Galataport, so it functions as a part of the street. Moreover, the ground floor is open to the public and can be used without purchasing tickets.

Istanbul Modern

IMM's history started in 1987 when Nejat Eczacıbaşı envisioned a permanent modern art museum in Istanbul. This decision was ignited after the success of the 1st International Contemporary Art Exhibition (the Istanbul Biennial). This vision took shape in 2003 with the conversion of Entrepot No. 4 (in Tophane) into a museum space by the design of Tabanlıoğlu Architects. After opening in December 2004, the museum operated here for 14 years². It moved to its temporary location in Beyoğlu before moving back to its original site with the design of the renowned architect Renzo Piano in 2023. Piano was chosen for his expertise in museum architecture and for creating a venue to reach a world-class level (Eczacıbaşı, 2024). Since 2007, IMM has collaborated with the world-famous Centre Georges Pompidou, influencing its design and education programs. As Renzo Piano is one of the architects of Pompidou, his selection for the museum could not be a coincidence.

IMM sits between the Tophane Square and the Bosphorus, offering a panoramic view of Istanbul while neighboring IMPS across the square (figure 7). The museum is elevated 65 cm above the square via several steps, and the ground floor is designed to be transparent, visually connecting the square, the museum, and the Bosphorus. The ground floor offers unrestricted - and ticketless - access to public spaces such as the cafe, library, and educational areas. The short facades showcase large cross-braced columns supporting the third floor and feature grouped ventilation shafts that ventilate parking spaces underneath. The museum is divided horizontally into three volumetric parts: a transparent ground floor, a second level, and a third level that extends outward, providing shelter over the outdoor café, workshops, and public area on the ground level. The architect explains the raised main volume - expanding horizontally on the upper floors - supported by the transparent ground floor as “a flying vessel right on the water” (Vatican News - English, 2023). The transparent ground floor houses rounded columns and mechanical funnels aiming less sharp shadows for the visitors (figures 8 & 9).



Figure 7. IMM & Historical Peninsula (Pintos, 2023), Photo by Enrico Cano

² The opening had a great impact not only in the art world but also in the political and economic arena (Ceylanlı, 2024).

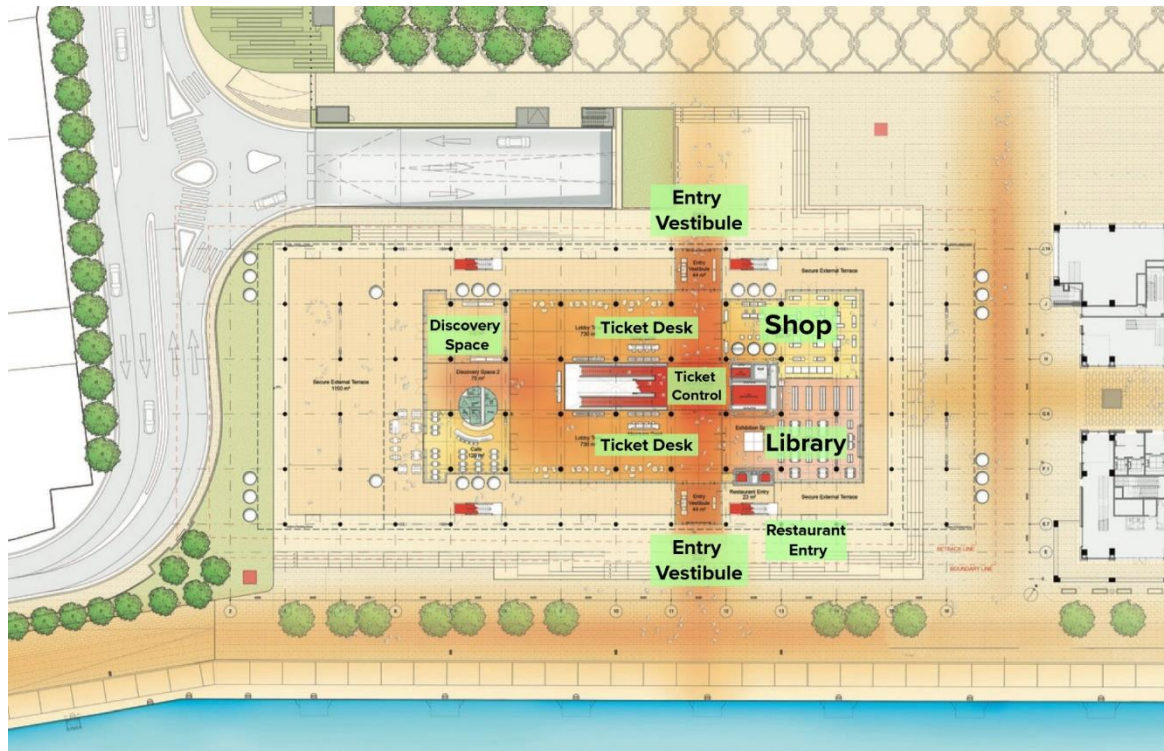


Figure 8. Ground Floor Plan of IMM (Pintos, 2023)

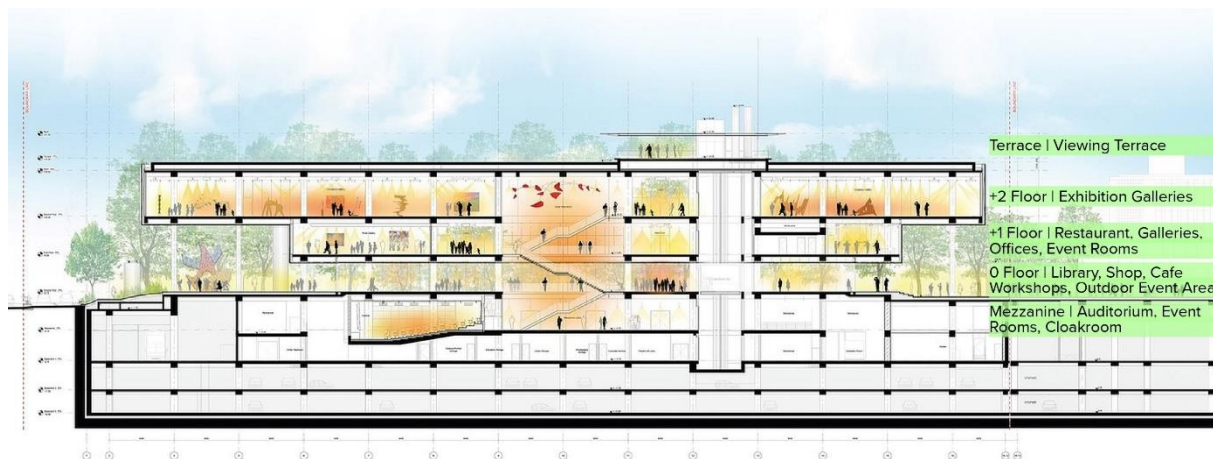


Figure 9. Longitudinal Section of IMM (Pintos, 2023)

The grey-colored 300 concave and convex aluminum modules on the facade interact with the changing light of the Bosphorus, resembled by the architect “a fish leaping out of the water” aiming to make a stronger connection to the location’s maritime past (Piano et al., 2021). Galvanized steel stairs and walkways attached to the facade are used for practical reasons (fire exit, event area, etc.) while also creating unity with the overall design language of the facade. The choices of materials for the facade elements - aluminum, steel - and their light grey colors reflect the site’s historical and contextual significance, maintaining an industrial concept.

The low steps surrounding the building offer seating and gathering areas outside the museum. They start from the security entrance, pass in front of the glass facade of the museum shop and library (also the museum staff offices above on the second floor), and then stretch through the museum’s Bosphorus-facing facade, offering views of the interior of the museum along with one-of-a-kind Istanbul and the sea view. This situation changes when a cruise ship parks in front of the museum. Due to the ship’s enormous size, all or most of the views this unique location offers become the steel body of the ship.

The ground floor consists of a central staircase that organizes circulation across the museum's three levels (figure 10). Auxiliary spaces are placed on the facades after leaving a foyer area around this staircase. The ticket desks in front of the staircase welcome visitors right after both security entrances on the square and sea entrances. The basement level includes a cloakroom, a 156-seat auditorium-cinema, restrooms and event rooms, and a landing lobby as a foyer.

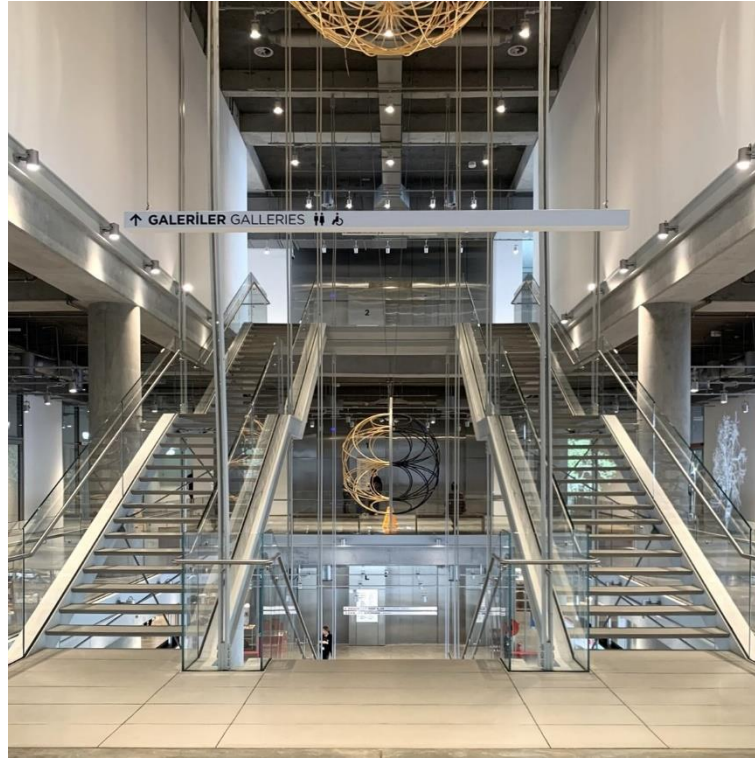


Figure 10. Staircase view from the first floor. Photo by authors.

The first-floor and the second-floor landing lobbies offer a view of Bosphorus and the square from both ends, maintaining a visual connection with the surroundings (figure 11). The first floor comprises galleries, event rooms, education spaces, staff offices, and a restaurant. The seaside restaurant features a transparent facade and a metal balcony overlooking the Bosphorus. An external staircase allows visitors to enter the restaurant separately while its landing extends to an open dining area.

The rhythmically repeated full-length windows are incorporated into the exhibition spaces to let natural light and exterior views permeate the galleries. When required, blackout curtains allow controlled lighting and provide space for installations such as video art. These wide, high-ceilinged spaces can adapt to diverse artworks and needs.

The stairs for the viewing terrace are located on the second floor (figure 12). Here, there is the 5 cm deep Reflection Pool, which can be considered the museum's trademark space, a covered pavilion that the staircase comes out of, and a terrace bar that hasn't yet been operating. The materials used on the terrace are in harmony with the Bosphorus's colors. They mimic and extend the sea and sky. The reflection pool is added to enhance this effect and create a visual extension of the Bosphorus by reflecting the surroundings in the water. Moreover, the terrace offers panoramic views of Istanbul's landmarks, including the historic peninsula and Galata Tower. Thus, the pavilion, which serves as both an observatory and a leisure area, completes the experience by offering visitors a connection with the city view.

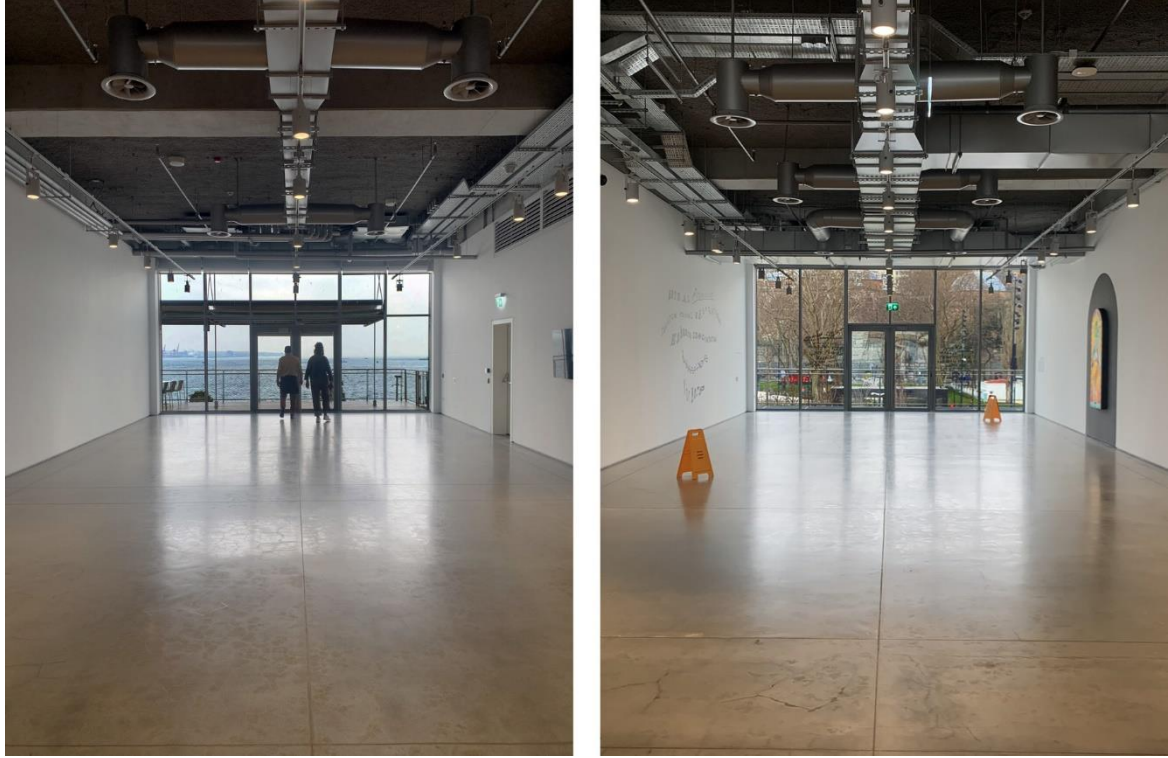


Figure 11. Views from both ends of the landing lobby. Photo by authors.



Figure 12. Reflection terrace of IMM. Photo by authors.

Arter

The Meymaret Han building in Beyoğlu housed Arter since Arter's establishment in 2010 by the Vehbi Koç Foundation (VKF). The museum defined this 800 square meter area, which they accepted as a temporary location, as a testing ground for the institution's vision for their actual space in the Dolapdere neighborhood (Baliç, Fereli & Evren, 2021 & Arter, 2019). After abandoning the idea of developing a

campus museum complex in the Golden Horn, combining Arter and the Sadberk Hanım Museum (the Museum is the first private museum in Turkey and is affiliated with VKF), the foundation decided on the Oto Koç building in Dolapdere (personal communication with Melih Fereli). The building was donated to the Foundation by the Koç family. The Vehbi Koç Foundation is directly linked to the Koç Family and the Koç Group. Founded in 1928 by Vehbi Koç, Otokoç Koç is Koç Holding's first venture in the automotive sector.

Although Dolapdere is a dense, industrial neighborhood with minimal public transportation, its proximity to Taksim, a touristic and crowded area, and the potential for revitalization made it a viable option. Even though adapting the existing building was an option, the foundation decided to demolish the old building and construct a new one that accommodated contemporary art needs (personal communication with Melih Fereli). Grimshaw Architecture was selected as the winner of the museum's design competition, which had invited proposals from renowned architectural firms. The firm completed the project in 2019, coinciding with the 50th anniversary of the Vehbi Koç Foundation.

Arter's relocation to Dolapdere has had significant implications for the neighborhood. Dolapdere and the adjacent Tarlabası district were previously perceived as areas associated with notions of danger or deprivation, but now it is related to urban transformation (Arıcan, 2020). Arter's presence here brought private businesses like hotels and art galleries - Dirimart, Pilevneli, Evliyagil Dolapdere (currently closed). Fereli noted that the museum's arrival in Dolapdere encouraged some locals to remain here and be thankful due to rising real estate prices in the neighborhood. Nevertheless, Dolapdere still lacks public transportation and pedestrian-friendly infrastructure, which becomes a big challenge for accessibility. The neighborhood's industrial character plays a big part in this challenge, with the car repair shops and construction material stores using the sidewalks.

Arter's design creates two public squares -front and rear squares- in this dense urban fabric, connected through its transparent facade (figure 13). It brings attention to the neighborhood from the main arterial road in front of the building, aiming to integrate the interior into its urban surroundings. The front facade breaks in, pulls inwards, and sustains its transparency on the upper floors, further allowing the connection between the rear. A shallow pool and extended seating divide the public area with the museum's security-controlled area, not interfering with the transparency of the ground floor. The security kiosk added at the end of the seating moves away from the facade, letting people walk past this area and experience the building. The building features a three-dimensional diamond-shaped, patterned facade created from glass fiber-reinforced concrete with glazed finishes. The pattern becomes permeable in places, increasing the relationship between the interior and the exterior (figure 14).

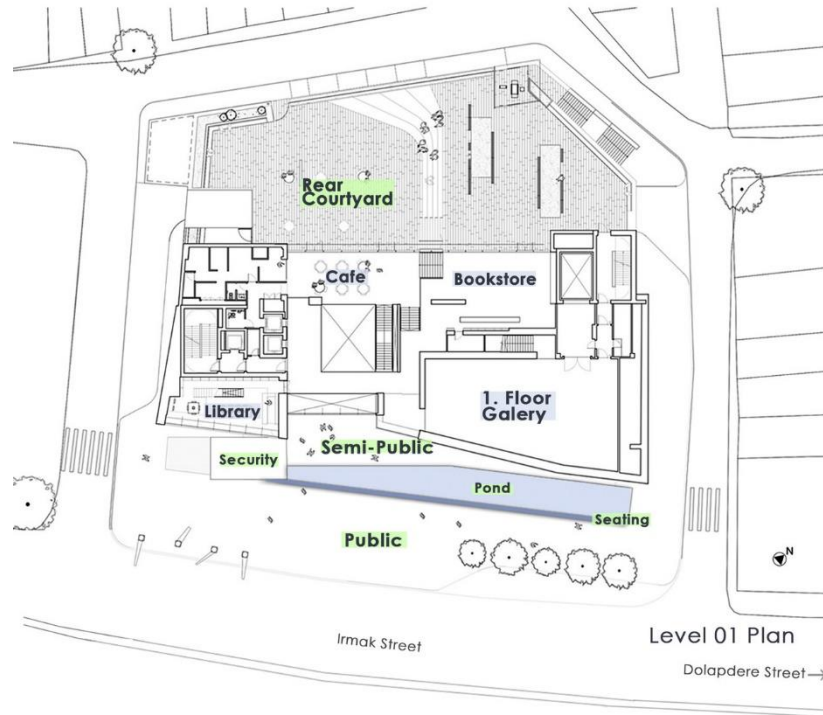


Figure 13. Arter first floor plan (Pintos, 2020). Manipulated by the authors.



Figure 14. Arter's view from the Irmak Street (Pintos, 2020). Photo by Quintin Lake.

The ground floor features a three-story high entrance atrium, offering views of the busy street, bistro, and bookstore located on upper levels (Figures 15 & 16). Here, A free-entry gallery provides direct visual access to the street. Auxiliary spaces such as the bistro, rear garden, bookstore, and library are situated on the first and the second floors, all accessible without a ticket. These free areas are all centrally located near the entrance, and they are interconnected. These spaces and the foyer areas spanning three subterranean levels, the second-floor exhibition space, are vertically linked to this central atrium that extends across seven levels. It creates ongoing visual flow throughout the interior of the museum.



Figure 15. View of the entrance lobby from the first floor (Pintos, 2020). Photo by Quintin Lake.



Figure 16. View of the bistro from the second floor (Pintos, 2020). Photo by Quintin Lake.

The bistro and the one-level above bookstore overlook the rear garden and the backstreet of Dolapdere. Visitors using these areas or sitting in the garden can observe the daily life of the locals, hanging their clothes to dry, chatting between windows, or watching children of the neighborhood play football. Consisting of a two-story space with wall-to-wall bookshelves, the second-floor library features a facade with a permeable version of the three-dimensional cladding that allows natural light to filter in while offering neighborhood views. The library and the bookstore offer Arter's publications that accompany the exhibitions.

The exhibition areas extend across seven levels and are intended to be adaptable, supporting various forms of artistic expression. Two main atriums, 25 and 17 meters in height, link these areas and create visual connections between the different levels, enabling visitors to view both the artworks and one another (figure 17). These atriums also bring natural light into the interior. Fluid circulation and well-placed interior openings simplify navigation, while facade openings offer views of Dolapdere, fostering interaction between the interior and exterior environments (figure 18). The underground performance spaces (-3rd floor) include Karbon Hall for multimedia art and Sevgi Gönül Auditorium with versatile seating. Both share a landing lobby located below the gallery space, which is connected to the entrance lobby. This feature allows the deep basement to be bright and more inviting.



Figure 17. Section of Arter, Visual Connection Diagram. (Pintos, 2020) Manipulated by the authors.



Figure 18. Interior & exterior facade openings (Pintos, 2020). Photo by Quintin Lake.

DISCUSSION

IMPS is a state museum affiliated with Mimar Sinan Fine Art University, while IMM and Arter are backed by prominent corporations like Eczacıbaşı Group and Koç Group. This difference in state versus corporate support significantly influences how these museums present themselves to the public. Institutional ideologies shape decisions regarding board members, curators, architects, and even the intended audience, reflecting each institution's unique identity through its architecture.

IMPS focuses on preserving and presenting the nation's art heritage, while IMM and Arter aim to stand out in a competitive cultural landscape by aligning their architecture and discourse with the values of their corporate sponsors. This creates soft power for their patrons while establishing a distinct identity. IMPS, meanwhile, faces the challenge of engaging visitors while maintaining its role as a custodian of cultural heritage.

To examine the institutional discourses of these museums, interviews with representatives (e.g., patrons, architects, and curators) and analysis of published materials were conducted. Each museum's recurring phrases to describe itself were identified and grouped into thematic categories. Institutions use these themes to reflect the core values and priorities to express their identity and engage with their chosen audiences. The categorized statements of the institutions were arranged in a table (table 1), providing a clear comparative framework for understanding how each museum positions itself in the cultural landscape of Istanbul.

Table 1. Table of Discourses

	IMPS		IMM		ARTER		
	(About the Museum IRHM, n.d.) (Akbank Sanat, 2016) (Arkitera.com, 2022) (EAA, n.d.) (Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, 2021) (Müzecilik Meslek Kuruluşu Derneği, 2022) (RIBA Architecture, 2019) (Yüksel, n.d.)		(Akbank Sanat, 2022) (Belcher, 2023) (Eczacıbaşı, 2023) (Eczacıbaşı, 2024) (Emden & Yıldız, 2023) (Harris, 2023) (Istanbul Modern, n.d.-a) (Istanbul Modern, n.d.-b) (Merlo, 2023) (Ntv Program, 2023) (Piano et al., 2021) (Renzo Piano Building Workshop, 2023) (Showcase, 2023) (Vatican News, 2023)		(Altunok, 2019) (Art50, 2021) (Arter, n.d.) (Arter, 2019) (Baliç et al., 2021) (Ezic, 2021) (Fereli & Baliç, 2019) (Grimshaw, 2021) (Habertürk TV, 2019) (Woman TV, 2019)		
Patronship	State / University		Eczacıbaşı support		Koç Group support		
Main Narrative & Purpose	Türkiye's art memory	most important collection of Türkiye	Türkiye's 1st modern and contemporary art museum	duty to contribute to the development of society	cultural platform - not a museum.	"It is our duty" - slogan	sustainable art institution
	protect Türkiye's art	Being an example of a big urban transformation	popularize modern & contemporary art		contribute to the development & production of contemporary art	focus first on the artist (main actor) and audience	
Design Idea & Starting Point	urban memory	industrial past - harbor area	solid and flying design	multiple planes	permeability	fluidity	openness
	Entrepot - storage mechanism	adaptive reuse	elegant but industrial feel	ship sailing on the Bosphorus	designing the void / designing through sections	environmentally friendly	human-scaled
	creating a break between galleries & circulation	3D grid	simple form	Bosphorus - water and its reflectiveness	dynamism	a design that doesn't compete with the content	unpretentious
City - Location Narrative	creating a relationship with the city	showing the area's identity	interaction with the urbanscape - sea and land	a visual connection to the city	strong bond with the city	dialogue with Dolapdere and the city	a building that is of its setting
	center of the city	creating framed views	accessible waterfront promenade	creating a connection with the water-front and square			
Visitor	meeting point	social permeability	a place where people meet	visitor-oriented	artistic & social meeting point	invite and embrace	accessible price policy
			open & accessible		accessible for everyone	free exhibition	free auxiliary areas
Transparency	transparent/permeable ground floor	transparency to create a bond with the surrounding	transparent ground floor	raised from the ground - hanged in the air - <i>lightness</i>	transparent building	extrovert	
International			International partnerships	Piano most accomplished museum arc. / a world-class building	International partnerships	to promote the country's art in the country and abroad	
Safety Concerns	protect the collection	structural reinforcement	security with brightness and transparency	earthquake and terrorism safe	security without hindering invitingness	terrorism & changing risk perception - made security legal obligation	

Main Narrative and Purpose

IMPS describes itself as the guardian of Türkiye's artistic memory while emphasizing its role in preserving and exhibiting *the country's most important art collection*, dating back to the nation's establishment. Its discourse emphasizes protection, preservation, and the transformation journey from a historical institution to a museum meeting contemporary needs. IMM is framed as Türkiye's first museum dedicated to modern and contemporary art, underlining its responsibility to contribute to societal development by popularizing modern and contemporary art and making it accessible to a broader audience.

Conversely, Arter rejects the museum label (Baliç, Fereli & Evren, 2021). It differentiates itself by positioning itself as a *cultural platform*, focusing on *sustainability*, and *supporting the production and development of contemporary art*. It prioritizes the artist and audience as core actors. One can even come across some of Arter's statements that emphasize the artist's role as the primary creative force. All three institutions aim to contribute to Turkey's cultural development. However, they employ different discourses to reflect their institutional aims. While IMPS aligns with national heritage, IMM seeks to popularize and educate, and Arter supports innovation and artistic freedom.

Design Ideas & Starting Points

IMPS emphasizes the port area's connection to its urban memory and industrial past and, therefore, adopts an adaptive reuse design approach. For this reason, the architect preserves the three-dimensional grid system that reflects the functionality of the building that was used as an entrepot in the past. He makes a clear distinction between exhibition areas and circulation areas, and for this reason, he aims to preserve the grid, which he expresses as the layers of the past, and to display the new layers on it. IMPS serves as a link between the past and the present, fitting for the artwork it houses. It embeds its architectural identity in the city's industrial heritage, focusing on preserving and reinterpreting the historic fabric.

On the other hand, IMM places the Bosphorus, the scenic elements it creates in and around it, and the location of the building at the center of its design. The building's *solid and flying* form, *simple yet industrial elegance*, and reflective qualities mirror a ship sailing on the Bosphorus. It aims to blend seamlessly with its waterfront context. Moreover, the use of columns on the ground floor, as the museum indicated as *the landscape of the columns*, causes the sea interaction to be heightened even further.

Arter adopts a different strategic approach to *design through the voids and sections*, allowing *permeability*, *fluidity*, and *openness* inside and outside the structure. The *eco-friendly*, *human-scale* design prioritizes *dynamism and adaptability* so as not to compete with its artistic content. By avoiding pretentiousness, Arter reflects its identity as an artist and audience-centered cultural platform. While IMPS bases its design on historical preservation, IMM aims to blend in its maritime environment. Arter's modest yet dynamic approach aims to allow a flexible and inclusive space to align with its ethos.

City-Location Narratives

IMPS underlines its location in the center of Istanbul by defining it as a point of connection. This is due to the site's historical and cultural past, especially the Tophane district and its continuing importance (area's identity). Its design aims to remind visitors of this as they move through the museum, framing the surrounding views to enhance the dialogue with the cityscape.

Located beside the Bosphorus, which has an impressive view of Golden Horn and many other locations, IMM encourages interaction between the urbanscape, sea, and land. Its architectural narrative is built on integrating the waterfront promenade and Tophane Square, creating a visual connection between the city and the water, which was problematic before the museum. These narratives also go hand in hand with the museum's design themes of openness and reflectivity, encapsulating the image of a vessel interacting with the dynamic flow of urban life and the sea.

Arter, in Dolapdere, takes a more community-focused and contextual approach, defining itself as *a building that is of its own setting*. The building dialogues with the identity of Dolapdere, emphasizing its *strong bond to the city* and avoiding a detached or imposing presence. Its architectural design aimed

to reflect permeability and human scale themes, blending unpretentiously with its urban setting.

All three museums demonstrate different ways of interacting with their location. IMPS places itself in urban memory and the centrality of its historical site, while IMM embraces engagement with the maritime and urban elements of Istanbul. Finally, Arter integrates itself into the Dolapdere neighborhood, encouraging a sense of inclusiveness and dialogue. These approaches establish different relationships by aligning with the city's architectural and institutional narratives. At the same time, they all endeavor to complement the cultural landscape of Istanbul.

Visitor Narratives

In line with its role as a state museum based on cultural preservation and public service, IMPS positions itself as a *meeting point* by focusing on *social permeability* in its speeches. IMM adopts a more visitor-centered narrative. By creating an open and accessible environment, they aim to create a place where people meet and interact. This works with their mission to popularize art and engage diverse audiences, reflected in its emphasis on transparency and connection with urban spaces. However, Arter diverts itself by extending the idea of accessibility to encompass economic inclusion. They aim to do it with free exhibition areas and affordable pricing policies. So, it strives to become an artistic and social meeting point that invites and embraces diverse audiences, creating its role as a cultural platform prioritizing inclusivity.

The visitor narratives of all three museums emphasize promoting accessibility and social inclusion, but each approaches these goals through different frameworks. IMPS prioritizes cultural continuity, IMM emphasizes urban integration and openness, and Arter gravitates to inclusivity and dialogue, reflecting the institutional and architectural identities of each.

Transparency

The visitor narratives of IMPS, IMM, and Arter converge in their shared emphasis on transparency to foster connection with their surroundings and invite public engagement. All three museums utilize transparent ground floors or facades to create visual and spatial permeability, establishing a bond between the interior and the urban context. However, museums divert from this point by utilizing transparency differently. At this point, IMPS differs by focusing on transparency to emphasize its connection with the historical and cultural texture of the region, while IMM combines transparency with a sense of lightness and height. This combination is intended to symbolize openness and a dynamic relationship with Bosphorus. On the other hand, Arter extends this concept to an extroverted design that aligns with its mission of accessibility and inclusivity, reinforcing its role as a cultural platform integrated with its neighborhood.

Internationality

Although IMPS doesn't have a specific comment regarding being in the international arena and partnering internationally with other museums, it has been stated on several occasions that the museum aims to appeal to all national and international visitors. This is mainly due to the museum's role as the custodian of Türkiye's artistic memory and cultural heritage. In contrast, IMM emphasizes its global outlook through international partnerships. The choice of Renzo Piano, famous for his world-renowned museums, as the architect aimed to position the museum as a *world-class* cultural destination. Similarly, Arter highlights its international partnerships but ties this to a mission of promoting Turkish art both domestically and abroad, blending global engagement with national representation. While IMM focuses on global prestige, Arter balances international aspirations with a commitment to showcasing Turkish art on the world stage, contrasting with IMPS's primarily local and national orientation.

Safety Concerns

Due to Istanbul's location in the earthquake zone, all museums indicate their prevention of damage to earthquake threats. At the same time, each museum expresses its security priorities for its designs. While IMPS frequently mentions the structural reinforcements they make to guarantee earthquake resistance, they also focus on protecting their collection through private security warehouses. IMM combines security with its design philosophy, bringing together clarity and transparency while considering terrorism and earthquake concerns. In addition to being the museum that focuses most on security

measures due to terrorism, it is also the museum that emphasizes earthquake precautions the most in its statements and publications (This may be related to the coincidence of the attacks and earthquakes in Turkey with the museum's design and opening times). Arter also responds to changing perceptions of risk, including terrorism, by balancing security, which has become a legal obligation due to attacks in the period, with its inviting architecture. While all three museums prioritize safety, IMPS centers on safeguarding its collection, IMM blends safety with aesthetic and spatial transparency, and Arter focuses on unobtrusive security measures that align with its inclusive identity.

CONCLUSION

This study examines three Istanbul-based museums' discourses and how they reflect them in their spatial decisions. Museums shape their identities, missions, and visions in interaction with their environment and make architectural decisions accordingly. Starting from this point, this study seeks to reveal how museums exercise their institutional identities and public engagement strategies through architecture and how they construct the differences between each other.

While transparency, accessibility, and public participation are common features of all three museums, their funding models and institutional goals significantly differ in their narratives and architectural approaches (table 2). *IMPS*, a museum affiliated with a state university, emphasizes adaptive reuse and urban memory, moving from its role of preserving Turkey's art memory. With its identity as Turkey's first contemporary art museum, *IMM* positions itself as a global museum, opting for an architecture integrated with the Bosphorus and designed by a world-renowned architect. On the other hand, *Arter* prioritizes permeability, inclusivity, and engagement with its local neighborhood to promote Turkish contemporary art and reach diverse audiences.

Table 2. Table of the Key Institutional and Architectural Distinctions

Criterion	IMPS	IMM	Arter
Institutional Identity	Guardian of National Art Heritage	Turkey's first modern art museum	A cultural platform for contemporary art
Architectural Strategy	Adaptive reuse, urban memory	Transparent, site-specific, Bosphorus integration	Permeability, integration with local context
Visitor Engagement	Historical continuity, educational focus	Urban integration, open public spaces	Inclusive, experimental approaches
Transparency	Selective permeability	Full transparency	Blurred boundaries between interior and exterior

In addition to the fundamental differences summarized in Table 2, these museums also differ in urban location narratives, visitor engagement strategies, and safety considerations. *IMPS* emphasizes historical continuity, *IMM* integrates with the waterfront, and *Arter* engages actively with its immediate neighborhood. Similarly, their understanding of potential visitors influences spatial decisions—*IMM* prioritizes open public spaces, while *Arter* creates a fluid interior-exterior relationship. Safety concerns also influence their architectural choices, as museums seek a balance between openness and structural security. Despite these variations, all three museums consciously use architecture to reinforce institutional visions and engage with their surroundings.

This study focuses on museums with established institutional narratives and newly constructed architectural designs, aiming to ensure access to reliable data in a rapidly evolving cultural landscape. It primarily examines architectural discourse and institutional identity as a limitation of the study. It excludes curatorial strategies, collection narratives, and visitor surveys. The goal is not to make a universal statement about art museums but to provide insights into how architecture functions as a discursive and strategic tool in shaping museum identity.

The findings of this study generate new and necessary questions regarding the long-term effects of these museums' architectural choices. How will these designs affect the perception and functionality of these

institutions within the changing urban and cultural fabric of Istanbul – and, indeed, the global art world? To what extent will visitors accept and engage with the spatial narratives these institutions have constructed for themselves? These questions emerge as a result of this research and underscore the need for further studies on the role and impact of architecture in shaping museum identity and institutional narratives.

REFERENCES

- About the museum | IRHM. (n.d.). <https://irhm.msgrsu.edu.tr/en/about-the-museum/>
- Akbank Sanat. (2016, April 20). *Akbank sanat mimarlık seminerleri dizisi - Emre Arolat* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=5njTw79oWaw>
- Akbank Sanat. (2022, May 27). *Akbank sanat konuşmaları - Levent Çalıkoğlu* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=QfCDy9hz_al
- Arkitera.com. (2022, September 28). *Hikâyesi olan projeler: İstanbul Resim ve Heykel Müzesi (Emre Arolat ve Yalçın Karayağz)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RjhxukwS9Ps>
- Altunok, Ö. (2019, September 16). Arter: Bir buluşma ve beraber keşfetme alanı. *artunlimited*. <https://www.unlimitedrag.com/post/arter-bir-bulusma-ve-beraber-kesfetme-alani>
- Arıcan, A. (2019). “Gerçeklik peşinde” Tarlabası ve dolapdere. *Beyond.Istanbul*, 105–110.
- Art50. (2021, July 6). *Arter ile beraber sanatla nefes almak*. <https://art50.net/arter-ile-beraber-sanatla-nefes-almak/>
- Arter. (n.d.). *Hakkımızda*. <https://www.arter.org.tr/hakkimizda>
- Arter. (2019, September 4). *Basın toplantısı, 4 Eylül 2019* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NZ64rH3DSsE>
- Baliç, İ., Fereli, M., & Evren, S. (2021). *Arter: Sanat için alan yaratmak*. Arter Yayınları.
- Behner, V. T. (2003). *Identity, status, and power: The architecture of contemporary art exhibition in Los Angeles* (thesis). <https://deepblue.lib.umich.edu/handle/2027.42/123348>
- Belcher, D. (2023, June 13). Istanbul modern reopens in its new, Renzo Piano-designed home. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/06/13/arts/design/istanbul-modern-renzo-piano.html>
- Ceylanlı, Z. (2024). Mimarın ve sanatçının tapınağı: Nasıl bir mekan? In E. Açıavuşoğlu & A. H. Köksal (Eds.), *Türkiye’de sanatın tarihi: Müze* (2nd ed., pp. 209–232). essay, Tellekt.
- Duman, M. (2022). Mimarlığı makrodan mikroya doğru bir kavrayışla düşünmek. *IDA: International Design and Art Journal*, 4(2), 145–158.
- EAA. (n.d.). *Istanbul museum of painting and sculpture*. Emre Arolat Architecture. <https://emrearolat.com/project/istanbul-museum-of-painting-and-sculpture/>
- Eczacıbaşı. (2023, June). Istanbul Modern: Mimari bakış / Architectural view. *Yaşam/Life*. <https://yasam.eczacibasi.com.tr/251/istanbul-modern-mimari-bak-architectural-view>
- Eczacıbaşı. (2024, January 31). Istanbul Modern: Açılış / Opening. *Yaşam/Life*. <https://yasam.eczacibasi.com.tr/251/istanbul-modern-al-opening-d>
- Emden, C., & Yıldız, D. (2023). *Mimarının inşası : Istanbul Modern’in yeni müze binası: Constructing architecture: Istanbul Modern’s new museum building*. Istanbul Modern.
- Ezik, A. (2021, June 23). *Süreyya Evren: “Türkiye’de sanat galerisi ve müze yayıncılığının yeni yükseliş dönemindeyiz.”* Sanat Kritik. <https://sanatkritik.com/soylesi/sureyya-evren-turkiyede-sanat-galerisi-ve-muze-yayinciliginin-yeni-yukselis-donemindeyiz>
- Federman, R. (2013). *Framing Los Angeles: Artists’ environments and Institutional Space, 1962-1994* (thesis).
- Fereli, M., & Baliç, İ. (2019, October). Dolapdere’de neler oluyor: Arter. *Arredamento Mimarlık*, 335, 61–64.
- Galataport. (n.d.). *Proje hakkında*. <https://galataport.com/tr/hakkimizda/proje-hakkinda>
- Grimshaw. (2021). *Arter contemporary art museum*. Vimeo. <https://vimeo.com/543154343>
- Habertürk TV. (2019, September 13). *Ne yapsak - 13 Eylül 2019 (Melih Fereli, Emre Baykal, İlkey Baliç)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LXegCFgGoVI>
- Harris, G. (2023, May 3). New Istanbul Modern museum finally unveiled after five-year construction. *The Art Newspaper - International Art News and Events*. <https://www.theartnewspaper.com/2023/05/03/new-istanbul-modern-museum-finally-unveiled>

- after-five-year-construction
- Istanbul Modern. (n.d.-a). *About us*. <https://www.istanbulmodern.org/en/corporate/about-us>
- Istanbul Modern. (n.d.-b). *New museum building*. Istanbul Museum of Modern Art. <https://www.istanbulmodern.org/en/corporate/new-museum-building>
- Jones, P., & MacLeod, S. (2016). Museum Architecture Matters. *Museum and Society*, 14(1), 207–219.
- Kostof, S. (1995). The study of what we built. In *The history of architecture: settings and rituals* (2nd ed., pp. 3–20). Oxford University Press.
- Köksal, A. H. (2021). *Resim Heykel Müzesi: Bir varolus öyküsü*. İletişim Yayınevi.
- Köksal, A. H. (2022, October 23). Kamusal olma gücü. *E-skop*. <https://www.e-skop.com/skopbulten/kamusal-olma-gucu/6481>
- MacDonald, S. (2006). *A companion to museum studies ed. by Sharon MacDonald*. Blackwell.
- Merlo, F. (2023, June 19). Con Renzo Piano nel museo laico della Turchia. *La Repubblica*. https://www.repubblica.it/cultura/2023/06/20/news/renzo_piano_istanbul_intervista-405088914
- Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi. (2021, May 23). *Rektörümüz Prof. Dr. Handan İnci'nin İstanbul Resim ve Heykel Müzesi İRHM hakkında açıklamaları* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mo9p4TLD18I>
- Müzecilik Meslek Kuruluşu Derneği. (2022, January 27). “MSGSÜ İstanbul Resim ve Heykel Müzesi'nin dünü ve bugününe bir bakış” [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Cu-ZdJe3sG8>
- Ntv Program. (2023, June 21). *İstanbul Modern, Renzo Piano'yu ağırladı (Gece Gündüz 20 Haziran 2023)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VoKDpylyTMg>
- Piano, L., Spadavecchia, E., & Langasco, G. (2021). *Istanbul: Istanbul Modern* (L. Piano, Ed.). Renzo Piano Foundation.
- Pintos, P. (2020, July 31). *Arter Museum / Grimshaw*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/943460/arter-museum-grimshaw>
- Pintos, P. (2022, June 28). *Istanbul Painting and Sculpture Museum / EAA - Emre Arolat Architecture*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/984316/istanbul-painting-and-sculpture-museum-eaa-emre-arolat-architecture>
- Pintos, P. (2023, June 21). *Istanbul Modern Museum / Renzo Piano Building Workshop + Arup*. ArchDaily. <https://www.archdaily.com/1002751/istanbul-modern-museum-renzo-piano-building-workshop-plus-arup>
- Reichmann, W., & Müller, A. (2015). The secrets of architecture's action. In *Palgrave Macmillan UK eBooks* (pp. 2–23). https://doi.org/10.1057/9781137461131_2
- Renzo Piano Building Workshop. (2023, November 12). *Emanuela Baglietto interview about Istanbul Modern* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=NE2GVL__R7A
- RIBA Architecture. (2019, March 20). *Riba + Vitra talk: Emre Arolat* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=zsHE391_O68
- Showcase. (2023, June 23). *Istanbul Modern reopens at old location* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sMxRFqeBkaI>
- TRT 2. (2022, May 20). *MSGSÜ Resim ve Heykel Müzesi | Eşik* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=U5uJ_GqUx84
- Vatican News - English. (2023, June 20). *The new Istanbul Modern: a place of encounter and peace* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yembQJXTXUM>
- Verhagen, M. (2021). Foreword. In R. J Williams, *The culture factory: architecture and the contemporary art museum* (1st ed., p. 9). Lund Humphries.
- Woman TV. (2019, December 6). *Dolapdere'de bir sanat adası: Arter #WomanTV #Müze* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=eBg5dUibRVs>
- Yüksel, H. Z. (n.d.). *Müze yeni bir kültürel peyzaj oluşturacak*. Hvl Studio. <https://www.hevalzelihayuksel.com/soylesiler/muze-yeni-bir-kulturel-peyzaj-olusturacak>



DETERMINATION OF ONLINE PRIVACY AWARENESS OF UNIVERSITY STUDENTS: A STUDY IN THE SAMPLE OF GÜMÜŞHANE UNIVERSITY FACULTY OF COMMUNICATION

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ÇEVİRİMİÇİ MAHREMİYET FARKINDALIĞI TESPİTİ: GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEKLEMİNDE BİR ARAŞTIRMA

Tuğçe AYDOĞAN KILIÇ¹

Ersin DİKER²

Fatih AKSOY³



ORCID: T.A.K. 0000-0001-8008-8820

E.D. 0000-0002-3973-0639

F.A. 0000-0002-6114-0520

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Tuğçe Aydoğan Kılıç

Gümüşhane University, Türkiye

E-mail/E-posta: tgcceaydgn@gmail.com

² Ersin Diker

Gümüşhane University, Türkiye

E-mail/E-posta: ersindiker@gumushane.edu.tr

³ Fatih Aksoy

Gümüşhane University, Türkiye

E-mail/E-posta: arsfatihaksoy@yahoo.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %6

Revision Requested/Revizyon talebi:

22.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

Gümüşhane Üniversitesi, 2024/05 Sayılı. 30/05/2024

Citation/Atf: Aydoğan Kılıç, T. & Diker, E. & Aksoy, F. (2025). Determination of Online Privacy Awareness of University Students: A Study In The Sample of Gümüşhane University Faculty of Communication. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 513-525. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1615136>

Abstract

Today, with the development of information and communication technologies, online platforms have become one of most important means of communication for individuals. The security and privacy of users' personal data in online platforms where users intensively share information is of paramount importance. In view of this, the current study seeks to examine online privacy awareness of university students. In line with this, this study aims to determine the level of awareness of students about this issue and to determine whether there is a significant difference in privacy awareness in terms of some demographic variables. With this aim in mind, the study data were collected from 282 students older than 18 studying at Gümüşhane University Faculty of Communication using the purposeful sampling method. The analysis of the data collected indicated that the online awareness levels of the participants are high.

Keywords: Privacy, Online Privacy, Awareness, Gümüşhane University.

Öz

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte çevrimiçi platformlar bireylerin önemli iletişim araçlarından biri olmaktadır. Kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde bilgi paylaşımının gerçekleştirildiği çevrimiçi platformlarda kullanıcıların kişisel verilerinin güvenliği ve gizliliği önemli bir konudur. Bu bağlamda çalışma, öğrencilerinin çevrimiçi mahremiyet farkındalığını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, öğrencilerin bu konu hakkında farkındalık düzeylerinin tespit etmek ve farklı demografik değişkenler arasında mahremiyet farkındalığına yönelik anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemektir. Bu amaca ulaşmak için veriler, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören 18 yaş üstü 282 öğrenciden amaçlı örneklem yöntemi yoluyla toplanmıştır. Verilerden elde edilen sonuca göre, katılımcıların çevrimiçi farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Çevrimiçi Mahremiyet, Farkındalık, Gümüşhane Üniversitesi.



INTRODUCTION

Online privacy has become one of the top concerns of the digital age. In the modern era when we spend most of our daily lives on the internet, protection of personal information and being aware of and determining who can access personal information emerges as a critical issue. With the spread of digital technologies, the issues of sharing personal information and protecting privacy in online environments have become even more important. While social media platforms, shopping sites and various applications collect user data, they ignore the privacy rights of individuals. This poses severe risks such as misuse of personal data, unauthorized tracking and online identity theft. Especially young people and university students use the internet intensively for both educational and social purposes and share their personal information on a variety of digital platforms. In view of this, confidentiality of personal data and the protection of privacy in online environments are becoming an increasingly critical issue. There are many studies on online privacy of students and youth in the literature. The following studies can be cited as examples of such studies.

Youn (2005) discussed young people's perceptions of online privacy and how they cope with it using a risk-benefit assessment approach. The study revealed that higher risk perception of personal information disclosure led to less willingness of the participants to provide information to websites. It has also been found that as the participants become less likely to provide their information to a website, they tend to exhibit adaptive coping behaviors, such as providing inaccurate or incomplete information. In a study conducted by Tuunainen, Pitkänen, & Hovi, (2009) on online privacy awareness, it was concluded that most Facebook users were not aware that they disclosed seriously private information and that their information could be seen by others, and Facebook privacy policy and terms of use are largely unknown and not understood by its users. In another experimental study on privacy awareness in Web forums by Pötzsch et al. (2010) the users were presented clues about privacy (who can see my posts, what kind of personal data can forum providers see etc.) The results of the experimental study show that the presentation of privacy-related clues indeed increased privacy awareness of forum users. Boyd and Hargittai (2010) examined the attitudes and practices of a group people composed of 18 and 19 year olds about Facebook's privacy settings. Researchers have concluded that young people disclose their personal information in spite of having online privacy concerns. A study by Thon and Jucks (2014) determined that individuals' privacy awareness was high, but their communication was not compatible with this level of awareness. In another study, Semiz Türkoğlu (2018) concluded that young people compromise their privacy as social media use increases. In another study by Jegede et al. (2017) on students, the researchers concluded that a high level of literacy does not necessarily mean a high level of privacy awareness. It was also found that privacy-conscious participants did not have the skills and knowledge to ensure data and user privacy on their mobile devices. It is determined that those who have this knowledge and skill make concessions from privacy due to financial gain. In the study by Karadaş and Kara (2021) it was concluded that there was a positive and significant relationship between online privacy awareness and digital literacy, virtual environment interpersonal trust, age, length of internet use in years, and length of mobile device use in years, and there was no significant relationship between online privacy awareness and year of social media use. In the study by Kaya and Yaman (2022) on online privacy literacy, it was observed that university students had a high level of online privacy literacy and female students had higher levels of online privacy literacy than male students. In another study on the same issue, the relationship between online privacy anxiety and emotional intelligence of university students was examined. Yabancı et al. (2018) found that there was no significant relationship between the emotional intelligence levels of university students and their online privacy anxiety levels. In another study, Avcı and Kayıran (2023) found that the online privacy awareness of students studying in the field of child development was high. In addition, no significant difference was found between the screen addiction and online privacy awareness levels of students according to gender, class and social media usage purposes.

The current study aims to determine the online privacy awareness levels of university students and to determine whether there is a significant difference in privacy awareness levels in terms of different demographic variables. With this aim in mind, a questionnaire was administered to the students recruited among the students of Gümüşhane University Faculty of Communication by purposeful sampling method. While the first part of the two-part questionnaire questions was about demographic

characteristics and social media use, the second part of the questionnaire included the "*Online Privacy Awareness Scale*", which was validated by Korkmaz et al. (2021) The data obtained as a result of the survey were analyzed with the SPSS program.

THE CONCEPT OF PRIVACY AND ONLINE PRIVACY

The fact that the concept of privacy has a different meaning for each individual makes it difficult to define the concept of privacy because they vary across people, cultures and periods. In the literature, the concept of privacy is defined as "*protection from unwanted approaches of others*" cited in Belsey and Chadwick, (2011). It is also defined as follows: "privacy, which is based on the protection of each individual's private life, personal information and body information freely by that individual, is the right to keep private life confidential" (Kütükoğlu, 2021, s. 124). It corresponds to the situation in which the individual is free to decide to disclose information about herself, which does not cause any harm when known to others and which the individual perceives to be private to herself. When defining the concept, it should be underscored that the concept of privacy will vary according to time and place (Çetin, 2015, s. 781). The concept of privacy is essentially the freedom of the individual to choose with whom he/she can share his/her information and details.

Giddens (2010, s. 123) remarked that the concept of privacy has undergone a historical transformation, Habermas (2022, s. 257) underscored that this transformation may be experienced differently in individuals, cultures and societies and the meaning attributed to privacy may differ. Çelikoğlu (2008, s. 24) emphasizes the importance of the impact of four factors in changing the concept of privacy:

- Developments in information and communication technologies,
- The effort to create a society consisting of individuals who care about freedom as a result of the changes in family and business life with the Industrial Revolution and the increase in education level,
- The fact that individuals have the chance to follow technological developments more closely with the increase in their purchasing power and the development of product marketing techniques as a result of economic improvement, and
- The employment of surveillance techniques to ensure the public interest thanks to developments in the political field.

This study focuses on the concept of online privacy, which has found its place in the literature as a result of the developments in communication technologies. With technological developments, users meet many needs such as obtaining information from the digital world, having fun, and communicating. Unlimited data flow offered to users and content sharing left to user control have led to the secrecy underpins the basis of privacy to be undermined and affected the limits of privacy. Individuals are anxious about the limits of privacy concept, which is defined as "*something that should be and remain secret*" (Aslanyürek, 2016) and which has emerged with the developments in communication technologies. The fact that the control over how much information the individual will share about his/her own life was breached by these technologies reminds the following statement by Bauman (2017: 33): "*Whether we realize it or not, whether we like it or not*" the problem of this age is privacy (Demirel, 2021). Online privacy can be defined as "*a concept related to the privacy and security level of personal information shared consciously or unconsciously on the Internet*" Aslanyürek (2016). Online privacy also refers to the control of individuals over the extent other users can access online personal data, as well as having the option to make private data totally inaccessible (Milne, Rohm, & Bahl, 2004). Today, besides the affordances they offer to their users, internet technologies bring along the risk of negative experiences such as violations of users' privacy, which requires the users are to be cautious. (Karaarslan, Eren, & Koç, 2014) state that the online footprints of the users are followed as soon as they get connected to the internet. Although individuals take precautions during use, their activities in these environments can be monitored and thus their privacy can be violated.

Each step taken by the internet user online leads to a data collection process about him/herself. In the digital environment, it is normal for individuals to have a concern about the violation of their privacy and to have questions about how cookies in the online environment will affect their future lives.

However, studies conducted on level of such awareness, Topbaş ve Gazi (2016), show that individuals have low awareness. In addition, although individuals are aware that the privacy in online environments is violated, it is also possible that the threat posed by this situation is ignored. As (Jordaan & Heerden, 2017) stated, users can sometimes disclose their own personal information.

In brief, it is a fact that individuals do not fully understand or care enough about the privacy risks they face in the online world. This can cause us to question the extent to which online security and privacy affect individuals' behavior.

METHODOLOGY AND FINDINGS

The main purpose of this research is to examine the online privacy awareness levels of students at Gümüşhane University Faculty of Communication and to reveal possible significant differences in terms of this awareness across different demographic variables. In the data collection process, feedback was received from the participants using the face-to-face survey technique. Within the scope of the study, data were collected from 282 students over the age of 18 studying at Gümüşhane University Faculty of Communication using the purposeful sampling method.

Before the study, a pilot test was administrated to 50 participants to test the comprehensibility of the statements in the questionnaire form and to identify the statements that were not understood by the participants and remove them from the questionnaire form. In line with the results of this pilot test, the final version of the questionnaire form was obtained and administrated to the students studying in the Public Relations and Publicity (PRP), Radio Television and Cinema (RTC) and Journalism (JRN) departments of the faculty. The questionnaire consists of two parts.

In the first part of the questionnaire, in addition to demographic information such as gender, age, and the department they study, there are questions about the purposes for which they use social media, daily time spent on social media, and the social media platforms they prefer most. These questions aim to determine students' social media usage habits and preferences.

The second part of the questionnaire consisted of the "Online Privacy Awareness Scale" (OPAS). This scale was developed by Korkmaz et al. (2021). This scale consists of 17 five-point Likert type items and 3 factors. The first factor of the scale, "Attention", consists of 7 items. The second factor, "Security", consists of 5 items and the third factor, "Communication and Sharing" consists of 5 items. Three factors in the scale explain 47.709% of the total variance. The reliability coefficient of the entire scale (Cronbach's) was calculated as .794. As for the reliability analysis of the factors, Cronbach's Alpha for each of the three factors was found to be as follows: Attention= .776, Security = .696, and Communication and Sharing= .713.

As the study follows a cross-sectional design, the generalizability of the results is limited in terms of time. In addition, another limitation of the study is that it was carried out only with the participation of Gümüşhane University Faculty of Communication students. Therefore, the findings do not include students from other universities. The data for the study were collected between May 27 and June 7, 2024. The study seeks to answer the following questions:

1. What is the level of online privacy awareness of the participants in the study?
2. Does the level of online privacy awareness differ significantly according to some demographic variables and departments?
3. How do the participants' scores in sub-dimensions of online privacy awareness relate to each other?

Skewness and kurtosis coefficients were examined to determine whether the data obtained in the study showed normal distribution. The fact that the skewness and kurtosis values are in the range of -2 to +2 indicates that the data are compatible with normal distribution (Mallery & George, 2010). In line with these results, parametric tests were used in the research.

Percentage and frequency analyses were used to analyze the demographic characteristics of the participants in the study. Independent samples t-test and ANOVA tests were employed to examine the online privacy awareness levels of the participants according to demographic variables. In the ANOVA analysis, the LSD post hoc test was applied to identify the source of differences observed between the groups. In addition, Pearson Correlation analysis was performed to determine the direction and strength of the relationships between the sub-dimensions of the Online Privacy Awareness scale: "Attention, Security, Communication, and Sharing."

Ethics Statement: The approval of the Ethics Committee was obtained with the decision of the Scientific Research and Publication Ethics Committee of the Rectorate of Gümüşhane University dated 30.05.2024 and numbered 2024/5.

Findings of the Study: The finding with regard to the gender, age, departments, frequency of social media use, reasons for social media use and the most frequently used social media tools are presented in the table below.

The finding with regard to the gender, age, departments, frequency of social media use, reasons for social media use and the most frequently used social media tools are presented in the table below.

Table 1. Distribution of Demographic Information of the Participants

Overview of the Participants (N = 282)			
		Frequency	Percentage
Gender	Female	144	51,1
	Male	138	48,9
Age	18-21	71	25,2
	21-24	183	64,9
	25% and above	28	9,9
Department	PRP	102	36,2
	RTC	85	30,1
	JRN	95	33,7
Frequency of use	Less than 1 hour	7	2,5
	1-3 hours	120	42,6
	4-6 Hours	106	37,6
	More than 6 hours	49	17,4

According to Table 1, 51,1% of the participants were female and 48,9% were male students. When the gender distribution is examined, it can be said that the students participating in the study are represented in a relatively balanced way on the basis of gender. As for age distribution, it is seen that the majority of the participants are between the ages of 21 and 24. The distribution of the departments in which the participants study is as follows: 36,2% of them attend the Department of Public Relations and Publicity, 33,7% of them attend the Department of Journalism and 30,1% of them attend the Department of Radio, Television and Cinema. When daily time the participants spent on social media daily are examined, 42,6% stated that they use social media for 1 to 3 hours, 37,6% use it for 4 to 6 hours, 17,4% use it for more than 6 hours and 2,5% use it for less than 1 hour.

The findings concerning the reasons the participants use social media are presented in Table 2.



Table 2. Reasons for Using Social Media

Reasons for using social media (N=839)	Frequency	Percentage
Keeping up-to-date	221	26,3
To have fun	186	22,2
Communicating with my acquaintances	151	18,0
Sharing my ideas - content generation	80	9,5
To spend free time	135	16,1
Meet people with common interests	37	4,4
Protesting and criticizing	29	3,5

The participants were informed in writing in the form that they could mark more than one option for the questions whose results are reported in Table 2 and Table 3. Therefore, the number "N" is different. While 26,3% of the participants prefer to use social media to be aware of current developments, 22,2% use it to have fun, 18% use it to communicate with their acquaintances, and 16,1% to use it to spend free time. On the other hand, 3,5% of the participants use social media to protest and criticize, 4,4% use it to meet people with common interests, and 9,5% use it to share their ideas and produce content.

The findings with regard to the most frequently used social media tools are presented in Table 3.

Table 3. Distribution of Social Media Tools

Social media tools (N=839)	Frequency	Percentage
Instagram	267	41,1
X	99	15,3
Facebook	26	4,0
YouTube	159	24,5
TikTok	70	10,8
Pinterest	24	3,7
LinkedIn	4	0,6

According to Table 3, 41,1% of the students participating in the study frequently use Instagram, 24,5% use YouTube, and 15,3% use X platform. The least used social media platforms are Facebook, Pinterest and LinkedIn.

Table 4. Results of Factor Analysis

Factors	1	2	3	Cronbach's Alpha
Security				,825
1. I check the security certificates and data encryption methods of internet sites and mobile applications.	,809			
2. I pay attention to what information the plugins in my web browser will access	,787			
3. When installing an application on my mobile device, I pay attention to which permissions the application requests.	,768			
4. I check the security of the websites I visit.	,752			
5. I have information about the cookie files used by internet sites.	,637			
Communication and Sharing				,806
6. I share other people's information, pictures, videos, etc. online without needing to ask for permission.		,813		
7. I share my personal information (address, date of birth, age, job, phone, etc.) with people I do not know in online environments.		,761		
8. I communicate with people I do not know in online environments.		,758		
9. I allow people I don't know to follow me or become friends in online environments.		,736		



10. I share screenshots of my correspondence with my friends or relatives without the need for permission. ,684

Attention

11. I check the privacy settings and notifications of the online platforms I use. ,687

12. I set the privacy settings of my account in the online environments I use (social networks, shopping sites, games, etc.). ,799

13. I make sure that the passwords I use in online environments are strong (using uppercase and lowercase letters, numbers, special characters and at least 8 characters). ,592

Eigenvalue	3,022	2,865	1,857
Variance Explained	23,248	22,036	14,283
Total Variance Explained	59,567		
KMO	0,795		
Barlett Test	1245,395 (sd. 78; p= ,000)		
Cronbach's Alpha	,751		

The data obtained from Online Privacy Awareness Scale composed of 17 items were subjected to Exploratory Factor Analysis. As a result of this analysis, the factor loads of the following statements, which existed in the original form of the scale, "I understand whether the content of the messages I receive from e-mails and social networks is reliable," "I am aware that the information I share online can be used by companies, government agencies or hackers," "I understand whether the messages or e-mails from people I do not know in online environments pose a security risk" and "I am aware that the information I share on online platforms can be used by malicious people" were found to be below 0.50 or they were overlapping. Therefore, these items were excluded from the analysis because their factor loads. The analysis continued with the remaining 13 items. A factor load value of 0.45 or higher is a good criterion for selection (Büyüköztürk, 2009, s. 124). As a result, there factors (Security, Communication and Sharing and Attention) were obtained with the remaining 13 items. The items in the "Communication and Sharing" factor are positive in terms of structure and negative in terms of meaning. Therefore, the items in this factor were inverted and then coded during the analysis.

The eigenvalue of the factors obtained is expected to be greater than 1. As seen in Table 4, the eigenvalue of the Safety factor is 3,022, the eigenvalue of the Communication and Sharing factor is 2,865, and the eigenvalue of the Attention factor is 1,857. The total variance explained by these factors is 59.567%. The explained variance rate is expected to be no less than 60%. However, according to some researchers, the minimum variance explanation rate is 50% (Coşkun, Altunışık, & Yıldırım, 2010, s. 273). According to the Bartlett test, a significant relationship was found between the variables subjected to factor analysis and the factor ($p = ,000$), Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = ,795. In other words, it is possible to say that the data are suitable for factor analysis and the construct validity of the factors is also ensured. KMO is expected to be higher than ,60 (Büyüköztürk, 2009, s. 126). According to the results of the factor analysis, the maximum weight level is ,809 and the minimum weight level is ,592. On the other hand, the Cronbach Alpha coefficient of the scale is ,751. Thus, the scale is quite reliable (Akgül & Çevik, 2005, s. 436). The Cronbach Alpha coefficient of the safety factor is ,825 and the explained variance rate is 23,248%. The Cronbach Alpha coefficient of the Communication and Sharing factor is ,806 and the explained variance rate is 22,036%. The Cronbach Alpha coefficient of the attention factor is ,687 and the explained variance rate is 14,283%. According to these results, it is seen that the factors in the scale are also quite reliable.



Table 5. Scale Item Scores

Factors	Items	\bar{X}	SD
Security	1. I check the security certificates and data encryption methods of internet sites and mobile applications.	3,68	1,32
	2. I pay attention to what information the plugins in my web browser will access	3,71	1,24
	3. When installing an application on my mobile device, I pay attention to which permissions the application requests.	3,70	1,14
	4. I check the security of the websites I visit.	3,68	1,27
	5. I have information about the cookie files used by internet sites.	3,21	1,36
	Mean	3,59	1,01
Communication and Sharing	6. I share other people's information, pictures, videos, etc. online without needing to ask for permission.	4,40	1,12
	7. I share my personal information (address, date of birth, age, job, phone, etc.) with people I do not know in online environments.	4,22	1,27
	8. I communicate with people I do not know in online environments.	3,89	1,31
	9. I allow people I don't know to follow me or become friends in online environments.	3,81	1,34
	10. I share screenshots of my correspondence with my friends or relatives without the need for permission.	4,14	1,28
	Mean	4,09	,95
Attention	11. I check the privacy settings and notifications of the online platforms I use.	3,60	1,27
	12. I set the privacy settings of my account in the online environments I use (social networks, shopping sites, games, etc.).	3,87	1,26
	13. I ensure that the passwords I use in online environments are strong (using uppercase and lowercase letters, numbers, special characters, and at least 8 characters).	4,10	1,19
	Mean	3,85	,97
Criteria Mean		3,84	,64

(1) Never, (2) Rarely, (3) Occasionally, (4) Often, and (5) Always

The findings in Table 5 reveal how the participants responded to the statements in the Online Privacy Awareness Scale. When evaluated in general, it can be said that the online privacy awareness levels of the participants in the study are high. In other words, it can be stated that the participants are aware of online privacy. While the most important factor in online privacy awareness is the "Communication and Sharing" dimension, the least important one is the "Security" dimension. The statements in online privacy in the security factor with the highest level of awareness are "I pay attention to what information the plugins in my web browser will access" and "I pay attention to what permissions the application requests when installing an application on my mobile device", respectively. The item with the lowest awareness score in this factor is "I have information about the cookie files used by websites". The items in the "Communication and Sharing" factor are positive in terms of structure and negative in terms of meaning. Therefore, the items in this factor were inverted and then coded during the analysis. Accordingly, the statements in this factor receiving the highest level of awareness scores are: "I share information, pictures, videos, etc. belonging to others online without the need for permission" and "I share my personal information (address, date of birth, age, job, phone, etc.) with people I do not know in online environments". In other words, the participants stated that they did not actually agree with these statements. The statement with the lowest level of awareness score in this factor is: "I allow people I don't know to follow me or be friends in online environments". As for the attention factor, the statement



with the highest awareness score is "I ensure that I use strong passwords in online environments (using uppercase and lowercase letters, numbers, special characters and at least 8 characters). The statement the participants indicated to be least aware of in this factor is "I check the privacy settings and notifications of the online platforms I use".

Table 6. Comparison of Online Privacy Awareness Dimensions by Gender

Dimensions	Gender	N	\bar{X}	SD	t-value	Sig.
Security	Female/Male	144	3,47	1,04	-1,95	,051
		138	3,71	,97		
Communication and Sharing	Female/Male	144	4,36	,78	5,03	,000
		138	3,81	1,03		
Attention	Female/Male	144	3,90	,90	,94	,346
		138	3,79	1,05		

Table 6 shows the sub-dimensions of the Online Privacy Awareness Scale and the comparison of the students participating in the study in terms of gender. Accordingly, a statistically significant difference was found between the mean scores in the "Communication and Sharing" dimension in terms of gender ($p = ,000$). Thus, it is possible to say that female students have a high level of awareness of their online privacy in the dimension of communication and sharing compared to male students. On the other hand, there is no statistically significant difference in terms of gender in the other sub-dimensions.

Table 7. Comparison of Online Privacy Awareness Dimensions by Age Groups

Sub-Dimensions	Age	N	Mean	SS	F	p	Significant Difference
Security	A-18-21	71	3,65	1,00	,430	,651	
	B-21-24	183	3,59	,99			
	C-25 and above	28	3,44	1,20			
Communication and Sharing	A-17-21	71	4,20	,74	1,55	,214	
	B-21-24	183	4,01	1,06			
	C-25 and above	28	4,27	,62			
Attention	A-17-21	71	3,95	,82	1,29	,276	
	B-21-24	183	3,85	,95			
	C-25 and above	28	3,60	1,40			

Table 8. Comparison of Online Privacy Awareness Dimensions by Department

Sub-Dimensions	Department	N	Mean	SS	F	p	Significant Difference
Security	A-PRP	102	3,57	,99	,323	,724	
	B-RTC	85	3,66	1,05			
	C-JRN	95	3,54	1,01			
Communication and Sharing	A-PRP	102	4,22	,86	2,01	,135	
	B-RTS	85	3,94	1,12			
	C-JRN	95	4,07	,86			
Attention	A-PRP	102	3,97	,96	1,14	,321	
	B-RTC	85	3,81	,95			
	C-JRN	95	3,77	1,01			

Table 7 and Table 8 show the results of the ANOVA analysis conducted to compare the online privacy awareness sub-dimensions of the participants in terms of age and department. According to the results

of the analysis, no statistically significant difference was found in the mean scores in the online awareness sub-dimensions in terms of age and department of the participants ($p > ,05$).

These findings show that age and department variables do not have a determining effect on the online privacy awareness levels of the participants in the study.

Table 9. Correlation Analysis Between Factors

	Security	Communication and Sharing	Attention
Security	r 1	-,049	,433 **
	p	,411	,000
	n 285	282	282
Communication and Sharing	r- ,049	1	,090
	p ,411		,131
	n 282	282	282
Attention	r ,433 * *	,090	1
	p= ,000	,131	
	n 282	282	282

* * Correlation is significant at 0.01 level.

Table 9 shows the results of the correlation analysis between factors. According to Table 9, there is a significant ($p= ,000$) positive and moderate relationship between the safety factor and attention ($r = ,433$) factors. In other words, it can be said that as the attention dimension, which is one of the online privacy awareness dimensions of the participants in the study, increases, the security dimension may also increase. On the other hand, there is no statistically significant relationship between the other factors.

CONCLUSION

This study was conducted to measure the online privacy awareness of university students and to examine how this awareness differs according to various demographic variables. With this aim in mind, the data for the study were collected from 282 students over 18 studying at Gümüşhane University Faculty of Communication between May 31 and June 11, 2024, through the purposeful sampling method.

In this study, online privacy awareness levels of the participants, the relation between online privacy awareness and demographic characteristics and the department they study in, and the relationship between the sub-dimensions of online privacy awareness were examined.

In line with the data obtained from the participants, it was determined that the online privacy awareness levels of university students were generally high. This finding is similar to the results of the studies conducted by Kalaman (2017), Korkmaz et al. (2021) Karadaş and Kara (2021) and Avcı and Kayıran (2023). According to these findings, it can be said that online privacy awareness is a common phenomenon among university students. This awareness can also be associated with the rapid development of digital technologies and increasing concerns about the protection of personal data online.

In the study, data on the relationship between the online privacy awareness level and the demographic characteristics and the department they study in were also evaluated. When considered in terms of gender, a significant difference has been revealed in the dimension of ‘communication and sharing’, which is one of the dimensions of online privacy awareness. To be more specific, it was determined that female students had a higher level of awareness about their online privacy in the ‘communication and sharing’ dimension compared to male students. It was revealed that there was not a significant difference in terms of gender in the dimensions of safety and attention. When the studies in the literature are examined, it is seen that some studies reported significant differences in terms of gender in online privacy awareness (O’Neil, 2001; Tifferet, 2019; Korucu & Gürkez, 2019; Kaya & Yaman, 2022; Yazgan , 2022) while others reported no significant difference in terms of gender (Karadaş & Kara, 2021); (Bolat, 2022); (Avcı & Kayıran, 2023). Previous research reported significant differences particularly in favor of females. Based on these findings, it can be said that online privacy awareness differs according to gender. The fact that females in particular exhibit higher awareness level in the



"communication and sharing" dimension reveals that they are more sensitive to their privacy in online platforms. This may indicate that females tend to be more careful and cautious when sharing their personal information. However, the lack of gender difference in terms of "safety" and "attention" dimensions suggests that these dimensions of awareness develop in similar ways regardless of gender. The fact that there are different results on this subject in the studies in the literature suggests that the research findings may vary depending on different sample groups, cultural factors or scales used in the study.

As a result of the analysis of online privacy awareness dimensions in terms of age and department, it has been revealed that there is no significant difference in online privacy awareness dimensions in terms of age and department studied. However, some studies report different results. When considered in terms of age, Zeissig et al., (2017), De Wolf (2019), Karadaş and Kara (2021) and Goyeneche et al., (2024) revealed that there was a significant difference in privacy awareness in terms of age. The findings of this study diverge from the results of some previous research. To be more clear, some studies conclude that online privacy awareness increases as age increases, while others reach to the conclusion that age is not a determinant. In other words, the age factor may not be a fundamental determinant of online privacy awareness.

Considering the relationship between online privacy awareness and the department of study, the result of this study and the result of the study conducted by Karadaş and Kara (2021) coincide. However, in the study conducted by May and Sébastien (2011), it was concluded that online privacy awareness significantly differed in terms of department, in other words online privacy awareness levels of students majoring in different subjects were different. In line with all this information, it can be said that there is not always a clear and consistent relationship or difference in online privacy awareness in terms of age and department.

When the relationships between the sub-dimensions of online privacy awareness were examined, it was determined that there was a positive and significant relationship between the "attention" and "security" dimensions. Based on this finding, it was concluded that as individuals' awareness in the attention dimension increased, their awareness in the safety dimension also increased. However, it was found that "communication and sharing" dimension was significantly related neither with the "attention" nor with the "security" dimension. These findings suggest that as respondents become more aware of online security, their tendency to exercise caution may increase. As a result of this research, it can be said that the concepts of safety and attention support each other in online environments, and individuals who gain awareness about safety tend to be more careful.

According to the results of the current study, online privacy awareness of university students is generally high and this awareness is partially related to demographic variables such as gender, age and department. While it is noteworthy that especially female had a higher level of awareness than males in the "communication and sharing" dimension, no consistent relationship was found between awareness and factors such as age and department. These results reveal that online privacy awareness may differ depending on the gender of individuals, but this difference is not always evident in other demographic variables such as age and department. Moreover, the positive relationship between attention and security dimensions indicates that online security awareness progresses in parallel with being careful in online environments. However, the lack of a significant relationship between the "communication and sharing" dimension and other dimensions of awareness can be interpreted to indicate that different dimensions of online privacy are perceived differently for individuals and that not every dimension is considered equally important.

REFERENCES

- Çelikoğlu, N. (2008). *Mahremiyet' Kişiyeye Ait Özel Alanlar Tartışması*. İstanbul: İskenderiye Yayınları.
- Çetin, E. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Fotoğraf, Yer/Mekân Bildirim Paylaşımları Ve Mahremiyet: Facebook Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 779-789.
- Akgül, A., & Çevik, O. (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri: SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamalar*. Ankara: Emek Ofset Ltd. Şti.



- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcılarının İnternet Güvenliği ve Çevrimiçi Gizlilik ile İlgili Kanaatleri ve Farkındalıkları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 80-106.
- Avcı, A., & Kayıran, D. (2023). Çocuk Gelişimi Ön Lisans Öğrencilerinin Ekran Bağımlılığı ve Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalıklarının İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 11(3), 1802-1815.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Bolat, Ü. (2022). İlkokul Öğretmenlerinin Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi. *Route Educational & Social Science Journal*, 9(5), 182-192.
- Boyd, D., & Hargittai, E. (2010). Facebook Privacy Settings: Who Cares? *First Monday*, 1-24.
- Chadwick, R., & Belsey, A. (2011). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. İstanbul: Ayrıntı Yayıncılık.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- De Wolf, R. (2019). Contextualizing how teens manage personal and interpersonal privacy on social media. *New Media & Society*, 22(6), 1058-1075.
- Demirel, Ç. (2021). 21. Yüzyılda Gazeteciliğin Morfolojisi: Mahremiyet Artık Mümkün mü?. *Mahremiyetin Medyası*. içinde Konya: Eğitim Yayınevi.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin Dönüşümü*. İstanbul: Ayrıntı Yayıncılık.
- Goyeneche, D., Singaraju, S., & Luis, A. (2024). Linked by age: a study on social media privacy concerns among younger and older adults. *Industrial Management & Data Systems*, 124(2), 640-665.
- Habermas, J. (2022). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jegede, A., Chagga, C. A., Aimufua, G., Mazadu, J., Oloyede, A., & Olubodun, K. (2017). Mobile Privacy Awareness of Higher Education Students in Plateau State Nigeria. *Transformika*, 15(1), 291-300.
- Jordaan, Y., & Heerden, V. (2017). Online Privacy-Related predictors of Facebook Usage Intensity. *Computers in Human Behavior*(70), 90-96.
- Kütükoğlu, E. (2021). Karantina ve Etkileri: Covid 19 Pandemisi Sosyal Medyada Mahremiyet Algısını Değiştirdi mi? E. Kütükoğlu içinde, *Mahremiyetin Medyası* (s. 123-150). Konya: Eğitim Yayıncılık.
- Kalaman, S. (2017). Yeni medya ve mahremiyetin dönüşümü: Facebook Türkiye örneği. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 1-19.
- Karaarslan, E., Eren, M. B., & Koç, S. (2014). Çevrimiçi Mahremiyet: Teknik ve Hukuksal Durum İncelemesi. *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirisi*, (s. 27-29). İzmir.
- Karadaş, E., & Kara, M. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalıklarının Belirli Etkenler Açısından İncelenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 25(1), 147-162.
- Kaya, S., & Yaman, D. (2022). Examining University Students’ Online Privacy Literacy Levels on Social Networking Sites. *Participatory Educational Research (PER)*, 9(3), 22-45.
- Korkmaz, Ö., Vergili, M., & Emel, K. (2021). Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 297-311.
- Korucu, A., & Gürkez, Ş. (2019). An analysis of online privacy concerns of teacher candidates. *Participatory Educational Research*, 6(2), 15-25.
- Mallery, P., & George, D. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 update. Boston: Pearson.
- May, M., & George, S. (2011). Privacy Concerns in E-learning: Is Using Tracking System a Thread? *International Journal of Information and Education Technology*, 1(1), 1-8.
- Milne, G., Rohm, A., & Bahl, S. (2004). Consumers’ Protection of Online Privacy and Identity. *Journal of Consumer Affairs*, 38(2), 217-232.
- O’Neil, D. (2001). Analysis of Internet Users’ Level of Online Privacy Concerns. *Social Science Computer Review*, 19(1), 17-31.
- Pötzsch, S., Wolkerstorfer, P., & Graf, C. (2010). Privacy-awareness information for web forums: results from an empirical study. A. Morch, & K. Morgan (Dü.), *NORDICHI06: The 4th Nordic Conference on Human-Computer Interaction* içinde (s. 363-372). Oslo: Association for



Computing Machinery.

- Semiz Türkoğlu, H. (2018). The Effective Investigation on Measurement of Exclusion and Difference with the Concept of Social Media. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*(54), 163-189.
- Thon, F., & Regina, J. (2014). Regulating privacy in interpersonal online communication: The role of self-disclosure. *Studies in Communication Sciences*, 3-11.
- Tifferet, S. (2019). Gender differences in privacy tendencies on social network sites: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 93, 1-12.
- Topbaş, H., & Gazi, M. A. (2016). Sosyal ağlarda gizlilik kaygısının Ölçülmesi: İnönü Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 143-160.
- Tuunainen, V. K., Pitkänen, O., & Hovi, M. (2009). Users' Awareness of Privacy on Online Social Networking Sites – Case Facebook. *22nd Bled eConference eEnablement: Facilitating an Open, Effective and Representative eSociety*, (s. 1-16). Slovenia .
- Yabancı, C., Figen, A., & Emrah, U. (2018). Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*(54), 191-218.
- Yazgan, Ç. (2022). Investigation of the Relationship between Online Privacy Concerns and Internet Addiction among University Students. *Medya Ve Din Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 61-77.
- Youn, S. (2005). Teenagers' Perceptions of Online Privacy and Coping Behaviors: A Risk–Benefit Appraisal Approach. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 86-110.
- Zeissig, E.-M., Lidynia, C., Vervier, L., Gadeib, A., & Ziefle, M. (2017). Online Privacy Perceptions of Older Adults. J. Zhou, & G. Salvendy (Dü.), *Interacción* içinde, (s. 181-200). Canada.





INTERNATIONAL MEDIA FRAMING OF THE PALESTINIAN-ISRAEL WAR

FİLİSTİN-İSRİL SAVAŞININ ULUSLARARASI MEDYADA ÇERÇEVELENMESİ

Mehmet Akif GÜNEY¹



ORCID: M.A.G. 0000-0003-1039-5440

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Mehmet Akif Günay

Gümüşhane University, Türkiye

E-mail/E-posta: mag-user@hotmail.com

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %9

Revision Requested/Revizyon talebi:

02.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

25.02.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır. / There is no element in the study that requires ethics committee approval.

Citation/Atf: Günay, M.A. (2025). Filistin-İsrail

Savaşının Uluslararası Medyada Çerçevelemesi.

The Turkish Online Journal of Design Art and

Communication, 15 (2), 526-542.

<https://doi.org/10.7456/tojdac.1615156>

Abstract

The Palestinian-Israel conflict is a complex and multifaceted issue that has persisted for decades. The violent incidents that erupted on October 7, 2023, have significant global repercussions. This study analyzes the framing employed in the headlines and subheadings regarding the Palestinian-Israel conflict during the initial five days of the outbreak, as well as how these frames relate to the editorial policies of major newspapers. In this context, the available issues of The New York Times, The Guardian, Hürriyet, and Taz newspapers published in the USA, the UK, Turkey, and Germany from this period were analyzed using a framing approach. The analysis revealed that Hürriyet, representing Turkey, utilized frames that reinforced neutrality in the early days of the conflict. Conversely, The New York Times, The Guardian, and Taz predominantly employed frames that favored Israel in their coverage. Overall, we found that Hürriyet and the other sample newspapers did not present the news with complete impartiality and objectivity in accordance with journalistic principles.

Keywords: Palestine-Israel War, Framing, News Frames.

Öz

Filistin-İsrail savaşı, on yıllardır devam eden, karmaşık ve çok boyutlu bir sorundur. 7 Ekim 2023'te yeniden alevlenen şiddet olayları, dünya genelinde büyük yankı uyandırmıştır. Bu çalışmada, savaşın ilk beş gününde manşet ve alt başlıklarda Filistin-İsrail savaşına dair hangi çerçevelerin kullanıldığı ve bu çerçevelerin gazetelerin yayın politikalarıyla nasıl ilişkili olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda ABD, İngiltere, Türkiye ve Almanya'da yayın yapan The New York Times, The Guardian, Hürriyet ve Taz gazetelerinin bu döneme ait erişilebilen sayıları çerçeveleme yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, Türkiye'yi temsil eden Hürriyet gazetesinin savaşın ilk günlerinde tarafsızlığı pekiştiren çerçeveler kullandığı tespit edilmiştir. Buna karşılık, The New York Times, The Guardian ve Taz gazetelerinin manşet ve alt başlıklarında genellikle İsrail'i destekleyen çerçeveler kullandığı gözlemlenmiştir. Genel anlamda, Hürriyet ve diğer örneklem dâhilindeki gazetelerin, gazetecilik ilkeleri çerçevesinde haberleri tam anlamıyla tarafsız ve nesnel bir şekilde sunmadıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Filistin-İsrail Savaşı, Çerçeveleme, Haber Çerçeveleri.



INTRODUCTION

Goffman's framing theory serves as a crucial foundation for comprehending the media's presentation of events. By presenting news through certain frames, the media shapes the public's perception of events (Goffman, 1974) and plays a critical role in bringing international conflicts to the public and understanding them. The media conveys conflict zones, which the public cannot directly access, within specific frames that significantly influence the public's perception of the conflict. The media particularly conveys international crises, and the frames employed in this process shape the conflict's construction (Cottle, 2009, p. 110). Mass media present events by shaping them in line with both the perceptions of journalists and the commercial interests of media organizations; thus, the media has the capacity to direct social perception by highlighting certain (Stout & Buddenbaum, 2003, p. 1).

The Palestinian-Israel war has been one of the issues at the center of media framing studies. Both local and international media outlets have presented this long-lasting and complex conflict through different frames, creating various narratives about how to interpret the events, which side is right or victimized, and what the possible solutions are. The selective narratives used by the media in framing this conflict have directly affected the perception of the masses and created different perspectives on the internal dynamics of it. As Goffman (1974) puts it, the media not only conveys information but also provides viewers with a guide on how to interpret events.

According to framing theory, the media chooses specific narratives that highlight conflict aspects, assign blame to specific actors, and propose solutions (Entman, 1993, p. 52). For example, the frames used by media outlets during different periods of the Palestinian-Israel war created different understandings of the nature of the conflict. These narratives, sometimes based on terrorism, sometimes on legitimate defense, and sometimes on human rights violations, have significantly shaped attempts to understand and resolve the conflict.

The Palestinian-Israel war is one of the most protracted and complex in modern history. There is an extensive literature on the origins, development, and effects of this war (Morris, 2001; Gelvin, 2014). This study employs media framing theory to comprehend the international media's framing of the Palestinian-Israel war and their perspectives on this conflict.

This study examines the framing of the Palestinian-Israeli War by foreign media and comprises three sections, excluding the introduction and conclusion. The first part examines research on the representation of the Palestinian-Israeli War in the media and provides a comprehensive analysis of framing theory. The next part outlines the methodology, objectives, and constraints of the research. The final part examines the research data through the content analysis methodology. In the end, we analyze and contextualize the findings in relation to previous research.

A LITERATURE REVIEW ON THE REPRESENTATION OF THE PALESTINIAN-ISRAEL WAR IN THE MEDIA

International media has consistently focused on the Palestinian-Israel war, leading to the production of numerous academic studies in this context. These studies scrutinize the framing of the war, the representation of the parties, and the impact of these representations on public perception.

Amer (2022), in his study titled 'BBC and New York Times' Coverage of the May 2021 Israel Onslaught on Gaza: A Critical Discourse Analysis,' aims to analyze how the New York Times and BBC covered the Israel attack on Gaza in May 2021. The study reveals that the New York Times and the BBC tend to legitimize Israel's attacks, prioritizing Israel's interests at all costs.

In their 2024 study, 'Corpus-Based Metaphorical Framing Analysis of War and Genocide Metaphors in the Palestinian-Israel Conflict in Western Media,' Jannat Nazir and Sidra Haroon (2004) conducted a critical and discursive analysis of CNN and The Guardian's coverage of the Palestinian-Israel war. The study concluded that CNN and The Guardian used the concept of 'war' 443 times to frame the conflict as a constant state of military aggression and violence and repeated the concept of 'genocide' 377 times to frame the conflict as a moral crisis.

Nurda Akiner and Ayhan K nger  (2016), ‘Israel's 2014 Gaza Attack in International Media Discourse: A Comparative Analysis on CNN and Al Jazeera,’ The authors examined the news on CNN and Al Jazeera channels regarding Israel's Gaza attack in 2014 using the discourse analysis method. The study concludes that significant discursive differences exist between CNN and Al Jazeera's news, highlighting the need to rethink the criteria of 'objectivity,' 'justice,' and 'equality' in the international media's approach to the conflict.

In her study, 'The Analysis Of The Israel-Palestine War In British Media Based On Bias In The News,' Ayça G kdemir (2024) sought to comprehend how the Daily Mail, Guardian, and Sun Newspapers approached the war. The content analysis method concluded that all three newspapers had a largely Pro-Israel attitude.

Dursun Yılmaz (2024), in his study titled ‘The Palestinian-Israel Conflict: An International Analysis from the Perspective of the Liberal Press,’ examined the attitude of the liberal press towards the Palestinian-Israel conflict and analyzed the ideological and political factors affecting its approach to the conflict. Yılmaz found that the liberal press emphasized the humanitarian dimension of the conflict more and presented a more objective perspective on it. This study makes an important contribution to how the ideological foundations of media outlets shape news content.

Again, Yılmaz's (2024) study titled ‘ Hamas-İsrail Conflict in Turkish Media: Analysis and Evaluation’ analyzes how the Turkish media covers the Hamas-İsrail conflict. This study underscores the impact of Turkish media news frames on societal perceptions and their reflection of specific political stances. Yılmaz has shown that the representation of Hamas in the Turkish media is generally negative, and this creates a negative attitude towards Hamas in public opinion.

FRAMING

Goffman first proposed the framing theory under the name "Frame Analysis." Goffman argued that individuals interpret what is happening in the world through their primary frames. This frame is considered primary because it is considered natural by the user (Gavin, 2024). We divide primary frames into two categories: natural and social. While natural frames describe purely physical events, social frames cover events shaped by human will, purpose, and intelligence (Goffman, 1974, p. 22). Natural frames serve as the foundation for social frames, which emerge in the course of communication and significantly impact the interpretation, processing, and dissemination of data. Goffman stated that individuals use these frames effectively even if they are not aware of them (Gavin, 2024).

Framing theory essentially posits that the presentation of an event influences the audience's processing of this information. News most commonly uses frames, abstractions that organize the meaning of the message. Frameworks influence audience thought and behavior (Gelvin, 2014).

Some media scholars characterize the framing approach as second-stage agenda setting, focusing on the specific presentation of issues without examining the processes that structure the media agenda. According to most researchers, framing analysis, unlike the first stage agenda-setting studies, analyzes the adjectives added to the topics through the framing of the news (Erdoğan, 2011). In this context, framing studies emphasize how the message shapes the perception structure of the society ( zarslan, 2007).

Agenda-setting theory and framing theory have a close relationship. Both theories are concerned with how the media draw public attention to certain issues. However, framing advances this process by presenting the news in a way that shapes the audience's interpretation of the information. Journalists typically consciously create frames (Gavin, 2024). Agenda-setting studies scrutinize the impact of media messages on the agenda, whereas framing studies scrutinize the presentation of the message and its genesis (McCombs & Ghanem, 2001).

Frame refers to the way communicators organize and present ideas, events, and issues (Gelvin, 2014).

Bateson (1972) defined the frame as a structure of meaning that offers insights into the interpretation of communicative acts within a specific context. Gamson and Modigliani (1989) see the frame as a central organizing idea for making sense of events, while Friedman (1979) characterizes frames as functions that determine the relationships between arguments at a certain level of abstraction. Vu and Lynn (2020), on the other hand, defined frames as emphasizing some elements and hiding others while producing content. All these definitions underscore that various contextual factors influence the design and construction of messages, aligning them with their determined purposes.

Entman (1993) stated that frames can emerge in four different dimensions: communicator, text, receiver, and culture. Communicators construct frames in line with their belief systems, while texts reflect frames through keywords, phrases, and visuals. Recipients interpret frames in texts, and culture functions as the source of commonly used frames. Frames select and emphasize an event, define the problem, establish cause-and-effect relationships, make moral judgments, and propose solutions.

Framing analysis is a method that examines the regular ways that social actors make sense of the world. Symbolic tools such as language play an important role in the process of objectifying and specifying experiences (Pan & Kosicki, 2001). According to Gamson and Modigliani (1989), frames serve as the "central organizing ideas" that structure political reality.

Framing organizes the presentation of events by selecting specific aspects of perceived reality, defining a problem, and proposing solutions (Entman, 1993). In media stories, the frames chosen by journalists can cause the same event to be presented in different ways (Özarslan, 2007). The creation of news frames assumes the natural emergence of certain behaviors (Fairhurst & Sarr, 1996). According to Ozarslan (2015), frames establish the fundamental framework of the news and dictate the elements of the message that receive emphasis.

Finally, framing is the main tool of meaning management. Determining the meaning of a topic or attributing meaning to it is about assessing its character and significance (Fairhurst & Sarr, 1996). According to Fairhurst & Sarr (1996), framing involves establishing the context, which encompasses the location and speaker of a meaning, as well as its correlation with the meanings that precede and follow it.

Framing in the media

In recent years, the concept of framing has received increasing attention in media studies. Media professionals and audiences, particularly in the fields of communication, sociology, and political science, organize and make meaning of events and issues through framing (Reese, 2001). The media organize reality in various ways by framing social, political, and economic events through language choice and specific news patterns (Durfee, 2006).

There are two types of actors in the creation of news frames: internal and external actors. While media professionals are internal actors, public relations experts, advertisers, pressure groups, and politicians are external actors. The interaction of these two actors determines the conveyed news. Rodelo and Muñiz (2019), argue that the material that political actors present to media members is an important influence that should be taken into account in framing the news.

The selection process of framing determines the presentation of news content. Frames emphasize certain aspects of events and affect the understandings that viewers will develop about them (Entman, 1991). This process selects, emphasizes, and elaborates on certain elements, leaving out others. Thus, framing becomes an organized structure of thought that forms the context of a news story (Tankard, 2001).

Media frames are the organization of meaning through visual and verbal symbols (Nelson, Clawson, & Oxley, 1997). The audience perceives and emphasizes certain aspects of an event based on these frames. In this process, the media influences public perception by deciding which stories to cover. Journalists, on the other hand, often present the news within an ideological bias (Patterson & Donsbagh, 1996).

According to framing theory, the media actively creates frames of reference that readers or viewers use to interpret political events (Tuchman, 1978). The fact that the media emphasize a particular issue and provide explanations about the causes and consequences of events contributes to the formation of news frames (Bloch-Elkon, 2007). The main elements of framing include tools like main and sub-headings, photographs, statistics, and graphics, which enhance the effectiveness of message delivery (Tankard, 2001).

Keywords, metaphors, concepts, and symbols concretize news frames. Frames process texts, emphasizing or hiding certain ideas. In this process, some information becomes more prominent, while others become invisible (Entman, 1991). Although framing does not completely eliminate inconsistent information, it makes one interpretation more understandable and memorable than others through repetition and embedding.

Media frames have a strong relationship with public beliefs and attitudes. By emphasizing certain situations, they shape public interpretations of events (Entman, 2008). Repetition makes media frames more salient (Huang & Fahmy, 2013). In political conflicts and crises, the media frames events in a dramatic way, making the public feel sympathy for one side (Karniel, Lavie-Dinur, & Azran, 2016).

News framing affects individuals' mental representations and understandings of events. We refer to these representations as 'event-specific schemas,' which shape viewers' perceptions of events. Journalists also influence the attitudes of political actors by presenting the news they frame in order to get the expected reactions of the public (Entman, 1991).

METHODOLOGY

The Palestinian-Israel war, which intensified on 7 October 2023, has become one of the most popular topics in the world press. Considering the impact of the media and news on the attitudes and behaviors of the masses, the framing of this war by the world press constitutes an important area of investigation. This study examines the print media's coverage of the Palestinian-Israeli conflict through a framing approach, a qualitative research methodology. We preferred framing analysis due to its prevalent application in the examination of international conflict news.

Framing analysis employs both inductive and deductive approaches. The inductive approach aims to identify all possible frames by evaluating the ones used in the media from a broad perspective and does not use previously coded frames. This approach reveals a wide variety of frames. The deductive approach, on the other hand, relies on previously identified and coded frames (Semetko & Valkenburg, 2000). Previous research has revealed that the most frequently used frames in news texts are attribution of responsibility, conflict, economic consequences, human interest, and morality (Brants & Neijens, 1998; Gan, Teo, & Detenber, 2005). The analysis considers these frames as variables, determining their extent of use in the news. Therefore, the deductive approach offers a more systematic structure and has high repeatability.

Attribution of Responsibility: The attribution of responsibility frame refers to a mindset that aims to identify the source of a problem and the responsibility for its solution. This framework involves blaming or holding an actor or party responsible, especially in social and political issues.

Conflict: A conflict frame refers to a narrative or perspective that emphasizes disagreements or tensions between different parties, groups, or individuals.

Economic Consequences: The economic consequences frame refers to a perspective that emphasizes the economic effects of an event, policy, or decision. This framework addresses issues by considering criteria such as economic gains and losses, efficiency, costs, or effectiveness.

Human Interest: The human interest frame refers to an approach that emphasizes the human dimension and emotional aspect in presenting an issue or problem. This framework aims to evoke emotional reactions in viewers or readers by emphasizing the personal stories, tragedies, and difficulties of the

individuals affected by the event or issue.

Morality: The morality frame refers to the treatment of an event or issue in terms of religious and moral values. This framework emphasizes the ethical and moral dimensions of social events, decisions, or policies and interprets them according to values such as right or wrong, good or bad.

This study employed both approaches. The analysis evaluated both commonly-used frameworks in the literature and subject-specific frameworks. We checked the consistency of the identified frameworks with three academicians who are experts in their fields.

Purpose and Importance of the Research

Since 7 October 2023, the press has shifted its focus to the events and massacres that occurred after the intensified Palestinian-Israel war. Not only did the press report on the war, but it also acted as a platform to clearly identify the sides involved in the conflict. Furthermore, the quality and content of the news in the press not only elucidated the states' support for the war but also reflected their humanitarian and conscientious approach. In this study, we attempted to comprehend the framing analysis used by the world press to approach the Palestine-Israel war.

Population and Sample of the Study

The study population comprises newspapers published daily in various countries worldwide. The random sampling method determined the sample to represent the study population. We selected The New York Times (USA), The Guardian (UK), Hürriyet (Turkey), and Taz (Germany) as the sample in this context. The notable and widespread readership of the investigated newspapers in the worldwide arena, along with their significance as media organizations in their respective nations, has contributed to their selection as the sample. Russian and Arab newspapers were intended to be included in the sample, but since they could not be accessed, they were not included in the analysis.

Limitations

Various tools enable the creation of frames in the media. The framing process includes elements such as texts, visuals, explanations, spatial organization of the news, and headlines. This study identified and analyzed the frames used in the headlines and subheadings of The New York Times, The Guardian, Hürriyet, and Taz Newspapers. We limited the analysis to newspapers published between 07.10.2023 and 13.10.2023.

The study evaluated the relationship between prominent frames in newspaper headlines and subheadings and the editorial policies of the newspapers. The study's sample serves as a crucial foundation for comparing how media organs portray social and political dynamics across various countries. In this context, we have attempted to understand the media's attitudes toward conflict processes by analyzing the highlighted news elements and the pushed-back aspects.

FINDINGS

Analysis of Headlines and News Titles

The New York Times, The Guardian, Hürriyet, and Taz Newspapers are significant media entities in their respective countries, exerting significant influence in the global sphere and attracting a broad readership. These four newspapers cover events in the international arena and reach large masses with daily news headlines. This analysis aims to understand the framing of the Palestine-Israel war by these newspapers, their chosen news headlines, and their attitudes towards this conflict. The analysis aims to provide a basis for understanding the approach of newspapers to a particular event and for comparing the reporting styles of media organizations.

Table 1. The New York Times Newspaper Headlines and Frames.

Date	News Title (Headline)	Frame	Sub-title	Frame
08.10.23	Palestinian Militants Stage Attack On Israel	- Terror - Support to Israel	1- The Children Were Terrified': Blasts and Gunmen at the Door	- Human Interest
			2- As Netanyahu Speaks of War, The Question Is, 'What Then?	- War
09.10.23	Caught Off Guard, Israel Fights Back	- Attack	1- Missed Warning Signs and Slow Responses	
			2- At a Dance and a Kibbutz, Attackers Slipped In and Unleashed Horror	- Attack - Horror
			3- Shaken to the Core,' Israelis Question the Nation's Security	- Attribution of responsibility
10.10.23	Israel Orders Siege; Hamas Issues Threats	- Attack - Attribution of responsibility	1- Group Pledges to Kill Civilian Hostages	- Human Interest
			2- They Took Him': Israeli Families Left in Dread (Wrenching Accounts as Attackers Kidnapped Some 150 People)	- Human Interest - Horror
			3- A Once-Pragmatic Approach To Hamas Ends in an Instant	- Attribution of responsibility
11.10.23	Israel Takes Back Towns, Preparing to Go on Offense	- Attack	1- Mobilizing 360,000 Troops as Toll Mounts	- Attack
			2- In Rows of Tidy Houses, Carnage in a Kibbutz at Gaza's Doorstep	- Massacre - Attribution of Responsibility
			3- U.S. Leaders Unify, at Least for Now	- Support to Israel
			4- Gazans With Nowhere to Hide Issue a Plea: 'At Least Warn Us	- Human Interest
12.10.23	Israel Assembles a Unity Coalition to Steer The War	- War	1- Security Breakdowns Left Border Open to an Incursion	- Attribution of responsibility
			2- Netanyahu Declares Hamas Will Be 'Eliminated'	
			3- A Trail of Terror in Israel	- Terror

The headlines in the newspaper reflect the increasing violence and tension in the war between Palestine and Israel. In the headline dated 08.10.23, 'Palestinian Militants Stage Attack On Israel,' the frames of 'Terror' and 'Support to Israel' were used. The headline characterizes Palestinians as 'militants/terrorists' and emphasizes their attacks against Israel. The newspaper employed the 'Human Interest' and 'War' frames in its subheadings. With the 'Human Interest' frame, messages with emotional content about the Israelis taken hostage/killed in the Hamas raid were framed, and meaning was constructed to support Israel violence. We used the war frame as a subject-specific frame, attempting to convey the message that war is the only solution. The sub-headings reflect the newspaper's perspective by identifying Hamas as the cause of the attacks and using the term 'militant'.

The newspaper headline 'Caught Off Guard, Israel Fights Back' from 09.10.2023 used the frame 'attack'. The subheadings employed the frames 'attack,' 'horror,' and 'responsibility'. The headlines emphasize Israel's reaction to the unexpected attack and Israelis' concerns about their security. The frames 'attack'

and 'horror' label Palestinians as the aggressors and the party responsible for inflicting terror on the innocent. The 'attribution of responsibility' frame refers to the country's security system. During the third day of the war, when Israel was indiscriminately bombarding the Gaza Strip, the newspaper's emphasis on "Israelis' concerns about their security" should not be interpreted as a neutral stance.

The headline 'Israel Orders Siege; Hamas Issues Threats' from 10.10.2023 used the frames 'attack' and 'attribution of responsibility'. The headline's frames held Hamas accountable for Israel's attacks on Palestine. The newspaper used the frames 'Human Interest,' 'Horror,' and 'Attribution of Responsibility' in its subheadings. Once again, the sub-headline reinforced the headline by holding Hamas responsible for the war. The 'Human Interest' and 'horror' frames shaped the message to the advantage of Israel citizens.

The sub-headlines dramatize the impact of the attack on families. Furthermore, the news text strikingly highlights a sudden shift in Israel's policy towards Hamas. Reporting on the third day of the war, the newspaper attempted to overshadow Israel's bombardments by emphasizing Hamas' threat to kill civilian hostages, rather than highlighting the civilians who lost their lives due to Israel's intense bombardment.

The headline from 11.10.2023 states, 'Israel Retakes Towns, Ready to Launch Offense.' The headline once again employs the 'attack' frame. The headline, 'Israel Takes Back Towns,' attempts to legitimize the Israel occupation. In general, the headline details Israel's efforts to take back towns and villages and the destruction caused by Hamas. The sub-headings of this date employed the frames 'attack', 'massacre', 'attribution of responsibility', 'support to Israel', 'human interest', and 'terror'. On this date, the 'Human Interest' frame in 'Gazans With Nowhere to Hide Issue a Plea: "At Least Warn Us"' took into account the concerns of Palestinian citizens. The headlines include a news analysis highlighting the massive military mobilization, international reactions, and the unity of Western leaders. According to official figures, it should not be perceived as impartial journalism to put the "destruction caused by Hamas" on the agenda rather than the "destruction" caused by Israel, which razed Gaza, home to over 2 million people, including schools and hospitals, to the ground.

The title 'Israel Assembles a Unity Coalition to Steer the War' from 12.10.23 employed the frame 'war'. The sub-headings employed the frames of 'attribution of responsibility' and 'terror'. The headlines emphasized Israel's border security problems and its decision to establish a unity government. While the newspaper highlighted Israel's border security measures and did not ignore Gaza and its inhabitants, who face unending bombardment, its emphasis on Israel raises doubts about its claimed impartiality.

Table 2. The Guardian Newspaper Headlines and Frames.

Date	News Title (Headline)	Frame	Sub-title	Frame
09.10.23	Violence escalates as death toll surges to over 1,000	- Violence	1- Number of Israeli dead rises to 700 after Hamas attack	- Attack
			2- Airstrikes in Gaza kill at least 400 and leave 2,000 injured	- Human Interest
			3- Conflict will be 'long and difficult', warns Netanyahu	- War
			4- Conflict will be 'long and difficult', warns Netanyahu	- Support to Israel
10.10.23	Israel declares 'siege' of Gaza as Hamas threatens captives	- Blockade - Human Interest	1- 'We felt the bullets flying around us' How the Supernova festival attack unfolded	- Attack
			2- UN chief condemns the escalating violence amid soaring death toll	- Violence
			3- 'They are in my house' Terror in the kibbutz	- Horror



11.10.23	Israeli troops mass on Gaza border as death toll from Hamas attack passes 1,000	- War - Attribution of responsibility	1- UN warns of Gaza catastrophe as Israel prepares ground invasion	- Human Interest
12.10.23	Israelis suspended between fear, grief and foreboding	- Human Interest	1- Netanyahu forms war cabinet' as crisis grows	- War
			2- Massacre at the kibbutz	- Massacre
13.10.23	US promises arms to Israel as UN sounds Gaza warning	- Support to Israel	1- Hundreds of thousands of Palestinians flee their homes, amid dwindling food and water supplies	- Human Interest
			2- I come before you not only as the US secretary of state but also as a Jew	- Support to Israel
			3- British children of hostages plead for safe return	- Human Interest
			4- 'The buildings are now ashes' Nowhere feels safe in Gaza, say residents	- Human Interest

When the headlines and subheadings of the news published by 'The Guardian' newspaper between 09-13 October 2023 reveals a predominant use of the 'Support to Israel' and 'Human Interest' frames in relation to the Palestinian-Israeli war. The headline 'Violence escalates as death toll surges to over 1,000' on 09.10.2023 employed the 'violence' frame. In this frame emphasized the exposure of Israel citizens to violence. the frames 'attack,' 'war,' and 'support to Israel' used in the sub-headings are constructed in favor of Israel, the frame 'human interest' used in the sub-heading 'Airstrikes in Gaza kill at least 400 and leave 2,000 injured' is constructed in favor of Palestine.

In the 10 October headline 'Israel declares "siege" of Gaza as Hamas threatens captives,' 'blockade' and 'humanitarian' interest frames were used. By emphasizing Israel prisoners, the 'humanitarian' interest frame effectively conveyed the message in favor of Israel. The message prominently emphasized Hamas's threats against the prisoners. In the sub-headings, 'attack,' 'support to Israel,' and 'horror' frames were used. The subheadings emphasized the horror of the attacks against Israel citizens and the support of the international community.

The news article titled 'Israel troops mass on Gaza border as Hamas attack death toll hits 1,000' dated 11 October 2023 emphasized that Israel troops massed on the Gaza border and the death toll of Hamas attacks reached 1,000. The headline employed the terms 'attack' and 'attribution of responsibility.' The headline focuses on Hamas' attacks, which have increased the death toll, and attributes responsibility for the violence to the Palestinian side. In the sub-headline '1- UN warns of Gaza catastrophe as Israel prepares ground invasion,' the 'Human Interest' frame is used. The 'Human Interest' frame conveyed a message in favor of the Palestinian people.

The 12 October headline, 'Israelis suspended between fear, grief, and foreboding,' used the 'Human Interest' frame. The headline created a certain emotional tone, emphasizing that Israel civilians were in an emotionally and psychologically difficult situation. Although the headline seemed to be an attempt to present the human dimension of the effects of the war by emphasizing the emotional state of Israelis, there was no mention of Israel's disproportionate use of force beyond Israel's heavy bombardment of Palestinian civilians and Hamas' attacks. Only the expression of the suffering and hardships experienced by Israelis and their victimization explains the perspective of the newspaper. In the sub-headings, the frames 'war' and 'massacre' were used. With the headline 'Massacre at the kibbutz,' the newspaper again created a one-sided message in favor of Israel. Therefore, while the headline dated 12 October presented a negative evaluation of the Palestinian side, it was framed in a way to support Israel.

The 13 October headline ‘US promises arms to Israel as UN sounds Gaza warning’ used the frame ‘support for Israel.’ The United States’ simultaneous pledge of arms aid to Israel and its warning to Gaza, a founding member of the UN, demonstrates a lack of seriousness regarding the Palestinian issue. While the headline emphasizes the positive elements related to Israel’s security and the support provided by the United States, it does not address the security of the Palestinian people and the UN warning by establishing a neutral position. While Israel’s security is emphasized, the vulnerability of the Palestinian people and the United Nations warning are presented more as humanitarian dramatization. This shows that the language and emphasis in the content of the heading tend to ignore the security concerns of the Palestinian side and emphasize the Israel perspective. The ‘Human Interest’ frame was used in three of the sub-headings, and the Support to Israel frame was used in one of them. In two of the ‘Human Interest’ frames, Palestinian citizens were emphasized, while in one of them the Israel side was emphasized.

Table 3. Hürriyet Newspaper Headlines and Frames.

Date	News Title (Headline)	Frame	Sub-title	Frame
08.10.23	The Middle East has turned into hell. World in Shock (Ortadoğu cehenneme döndü. Dünya Şokta)	- Conflict	1. They Crossed the Border with Paramotor. (Paramotorla Sınırı Geçtiler.)	- Weakness
			2. Iron Dome Pierced (Demir Kubbe Delindi)	- Weakness
			3. The 50th Year of Yom Kippur (Yom Kippur'un 50. Yılı)	
			4. Analysis: 5 Questions 5 Answers (Analiz: 5 Soru 5 Cevap)	
			5. Call for Moderation from Erdogan (Erdogan'dan İtidal Çağrısı)	
			6. Both Sides Shoot Civilians (İki Taraf da Sivilleri Vuruyor)	- Human Interest
09.10.23	İsrail-Hamas Conflict Spreads. Hundreds of human shields (İsrail-Hamas Conflictsı Yayılıyor. Yüzlerce canlı kalkan)	- Conflict	1- Those Who Couldn't Escape Were Held Hostage (Kaçamayan Rehin Alındı)	- Human Interest
			2- They Put a Sack on the Hostage (Rehineye Çuval Giydirdiler)	- Human Interest
			3- Why Did Mossad Not Receive News? (Mossad Neden Haber Alamadı)	- Weakness
			4- Horror at the Festival (Festivalde Horror)	- Horror
			5- That Corpse is Nicole's (O Ceset Nicole' ün)	- Human Interest
			6- Actual Number Unknown (Gerçek Sayı Bilinmiyor)	- Human Interest
			7- People Search for Missing Persons (Halk Kayıpları Arıyor)	- Human Interest
			8- Türkiye Did the Right Thing (Türkiye En Doğruyu Yaptı)	
			9- Missile Rains Down on Gaza (Gazze'ye Füze Yağdı)	- Attack
			10- Call to 'Evacuation of Homes' in Arabic (Arapça 'Evleri Boşaltın' Çağrısı)	
10.10.23	Gaza despair (Gazze çaresizliği)	- Human Interest	1- Civilian Massacres Are Unacceptable (Sivil Massacreları Kabul Edilemez)	- Human Interest
			2- We Are Ready for Mediation Including Prisoner Exchange (Esir Takası Dâhil Arabuluculuğa Hazırız)	- Human Interest
			3- Neither İsrail Nor Palestine (Ne İsrail Ne Filistin)	- Human Interest
			4- There Are No Losers in Peace (Peacein Kaybedeni Olmaz)	- Peace

			5- 123 Thousand People Lost Their Homes (123 Bin Kişi Evinden Oldu)	- Human Interest
			6- Will Egypt Open the Door? (Mısır Kapıyı Açar mı)	- Human Interest
			7- Preparation for Land Operation (Kara Harekâtı Hazırlığı)	- War
			8- Israel's Pearl Harbor in the Middle East (İsrail'in Pearl Harbor'ı Ortadoğu'da)	- Attack
			9- US Sends Aircraft Carrier to the Region (ABD Bölgeye Uçak Gemisi Yolladı)	- Support to Israel
			10- Serious Accusation Against Netanyahu (Netanyahu'ya Ağır Suçlama)	- Attribution of Responsibility
			11- Architect of Shock Attack: 'Guest' (Şok Attackın Mimarı 'Misafir')	- Attack
11.10.23	No exit from Gaza (Gazze'den çıkış yok)	- Human Interest	1- What is the US Ship Doing? (ABD Gemisinin Ne İş Var)	
			2- Where are Human Rights? (Hani İnsan Hakları)	- Human Interest
			3- Turns into a Bloodbath (Kan Gölüne Çeviriyor)	- Human Interest
			4- Hamas Gave Time and Strikes (Hamas Saat Verip Vurdu)	- Attack
			5- US Sends Second Aircraft Carrier (ABD İkinci Uçak Gemisini Yolluyor)	- Support to Israel
12.10.23	Where shall I go? (Ben nereye gideyim?)	- Human Interest	1- Israel Should Not Act Like an Illegal Organization (İsrail Örgüt Gibi Davranmasın)	- Terror
			2- No Civilians Should Die on Both Sides (İki Tarafta Da Siviller Ölmesin)	- Human Interest
			3- Call for Moderation Once More (Bir Kez Daha İtidal Çağrısı)	
			4- There is no place they haven't hit (Vurmadıkları Yer Yok Ki)	- Attack
			5- Everywhere is Close to Hamas (Her Yer Hamas'a Yakın)	
			6- Bombs Are Raining (Bombalar Yağıyor)	- War
			7- Well done Gigi Hadid (Bravo Gigi Hadid)	- Human Interest
			8- Breaking News, Palestinian Mother Screams on CNN (Breaking News, Filistinli Anne CNN Ekranında Feryat Etti)	- Human Interest
			9- Hamas Continues to Fire Rockets at Israel (Hamas İsrail'e Roket Atmaya Devam Ediyor)	- Attack
			10- Minister Gives 'Atrocity' Instruction (Bakan'dan 'Vahşet' Talimatı)	- Massacre

08.10.2023 The Middle East has turned into hell. "World in Shock" employed the conflict as a frame. The headline neutrally emphasized the conflict's negative effects without mentioning the Israel and Palestinian sides. The sub-headings 'They Crossed the Border with Paramotor' and 'Iron Dome Pierced' employed 'weakness' frames, while the heading 'Both Sides Shoot Civilians' employed 'Human Interest' frames. The newspaper used the 'Human Interest' frame in an impartial manner.

09.10.2023 dated 'Israel-Hamas Conflict Spreads. The headlines titled 'Hundreds of Human Shields'

employed the term 'conflict' to describe the situation. The phrase 'hundreds of human shields' in the title emphasizes that Hamas considers hostages as a worthless commodity. The 'Human Interest' frame was used in the sub-headings "Those Who Couldn't Escape Were Held Hostage," "They Put a Sack on the Hostage," "That Corpse is Nicole's," "Actual Number Unknown," and "People Search for Missing Persons." Despite the massacre of hundreds of civilians, including children, during the attacks on Palestine under the guise of 'Human Interest,' the inclusion of only Israel-side content demonstrates the newspaper's lack of impartiality. The subheadings employed the frames of 'weakness' and 'horror'.

The headline 'Gaza despair' utilized the 'Human Interest' frame on 10.10.2023. The headline's use of the 'Human Interest' frame underscored the desperation of the Palestinian people. 'Civilian Massacres Are Unacceptable,' 'We Are Ready for Mediation Including Prisoner Exchange,' 'Neither Israel Nor Palestine,' '123 Thousand People Lost Their Homes, and 'Will Egypt Open the Door?'; 'peace' frame in the subheading 'There Are No Losers in Peace'; 'war' frame in the subheading 'Preparation for Land Operation'; 'attack' frame in the subheading 'Israel's Pearl Harbor in the Middle East'; 'Support to Israel' frame in the subheading 'US Sends Aircraft Carrier to the Region; and 'attribution of responsibility' frame in the heading "'Serious Accusation Against Netanyahu'.

In the sub-headings '123 Thousand People Lost Their Homes' and 'Will Egypt Open the Door?' where 'Human Interest' frames were used, the drama of the Palestinian people was emphasized, while in the other headings where 'Human Interest' frames were used, both the Palestinian people and the Israel people were emphasized.

The headline 'No exit from Gaza' from 11.10.2023 employed the human interest frame. The headline emphasized the desperation of the Palestinian people. 'The headlines 'Where are Human Rights?' and 'Turns into a Bloodbath' utilized the Human Interest frame, 'Hamas Gave Time and Strikes' used the attack frame, and 'US Sends Second Aircraft Carrier' used the Support to Israel frame. The newspaper generally used the "human interest" frames in favor of the Palestinians.

The headline 'Where shall I go?' from 12.10.23 used the 'Human Interest' frame. The headline reported the desperation of a Palestinian mother. The 'Human Interest' frame was used in the subheadings "No Civilians Should Die on Both Sides," "Well Done, Gigi Hadid," and "Breaking News: Palestinian Mother Screams on CNN." 'Israel Should Not Act Like an Illegal Organization' used the terror frame; "There is no place they haven't hit" and "Hamas Continues to Fire Rockets at Israel" used the attack frame; and "Minister Gives 'Atrocity' Instruction" used the massacre frame. The subheadings of the newspaper emphasize the humanitarian aspect of the conflict by focusing on issues such as Israel's behavior and the death of civilians.

Table 4. Taz Newspaper Headlines and Frames.

Date	News Title (Headline)	Frame	Sub-title	Frame
09.10.23	İsrail at War: Most Violent Attacks in 50 Years (İsrail im Krieg: Heftigste Angriffe seit 50 Jahren)	- War - Attack	1- Scholz: "Firmly on İsrail's side" (Scholz: „Fest an der Seite İsrails“)	- Support to İsrail
10.10.23			1- A counterattack is almost the only choice (Ein Gegenschlag ist fast die einzige Wahl)	- Attack
			2- Loud silence after the massacre (Lautes Schweigen nach dem Massaker)	- Massacre
			3- The blockade of the Gaza Strip (Die Blockade des Gazastreifens)	- Blockade
11.10.23	Door to Door after Terror (Tür an Tür nach dem Terror)	- Terror	1- Diplomacy is their only hope (Diplomatie ist ihre einzige Hoffnung)	- Human Interest
			2- Delicate Hamas relations (Heikle Hamas- Beziehungen)	- Support to İsrail



12.10.23			1- Help for those in need is essential (Hilfe für Notleidende ist unverzichtbar)	- Human Interest
			2- Hopeless: Gaza before the counter-offensive (Ausweglos: Gaza vor der Gegenoffensive)	- Human Interest
13.10.23	A trap for everyone (Eine Falle für alle)	- Support to Israel	1- Hamas ban (Hamas Verbot)	- Support to Israel

The headlines and sub-headlines of the Taz Newspaper dated 7-13 October have a Pro-Israel perspective on issues related to the Palestinian-Israel conflict. The headlines and subheadings have a positive meaning for Israel and a negative meaning for Palestine. The newspaper started to include news about the Palestinian- Israel war on its first page on 09.10.23.

The news article titled 'Israel at War: Most Violent Attacks in 50 Years', which was published on 09.10.2023, emphasizes the terms 'attack' and 'war'. The headline statement characterized Hamas as a terrorist, emphasized the number of dead, and predicted an increase in Israel's counterattacks. In the same news article, the sub-headline 'Scholz: Firmly on Israel's side' employed the "Support to Israel" frame. In the subheading, a message of solidarity was given by statiThe subheading conveyed a message of solidarity by advocating for the protection of Jews in Germany. ublic through German Prime Minister Olaf Scholz and reveals the Pro-Israel perspective of the newspaper. Through this support policy, the newspaper emphasized a position in favor of Israel and conveyed a message to its target audience in this direction.

Taz Newspaper dated 10.10.2023 covered the news on the Palestinian-Israel war as three sub-headings instead of a headline. Upon evaluating the headline's functions to arouse interest, emphasize the importance of the news, and attract attention, we can interpret the newspaper's failure to cover the Palestinian- Israel war from the headline as an attempt to diminish interest in the war zone or trivialize the event. The newspaper presented the news about the war under three subheadings.

The first subheading underscores the 'attack' frame by asserting that 'a counterattack is almost the only choice.' The statement underscores the brutal attacks on Israel and suggests that a prolonged war is the only solution. This discourse provides a perspective that reinforces the perception that the conflict will inevitably continue.

The second subheading, 'Loud silence after the massacre,' uses the 'massacre' frame towards Hamas. The news item's description includes the information that Hamas massacred 260 people at a music festival. This frame emphasizes the dimension of horror and evaluates the actions of Hamas through violence and massacre.

The term 'blockade' appears in the last subheading, 'The blockade of the Gaza Strip'. The article focuses on the sanctions imposed by Israel and the European aid cuts to Palestine. This frame provides a perspective that underlines the economic and humanitarian pressures on Palestine.

The newspaper's 11.10.2023 issue prominently features the word 'terror' in its headline, 'Door to Door after Terror.' The headline description underscores the fear that Palestinian Arabs living in Israel and Israelis feel about Hamas attacks. This frame underscores the security concerns of the civilian population in the region and grounds the conflict in the context of terror.

The subheading 'Diplomacy is their only hope' uses the 'Human Interest' frame. The news item's statement underscores Germany's unwavering support for Israel and highlights the rescue of hostages held by Hamas as the primary objective. This frame emphasizes the humanitarian dimension of the conflict by focusing on the search for a diplomatic solution and humanitarian efforts to rescue the hostages.

The subheading 'Delicate Hamas relations' employed the frame 'Support to Israel'. The news article

characterizes groups supporting Palestine in Germany as 'groups sympathizing with Hamas' attacks,' underscoring the public opinion's call for harsh measures against their actions. This subheading deals with the increasing pressure on pro-Palestinian groups in German domestic politics and their association with terrorist activities.

The newspaper on 12.10.2023 featured two subheadings covering the Palestinian-Israel war. The first subheading, 'Help for those in need is essential,' employed the 'Human Interest' frame. The news article underscores the importance of continuous aid. This frame emphasizes the importance of humanitarian aid under war conditions and the necessity of meeting urgent needs.

The second subheading, 'Hopeless: Gaza before the counter-offensive,' again adopted the "Human Interest" framework. The news item's description emphasizes that Israel occupied the closed Gaza Strip and that the Palestinians had nowhere to flee before the offensive. This frame reveals the human tragedy in the region and expresses the desperation of the civilian population and the hopelessness created by these conditions.

Both subheadings highlight the humanitarian crisis resulting from the war, appealing to the audience's emotional world. In this way, the newspaper enables readers to evaluate the issue with a deeper empathy.

On 13.10.2023, the Taz Newspaper published the headline 'A trap for everyone', accompanied by photographs showing the buildings in Gaza reduced to rubble. The article emphasizes that the ground operation following the bombardment poses a significant risk to both Israel troops and the civilian population. This framework underscores the war's humanitarian crisis and the detrimental impact of military operations on civilian life.

Secondly, the subheading 'Hamas ban' employs the frame 'Support to Israel'. The news article's description states that the Jewish community and security authorities were concerned about the calls made by Hamas at the rally on Friday. The article emphasized the need for Germany to ban the activities of Hamas and Samidun (Association for the Defence of Palestinian Prisoners). This framework reflects international security concerns and growing anti-Hamas attitudes in the political climate, particularly in Germany.

CONCLUSION

Media frames are the essence that gives meaning to the news. Frames function to convey the essence of the story to the reader. By using various frames, journalists effectively convey the news to the masses in line with a certain policy and shape the target audience's perception of the subject in line with their own goals. In this context, frames establish boundaries that shape the reader's or receiver's perception within a specific framework. Therefore, identifying the frames used in the news facilitates the understanding of the media's perspective. The goal of this study is to identify the frames used in news reports on the Palestinian-Israel war by The New York Times, The Guardian, Hürriyet, and Taz Newspapers.

We determined and analyzed the framing of the Palestinian-Israel war in the headlines and subheadings of the newspapers included in the sample. The New York Times used the terror frame against Hamas twice to strengthen the perception of a terrorist organization; the "support for Israel" frame to legitimize Israel violence twice; the "attack" frame in five headlines; the "attribution of responsibility" frame in five headlines; the "war" frame in two headlines; the "human interest" frame in three headlines; and the "horror" and "massacre" frames in one headline each. The New York Times employed a total of twenty-one frames, with only one 'Human Interest' frame demonstrating empathy towards Palestinians.

When evaluated in the context of journalistic principles, news headlines should be as impartial and objective as possible. However, upon examining the frames employed in newspaper headlines, it becomes evident that they often reinforce a particular viewpoint held by the reader. The headlines gave the readers the message that it was Palestine that started the war, that war was the only option, that the hostages in the hands of Hamas were facing death, that Israel citizens were subjected to horror, that

Hamas was responsible for the events, and that there was strong international support for Israel.

Three of the headlines in The Guardian Newspaper used the 'Support to Israel' frame; two used the 'attack' frame; two used the 'violence' frame; one each used the 'attribution of responsibility,' 'war,' 'horror,' and 'massacre' frames; and seven used the 'Human Interest' frame. Three of the 'Human Interest' frames emphasized Palestinian citizens, while the other three emphasized Israel citizens. We created one 'Human Interest' frame to emphasize both sides. The newspaper used a total of two 'Human Interest' frames in its headlines, both of which emphasized Israel citizens. The 'Support to Israel' frame is another important headline frame. The newspaper emphasized its support for Israel in a total of three places, one of which was in the headline.

The Guardian's headlines cannot be characterized as completely neutral for both sides. This is because the content of the headlines generally emphasizes the problems faced by Palestinians and the effects of Israel's policies. In conclusion, an analysis of The Guardian Newspaper's headlines reveals a comprehensive coverage of various aspects of the conflicts between Israel and Palestine. However, in general, the content of the headlines and subheadings emphasizes the Israel perspective more. In particular, most of the headlines focusing on Israel's military operations, civilian casualties, and the humanitarian situation reflect the difficulties and suffering of Palestinians.

The Hürriyet Newspaper used a total of 37 frames in its headlines. The Hürriyet Newspaper used one headline each for 'terror', 'attribution of responsibility', 'war', 'horror', 'massacre', and 'peace'; two headlines for 'Support to Israel', five headlines for 'attack', nineteen headlines for 'human interest', three headlines for 'weakness', and two headlines for 'conflict'. Several headlines covered the details of the attack on the first day. After the third day, the news began to shift in favor of Palestine, incorporating a slightly more political discourse. We used nineteen 'Human Interest' frames to emphasize the human dimension of the events.

Taz Newspapers used a total of thirteen frames in their headlines and subheadings. The Taz Newspaper used the words 'terror', 'war', 'massacre', 'attack', and 'blockade' in one headline each; 'Support to Israel' appeared in four headlines, 'attack' in two, and 'human interest' in three. The German newspaper used the 'Support to Israel' frame in approximately one-fourth of the headlines, clearly showing that it was on the Israel side. The newspaper emphasized the Palestinian people in three human interest frames.

It is noteworthy that the headlines and sub-headlines of the newspapers include statements emphasizing human rights, but these headlines generally use language and style in favor of Israel or against Hamas (Palestine). For instance, a partisan approach to the incident is evident in The Guardian's headline 'Israelis trapped between fear, sadness, and grief' on the fifth day of the Gaza bombardment. The newspaper's tendency to favor one point of view over another by emphasizing the emotional state of Israelis warrants criticism for its representation of the conflict. On the other hand, the Hürriyet Newspaper raises questions about balance and fairness in its headline 'Hundreds of human shields,' which highlights the actions of Hamas and the negative humanitarian values of this situation, without criticizing Israel's attitude of killing even its own citizens.

Recommendations:

The following studies may further the understanding of the media's representations of conflicts and the influence of these representations on public perception.

- 1) A comparative analysis of the media organizations' approaches regarding the Palestine-Israel conflict with a larger sample is possible. This analysis might include Russian, Arab, Israeli, and Asian media groups, as well as an examination of the worldwide media's perspective on the crisis.
- 2) The framing of the Palestine-Israel conflict might be compared between traditional media (newspapers, television) and social media platforms (Twitter, Facebook, Instagram)..
- 3) The influence of media framing on readers' or viewers' views of the conflict might be examined.

- 4) The correlation between the frames utilized by media organizations and the political and economic setting in which they function might be analyzed.

REFERENCES

- Akiner, N., & Küngerü, A. (2016). Uluslararası medya söyleminde İsrail'in 2014 Gazze saldırısı: CNN ve Al Jazeera üzerinden karşılaştırmalı bir analiz. *TESAM Akademi Dergisi*, 3(1), 53-79.
- Amer, M. M. (2022). BBC and New York Times' coverage of the May 2021 Israel onslaught on Gaza: A critical discourse analysis. *International Journal of English Linguistics*, 12(5), 1-10. doi:10.5539/ijel.v12n5p1
- Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind*, Jason Aronson Inc. New Jersey: Notvale. Chicago: University of Chicago Press.
- Bloch-Elkon, Y. (2007). Studying the media, public opinion, and foreign policy in international crises: The United States and the Bosnian crisis, 1992–1995. *Press/Politics*, 12(4), 20–51. doi:10.1177/1081180X0730718
- Brants, K., & Neijens, P. (1998). The infotainment of politics. *Political Communication*, 15(2), 149-164. doi:10.1080/10584609809342363
- Cottle, S. (2009). *Global Crisis Reporting: Journalism in the Global Age*. Berkshire: Open University Press.
- Durfee, J. L. (2006). Social change and status quo framing effects on risk perception: An exploratory experiment. *Science Communication*, 27(4), 459-495. doi:10.1177/10755470052853
- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6-27. doi:10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Entman, R. M. (2008). Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. case. *International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102. doi:10.1177/19401612083146
- Erdoğan, İ. (2011). Gündem koyma ve saptama yaklaşımında bir araştırma geleneği ve tasarımı olarak çerçeveleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 48-62.
- Fairhurst, G., & Sarr, R. (1996). . (1996). *The art of framing*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Friedman, A. (1979). Framing pictures: The role of knowledge in automatized encoding and memory for gist. *Journal of Experimental Psychology: General*, 108(3), 316-355. doi:10.1037//0096-3445.108.3.316
- Gamson, W., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gan, F., Teo, J. L., & Detenber, B. H. (2005). Framing the battle for the White House: A comparison of two national newspapers' coverage of the 2000 United States presidential election. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 67(5), 441-467. doi:10.1177/001654920505605
- Gavin, D. (2024, August 27). *masscommtheory.com*. Framing Theory. Retrieved August 27, 2024 from: <https://masscommtheory.com/?s=Framing+Theory&submit=Search> adresinden alındı
- Gelvin, J. L. (2014). *The Israel-Palestine Conflict: One Hundred Years of War*. . Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Gökdemir, A. (2024). İngiliz Medyasında İsrail-Filistin Savaşının Haberin Tarafgirliği Ekseninde Değerlendirmesi . *Mevzu–Sosyal Bilimler Dergisi*, 12, 225-261.
- Huang, Y., & Fahmy, S. (2013). Picturing a journey of protest or a journey of harmony? Comparing the visual framing of the 2008 Olympic torch relay in the US versus the Chinese Press. *Media, War & Conflict*, 6(3), 191-206. doi:10.1177/17506352134956
- Karniel, Y., Lavie-Dinur, A., & Azran, T. S. (2016). Professional or personal framing? International media coverage of the Israel–Hamas prisoner exchange deal. *Media, War & Conflict*, 10(1), 1-20. doi:10.1177/17506352166587
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). The Convergence of Agenda Setting and Framing. S. D. Reese, O. H. Gandy, & J. E. Grant içinde, *Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (s. 67-81). London: Lwarrance Erlbaum Publisher.



- Morris, B. (2001). *Righteous victims: A history of the zionist-Arab conflict, 1881-1999*. New York City: Vintage Books.
- Nazir, J., & Haroon, S. (2004). Corpus-Based Metaphorical Framing Analysis Of War And Genocide Metaphors In The Israel-Palestinian Conflict In Western Media. *Harf-o-Sukhan*, 8(3), 452-475.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Toleranc. *The American Political Science Review*, 91(3), 567-583.
- Özarslan, H. (2007). Çerçeveleme yaklaşımı açısından haber çerçevelerinin izler kitle düşünceleri üzerindeki etkisi (Tez No. 211419) [Yayınlanmış Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ulusal Tez Merkezi]. (Özarslan, 2007).
- Özarslan, H., & Güran, M. (2015). İletişim araştırmalarında çerçeveleme paradigması: Son döneme ait bir inceleme. *Selçuk İletişim*, 8(4), 32-48.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (2001). Framing as a strategic action in public deliberation. S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Jr. içinde, *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (s. 51-82). London: Routledge.
- Patterson, T. E., & Donsbagh, W. (1996). News decisions: Journalists as partisan actors. *Political communication*, 13(4), 455-468. doi:10.1080/10584609.1996.9963131
- Reese, S. D. (2001). Prologue-Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. S. D. Reese, O. H. Gandy, & J. E. Grant içinde, *Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (s. 7-31). London: Lwariance Erlbaum.
- Rodelo, F. V., & Muñiz, C. (2019). Government frames and their influence on news framing: An analysis of cross-lagged correlations in the Mexican context. *Global media and communication*, 15(1), 103-119. doi:10.1177/17427665188188
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109. doi:10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x
- Stout, D. A., & Buddenbaum, J. M. (2003). Media, religion, and framing. *Journal of Media and Religion*. 2 (1), 1-3. doi:10.1207/S15328415JMR0201_1
- Tankard, J. W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. S. D. Reese, O. H. Gandy, & J. E. Grant içinde, *Framing Public Life, Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (s. 95-105). London: Lwariance Erlbaum Publisher.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Vu, H. T., & Nyan, L. (2020). When the news takes sides: automated framing analysis of news coverage of the rohingya crisis by the elite press from three countries. *Journalism Studies*, 21(9), 1284-1304. doi:10.1080/1461670X.2020.1745665
- Yılmaz, D. (2024). Filistin-İsrail Çatışması: Liberal Basının Bakış Açısından Uluslararası Bir Analiz. *Ombudsman Akademik, Özel Sayı 2 (GAZZE)*, 309-344.
- Yılmaz, D. (2024). Türk Medyasında Hamas-İsrail Çatışması: Analiz ve Değerlendirme. *TRT Akademi*, 9(20), 80-123.





THE TRANSFORMATIVE EFFECT OF COGNITIVE BIASES AND THE DIGITALIZATION PROCESS ON FIRM PERFORMANCE

BİLİŞSEL ÖNYARGILAR VE DİJİTALLEŞME SÜRECİNİN FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ DÖNÜŞTÜRÜCÜ ETKİSİ

Süleyman BİLLOR¹ 
Burçin KAPLAN² 



ORCID: S.B. 0009-0004-4673-0794
B.K. 0000-0003-4967-8405

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Süleyman Billor

Istanbul Aydın University, Türkiye

E-mail/E-posta: suleymanbillor@stu.aydin.edu.tr

² Burçin Kaplan

Istanbul Aydın University, Türkiye

E-mail/E-posta: burcinkaplan@aydin.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 18.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %6

Revision Requested/Revizyon talebi:
05.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:
01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:
Bu çalışma "Değer Temelli Fiyatlama Aracı Rolünde, Bilişsel Önyargıların Firma Performansına Etkisi" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

Citation/Atf: Billor, S. & Kaplan, B. (2025). The Transformative Effect of Cognitive Biases And The Digitalization Process On Firm Performance. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 543-552.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1622581>

Abstract

The digitalization process is a transformation that deeply affects companies' business practices and strategic decision-making mechanisms. It is not limited to the adoption of technological innovations but also includes the cognitive biases that influence managers' decision-making processes. The aim of this study is to deeply understand the effects of cognitive biases and the digitalization process on company performance. To explore the transformational effects of digitalization on companies and the role of cognitive biases in this process, qualitative data collection and analysis methods were used. For the research, companies that have adopted the digitalization process and are influenced by cognitive biases during this process were selected. The participants, chosen through purposeful sampling, consisted of managers, top decision-makers the digitalization processes from companies of various sizes and sectors. The firms vary in terms of size and industry, and a participant count of 15 has been reached to allow for in-depth analysis. The study employed a semi-structured interview technique. The collected data were analyzed using thematic analysis, and the identified themes were interpreted to understand the relationship between digitalization and cognitive biases. The research findings reveal that cognitive biases pose a significant barrier in the digitalization processes. As a result of the study, strategies and recommendations have been presented to reduce cognitive biases among top-level managers in firms and to enhance the digitalization process.

Keywords: Digitalization, Cognitive Biases, Firm Performance, Perceived Lack of Control.

Öz

Dijitalleşme süreci firmaların iş yapış biçimlerini ve stratejik karar alma mekanizmalarını derinden etkileyen bir dönüşüm, sadece teknolojik yeniliklerin benimsenmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yöneticilerin karar alma süreçlerinde etkili olan bilişsel önyargıları da kapsamaktadır. Çalışmanın amacı, bilişsel önyargıların ve dijitalleşme sürecinin firma performansları üzerindeki etkilerini derinlemesine anlamaktır. Dijitalleşmenin firmalar üzerindeki dönüşüm etkilerini ve bilişsel önyargıların bu süreçteki rolünü keşfetmek amacıyla, nitel veri toplama ve analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma için dijitalleşme sürecini benimsemiş ve bu süreçte bilişsel önyargılardan etkilenen şirketler seçilmiştir. Amaçlı örnekleme yoluyla seçilen katılımcılar, farklı büyüklüklerde ve sektörlerdeki şirketlerden dijitalleşme süreçlerini yönlendiren yöneticiler, üst düzey karar vericilerden oluşmuştur. Firmalar büyüklük ve sektör açısından farklılık göstermektedir ve derinlemesine analiz yapılabilmesi için 15 katılımcı sayısına ulaşılmıştır. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Toplanan veriler, tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiş, ve belirlenen temalar, dijitalleşme ve bilişsel önyargılar arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla yorumlanmıştır. Araştırma bulguları, bilişsel önyargıların dijitalleşme süreçlerinde önemli bir engel oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Sonuçlarda, firmalardaki üst düzey yöneticilerinin bilişsel önyargılarını azaltmaya ve dijitalleşme sürecini etkinleştirmeye yönelik stratejiler ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Dijitalleşme, Bilişsel Önyargılar, Firma Performansı, Algılanan Kontrol Eksikliği



INTRODUCTION

With the influence of technological advancements and globalization, digitalization elements have become fundamental pillars of the business world in recent years. To make their business processes more efficient, competitive, and flexible, as well as to enhance operational productivity, improve customer satisfaction, and develop new business models, firms have been compelled to adopt digital transformation strategies. For companies to implement their digitalization strategies effectively, not only technological investments but also elements such as organizational change management and human resource development have become critically important (Fitzgerald et al., 2014).

However, digitalization brings various challenges for businesses. In addition to technical obstacles such as transitioning from legacy systems to modern systems and the need to train employees to adapt to new technologies, human factors like cognitive biases in decision-making emerge as the most significant barriers in companies' digital journeys. These barriers make it difficult for firms to implement digital transformation effectively (Kane et al., 2015). Moreover, individuals' decision-making processes are often influenced, consciously or unconsciously, by cognitive biases. These biases frequently result in missed opportunities and the misallocation of resources (Kahneman, 2011). In this context, digitalization, through the use of tools provides powerful mechanisms to help companies make more rational and objective decisions, thereby playing a critical role in overcoming these problems. However, there is limited research in the literature aimed at developing strategies to help firms address these challenges (Vial, 2019; Brynjolfsson and Hitt, 2000; Moore, 2012; Tversky, 1974).

Vial (2019), in the article *"Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda,"* comprehensively examined the effects of digital transformation processes on organizations. The study highlighted that digitalization requires strategic transformation and has long-term impacts on firm performance. Similarly, Brynjolfsson and Hitt (2000), in their work *"Beyond Computation: Information Technology, Organizational Transformation, and Business Performance,"* explored how digitalization transforms business processes and emphasized the positive effects of information technologies on firm performance. They underscored the role of digitalization in enhancing operational efficiency, innovation, and competitiveness. Bazerman and Moore (2012), in their work *"Judgment in Managerial Decision Making,"* addressed how cognitive biases influence managers' decision-making processes and the implications for organizational transformation. They focused on how biases can slow down innovation processes during the adoption of digitalization. Kahneman and Tversky (1974), in their seminal work *"Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases,"* analyzed the impact of cognitive biases on decision-making processes. Their findings provided insights into how decision-makers are affected by biases such as status quo bias, confirmation bias, and overconfidence during digital transformation processes. These studies collectively emphasize significant gaps in the literature and highlight the importance of examining these topics in future research. The recommendations from these prior studies form the foundational factors driving the purpose of this article. Drawing upon these suggestions, the theoretical framework of this research has been established.

The aim of this study is to understand the effects of cognitive biases and the digitalization process on firm performance. To explore the transformative effects of digitalization on firms and the role of cognitive biases in this process, qualitative data collection and analysis methods were employed, and the study was conducted within the framework of a phenomenological research design. For the research, firms that have embraced the digitalization process and have been influenced by cognitive biases during this journey were selected through a systematic sampling method and analyzed using qualitative research techniques. The purposive sampling method was chosen to ensure that firms meeting specific criteria were selected in a balanced and representative manner in the study. In order to gain detailed information about participants' perceptions of the digitalization process, the challenges they encountered, and the impact of cognitive biases during this process, a semi-structured interview technique was used during data collection. The collected data were analyzed using thematic analysis, and the identified themes were interpreted to understand the relationship between digitalization and cognitive biases.

COGNITIVE BIASES

Cognitive biases can be defined as mental shortcuts or deviations that lead to systematic errors in the



information processing of individuals. These biases, which affect decision-making processes, can lead both individuals and organizations to make subjective and irrational decisions. As Ariely (2009) states, “Cognitive biases often prevent people from making rational decisions, despite their best efforts.” This study, while addressing the entire literature, is based on Tversky and Kahneman's (1974) previous research on heuristic methods and biases in the context of selecting cognitive biases. While the general overview of cognitive biases is not exhaustive, the literature identifies certain biases such as perceived control deficiency and herd behavior, which influence decisions in communication with customers. These biases are often referred to as fixed-slice (fixed-pizza) biases.

Based on this foundation, the study focuses on three cognitive biases: perceived control deficiency, herd behavior, and the fixed-slice bias. Detailed explanations of these cognitive biases are provided in the following section.

Perceived Control Deficiency

Perceived Control Deficiency is described because the tendency of people to underestimate their manipulate over occasions. Evidence indicates that human beings have a tendency to downplay their manipulate in conditions wherein they surely have it (Gino, Sharek, and Moore, 2011). Perceived Control Deficiency is the notion of an man or woman approximately who can manipulate and affect outcomes (Rotter, 1966). According to Rotter, people with an inner locus of manipulate sense assured that they are able to actively affect outside occasions via their movements and behaviors. On the contrary, people with an outside locus of manipulate understand that luck, chance, or the movements of others form outside occasions that they passively ought to endure. It need to be cited that Perceived Control Deficiency can range on a continuum, with one intense representing a totally inner recognition and the alternative intense representing a totally outside recognition (Rotter, 1966).

In the digitalization process, firms often encounter cognitive biases that shape their decision-making and strategic approaches. These biases can influence how managers perceive control over outcomes and how they respond to industry trends. Understanding these psychological tendencies is crucial for evaluating their impact on firm performance. While Perceived Control Deficiency affects how individuals assess their influence over events, Herding bias leads decision-makers to follow majority behavior rather than independent analysis. Both biases can significantly alter a firm's digital transformation journey, affecting innovation, competitiveness, and strategic adaptability (Dolan & Simon, 1996)

Herding

Herding is described as basing selections at the discovered movements of the bulk, assuming that the selections made with the aid of using the bulk offer precious records for the decision-making processes. Dolan & Simon (1996) stated that managers frequently specific this as “we need to suit our competitor.” This tendency to enroll in the herd can cross past character managerial bias and come to be institutionalized. In their study, Lancioni (2005) discovered that a widespread challenge of organisation committees is to reply to competition, which serves as brief proof of herding. The fundamental problem with herding is its reactive nature and the ability forget of precious records approximately fees and client segments.

Although a organisation`s achievement is partly depending on carrying out complete aggressive analysis, companies that surely suit competition' expenses without thinking about fees and client elements are mimicking their competition in preference to studying them, indicating herd mentality in preference to competition-primarily based totally pricing (Johansson et al., 2012). Therefore, charge herding does now no longer create competition-primarily based totally pricing. Most studies indicates that charge herding is performed out of habit, now no longer strategically (Rusetski, 2014). As a result, herd mentality is narrow-minded as it generally ignores widespread product features (Shapiro & Jackson, 1978). Hence, it's miles critical for companies to apprehend product variations and withstand aggressive charge pressure.

During times of crisis, decision-makers often face uncertainty and pressure, which can lead to cognitive biases that hinder strategic thinking. The inability to recognize and capitalize on emerging opportunities



is a clear manifestation of these biases. For instance, managers influenced by loss aversion may focus excessively on minimizing risks rather than exploring potential gains, causing them to miss valuable opportunities for growth and innovation. Similarly, confirmation bias may lead firms to rely on outdated strategies instead of adapting to new market conditions. As a result, cognitive biases can prevent companies from making proactive and forward-thinking decisions, ultimately affecting their competitiveness and long-term success (Hinterhuber & Liozu, 2012).

Fix Slice Bias

The fixed-slice bias is defined as "the judgment that one's interests are in opposition to the interests of competitors" (Gelfand & Christakopoulou, 1999). Rubin (2003) argues that during the evolutionary process of the human brain, it developed in a way that allowed it to handle simple types of exchanges, suited to the conditions of small, portable hunter-gatherer societies. In this context, evolutionary psychology can provide a strong foundation for explaining the focus on transactional and distributive changes in human relationships. Rubin states that people often approach situations with a thinking style called "fixed-pie reasoning." This logic is based on the assumption that in a change or negotiation situation, the resources are limited and one party's gain means the other party's loss. However, Rubin emphasizes that in the evolutionary process, our ancestors were not limited to this simple logic. He suggests that more complex types of exchanges, known as positive-sum games, where both parties can benefit, are cognitively more difficult to understand. Nevertheless, he proposes that such exchanges could have been intuitively understood by our ancestors if needed. Consequently, Rubin argues that evolutionary psychology can explain not only individual decision-making and exchange mechanisms but also behavioral patterns in business relationships. From this perspective, the challenges encountered at the organizational level aside, the focus on transactional and distributive changes may trace back to the evolutionary adaptation processes of the human brain. This suggests that the behavior patterns and strategies observed in the business world are influenced by the evolutionary foundations of human nature.

DIGITALIZATION

Digitalization is the process through which companies reshape their business processes with the help of digital technologies. Digitalization goes beyond just transferring analog processes to a digital environment; it involves using technology to create more efficient, flexible, and competitive business models. This process can fundamentally change companies' product development, customer management, supply chain, and decision-making mechanisms. Digitalization is important for reasons such as increasing efficiency, enhancing customer experience, and gaining a competitive advantage (Matt et al., 2015). The digitalization process can impact firm performance in various ways. Automation and digital tools accelerate processes and reduce error rates. With reduced dependence on physical infrastructure and optimized processes, costs decrease. Digitalization also creates new revenue models and channels for delivering products/services. It speeds up new product and service development processes and encourages creativity (Vial, 2019).

Challenges that companies may face during the digitalization process include situations where small firms cannot keep up with larger players due to a lack of resources. Additionally, challenges include the protection of digital data and measures against cyberattacks, difficulties in employee adaptation to new technologies, and the high initial costs of digital transformation projects. While digitalization is a transformation process that can provide firms with a wide range of advantages, such as operational efficiency, cost reduction, and market competition, just like firms, employees, and competitors in the digitalization phase, it is crucial for managers to avoid being influenced by cognitive biases in their decision-making processes in order to benefit from these advantages. Although the effects of digitalization on firm performance are discussed in various aspects in the literature, the role of cognitive biases in these effects has been inadequately explored. Digitalization is inherently linked with cognitive biases in various ways that can influence firm performance, especially during decision-making processes. As companies adopt new technologies and processes, managers and employees may unknowingly fall prey to biases that hinder effective implementation. For example, cognitive biases such as confirmation bias can lead decision-makers to seek information that supports their preconceived notions about digital technologies, instead of objectively evaluating the full range of available data.



Similarly, anchoring bias could result in an overreliance on initial assessments or past experiences, preventing firms from fully embracing new digital solutions or adapting to changing technological landscapes. These biases, if left unchecked, can obstruct the company's ability to realize the full potential of digitalization, leading to missed opportunities, inefficiencies, or incorrect strategic decisions. Moreover, the digitalization process itself can exacerbate cognitive biases due to the complex and fast-paced nature of technological advancements. Managers, overwhelmed by the rapid influx of new digital tools and methodologies, may feel a loss of control, which can heighten their reliance on cognitive shortcuts or heuristics to make decisions. For instance, the uncertainty associated with new technologies and processes can trigger the use of default strategies, which might not be suitable in a digital context. This can lead to herd behavior, where companies blindly follow competitors' actions without fully understanding their unique needs or circumstances. Addressing these cognitive biases is crucial for firms to harness the transformative power of digitalization and achieve sustainable competitive advantages. Integrating awareness of these biases into the digital transformation process will help mitigate their negative effects and enable more rational, data-driven decision-making (Cavusoglu et al., 2004).

FIRM PERFORMANCE

Firm overall performance, described as "the diploma to which the enterprise achieves its dreams or goals inside a selected period," is a critical however hard idea to degree for businesses. The significance of defining and measuring organization overall performance stems from the truth that overall performance development is on the center of strategic management. For this reason, it's miles taken into consideration a key variable. Firm overall performance is decided thru dimension, comparison, or evaluation, and dimension is normally preferred (Ceylan, 2001). Business overall performance may be measured thru foremost approaches: subjective and goal scales. The subjective technique is based at the critiques and predictions acquired from people requested to evaluate enterprise overall performance. The goal technique, on the opposite hand, is based on real data, both via way of means of asking the person/human beings to record particular values or via way of means of having access to secondary sources, independently observed (Brown, 2003).

METHODOLOGY AND FINDINGS

The qualitative research method is an appropriate approach for understanding individuals' experiences, perceptions, and perspectives. In order to explore the transformation effects of digitalization on companies and the role of cognitive biases in this process, qualitative data collection and analysis methods have been employed in the study. The research was conducted within the framework of a phenomenological research design. The phenomenological approach offers an in-depth examination to understand how the research topic is experienced by the participants, how these experiences reflect on company performance, and how they are shaped during the digitalization process. For the research, companies that have adopted the digitalization process and are influenced by cognitive biases during this process were selected. The participants, chosen through purposeful sampling, consisted of managers, top decision-makers, and individuals guiding the digitalization processes from companies of various sizes and sectors. The selected firms varied in terms of size and industry, with at least one manager or decision-maker selected from each firm, resulting in a participant count of 15 to allow for in-depth analysis.

During the data collection process, semi-structured interviews were used, and each interview was planned to last approximately 30 minutes. Prior to each interview, participants' consent was obtained, and all interviews were recorded. Semi-structured interviews provided an environment where participants could freely express their experiences and the researcher could ask in-depth questions on specific themes. This allowed for detailed information to be gathered about the participants' perceptions of the digitalization process, the challenges they encountered, and the impact of cognitive biases in this process. During the interviews, questions were asked on the following key topics.

- How did the digitalization process start in your company, and which digital tools were used?
- What challenges were encountered during the digitalization process?
- Which cognitive biases do you think influence decision-making processes?
- How do cognitive biases shape the digitalization process?



- How did the digitalization process affect company performance, and in which areas were improvements or challenges experienced?

The collected data were analyzed using thematic analysis. Thematic analysis allows for the categorization of qualitative data into meaningful patterns and themes. This approach helps the researcher identify specific topics, attitudes, experiences, and themes from the data gathered during the interviews. In the analysis process, after the interviews were recorded, all of them were transcribed. The transcribed data were categorized according to pre-determined topics, and key themes related to the participants' experiences, cognitive biases, and company performance in the digitalization process were extracted. After coding, the obtained data were grouped into main themes and subthemes. The themes identified through thematic analysis were interpreted to understand the relationship between digitalization and cognitive biases. Based on the data obtained from the coding process, main themes and subthemes were defined. The main themes include the effects of the digitalization process on company performance, challenges encountered during the digitalization process, the role of cognitive biases in the digitalization process, and their effects on company performance. In the following section, participants' thoughts on these main themes and subthemes are presented.

Effects of the Digitalization Process on Company Performance

The subthemes identified under this main theme are the use of digital tools, productivity and cost optimization, and factors influencing performance improvement. The data obtained from these subthemes are explained below:

Use of Digital Tools: Participants emphasized how the tools used in the digitalization process impacted their performance, particularly how tools such as ERP systems, CRM software, and cloud technologies optimized business processes. Additionally, it was highlighted that the use of artificial intelligence-supported analytical tools and automation systems helped speed up decision-making processes, with some participants noting that big data analytics played a crucial role in better understanding customer behavior.

Productivity and Cost Optimization: Participants stated that digitalization reduced operational costs for businesses and increased process efficiency, particularly contributing to cost reduction and productivity improvement in production and logistics processes. Moreover, they noted that by minimizing human error and improving workflows, significant improvements in labor productivity were achieved.

Factors Influencing Performance Improvement: Participants explained that digitalization led to faster decision-making mechanisms and increased customer satisfaction. In evaluating the impact of digitalization on performance improvement, they emphasized the importance of real-time data analytics and rapid decision-making mechanisms, as well as the implementation of innovative solutions, which significantly increased customer satisfaction.

Challenges Encountered in the Digitalization Process

The subthemes identified under this main theme are technical and operational barriers, human resource and training deficiencies, and high costs and investment risks. The data obtained from these subthemes are explained below:

Technical and Operational Barriers: Participants pointed out that technological infrastructure deficiencies posed a significant barrier in the digitalization process. It was found that some companies faced serious challenges in transitioning from outdated infrastructure to modern digital systems. Additionally, participants mentioned that technical shortcomings in developing industry-specific software slowed down the process.

Human Resource and Training Deficiencies: According to participants, one of the biggest factors affecting the digitalization process was the challenges faced by employees in adapting to new technologies. It was noted that more training was needed for employees to adapt to digital tools, and in companies with low digital literacy, the digitalization process took longer and was sometimes met with

resistance.

High Costs and Investment Risks: Participants explained that the initial costs of the digitalization process were high, and some companies found the process risky. They highlighted that the high initial costs of digitalization investments and the potential for delayed returns made some companies hesitant to adopt the process.

The Role of Cognitive Biases in the Digitalization Process

The subthemes identified under this main theme are confirmation bias, status quo bias, and overconfidence bias. The data obtained from these subthemes are explained below:

Confirmation Bias: Participants indicated that decision-making in the digitalization process often focuses on information that confirms pre-existing beliefs, with decision-makers tending to focus on data that supports their current strategies and ignoring new ideas. They particularly noted that, in digital transformation processes, there could be a limited perspective when evaluating the potential benefits of innovative technologies.

Status Quo Bias: Analysis revealed that some managers are reluctant to change the status quo and resist the digitalization process. Participants highlighted that, in organizational change processes, some managers tend to maintain the existing order, which hinders digitalization efforts. This tendency was particularly noticeable in established companies.

Overconfidence Bias: Participants emphasized that some decision-makers acted overly optimistic during the digitalization process, leading to resource wastage. They mentioned that excessive optimism in digitalization processes resulted in both financial and time-related resource waste. This was especially the case due to a lack of proper planning and strategy, which led to unforeseen costs and operational issues.

Effects on Company Performance

The subthemes identified under this main theme are increased customer satisfaction, efficiency in internal processes, innovation, and competitive advantage. The data obtained from these subthemes are explained below:

Increased Customer Satisfaction: Participants stated that digitalization enables companies to provide faster and more effective services to customers. They highlighted that digitalization processes significantly improved customer service, and personalized services increased customer loyalty, particularly emphasizing the impact of e-commerce and digital marketing tools.

Efficiency in Internal Processes: Participants explained that automation and the integration of digital tools into internal processes reduced the workload and minimized errors. They mentioned that the process decreased internal process errors, optimized the workload, took less time, and thus provided a cost advantage.

Innovation and Competitive Advantage: Participants noted that companies implementing digitalization processes developed innovative solutions and gained a competitive advantage. They explained that by using digital tools, companies could obtain significant competitive advantages in the market.

CONCLUSION

This study examined the effects of cognitive biases and digitalization processes on company performance and revealed significant findings. The research results strongly emphasize that digitalization offers numerous advantages to firms, such as operational efficiency, cost optimization, innovation, and competitive strength. However, to fully benefit from these advantages, it is essential for managers and employees to be aware of cognitive biases in decision-making processes and effectively deal with these biases. The findings reveal that cognitive biases pose a significant barrier in digitalization processes. Specifically, the perceived lack of control, the complexity and uncertainty of digitalization

processes, creates a sense of loss of control among managers, negatively affecting decision-making processes. Herd Behavior, the tendency to blindly follow other firms' strategies, may lead companies to adopt solutions that do not suit their own needs. Anchoring Bias, the misallocation of limited resources, especially digital transformation investments, can harm other strategic priorities. These biases not only lead to errors in decision-making processes but also prevent companies from fully evaluating the opportunities that digitalization provides.

Additionally, the research identified that factors such as technical, financial, and human resource deficiencies create significant challenges in digitalization processes. Technical infrastructure shortcomings, the lack of suitable infrastructure for advanced digital technologies, restrict the feasibility of processes. Training and human resources in digital transformation require not only technology but also the adaptation of employees to these technologies. A lack of training can lead to resistance to change and a loss in efficiency. Financial challenges, including high initial costs for digitalization processes, constitute a significant barrier, particularly for small and medium-sized enterprises. These costs include investments in technological infrastructure, specialized consulting services, and the retraining of employees.

Based on these findings, the following strategies can be recommended for companies to successfully implement digitalization processes and minimize the impact of cognitive biases:

Strategies to Reduce Cognitive Biases: Cognitive biases are psychological tendencies that lead individuals to be influenced by certain perceptions and false beliefs, rather than rational thinking, in their decision-making processes. These biases are a significant factor that prevents managers and employees from effectively evaluating digitalization processes. Cognitive biases not only shape decision-making processes but also influence the perception of risks in digitalization processes. The limitations of managers and employees' existing knowledge and experience can trigger cognitive biases when evaluating digitalization and technology investments. Managing these biases is critical for reducing errors in digitalization processes. Biases can lead managers to focus only on data that supports their assumptions and beliefs, thus ignoring the different perspectives needed for digital transformation. Cognitive biases are a major obstacle in strategic change processes. In this context, strategies to reduce biases should include: organizing training sessions for managers and employees about cognitive biases, and implementing awareness programs on how to overcome these biases. These training programs will help individuals understand how biases affect decision-making in digitalization processes. Additionally, data-driven decision-making methods should be used, and objective data and analysis should be utilized as key tools to minimize biases.

To manage the digitalization process effectively, cognitive biases must be more clearly defined and managed. This is not only a technological transformation but also a cultural and human-centered transformation process. By being aware of biases, investments should be made in both human resource management and cultural transformation alongside technological infrastructure. In this way, companies can fully benefit from digitalization processes. Integrating strategic change into corporate culture will play a critical role in minimizing the impact of biases. In conclusion, the definition of cognitive biases in the digitalization process, as well as a deeper discussion on how these biases hinder companies' strategic transformation and limit digitalization opportunities, is essential. Companies should not only focus on technological investments but should also adopt a systematic approach to eliminate cognitive biases that affect decision-making processes. This will allow for the more efficient use of the opportunities offered by digitalization.

Training and awareness programs should be implemented to educate both managers and employees about cognitive biases, explaining how these biases affect decision-making processes. Data-driven decision-making methods should be used to minimize biases in decision-making, utilizing objective data analysis tools. Big data analytics and artificial intelligence can make decision-making processes more rational. Additionally, external expert support can help by offering independent opinions from external consultants and specialists, which can reduce the effects of herd behavior and confirmation bias.

Strategies to Activate the Digitalization Process: With comprehensive strategic planning, the digitalization process should align with company goals and be implemented through clear phases. Before large-scale transformation initiatives, pilot projects should be conducted to test the feasibility and impact of the technology. Increasing employee participation is essential for active involvement in the change process, with resistance points identified early and addressed. For small and medium-sized enterprises (SMEs), support mechanisms, including government incentives and support programs, are crucial to helping these companies overcome digitalization costs.

This research shows that digitalization is not just a technological integration for firms but also a strategic transformation process. However, this process is not limited to technological investments; it also requires awareness and management of cognitive biases. For companies to fully benefit from digitalization, they must eliminate biases from decision-making processes, focus on human resources and cultural transformation while investing in technological infrastructure, and adopt digitalization as a sustainable strategic priority. In order for the idea of strategic change to spread throughout the organization, the decisions made by top management must be embedded in the corporate culture. Companies should focus not only on the potential of digitalization but also on how it affects decision-making processes and how these processes can be made more rational. This will contribute to both short-term operational success and long-term strategic transformation goals.

Although the study has explored the effects of cognitive biases in the digitalization process, digitalization has broader and more multifaceted effects on businesses. Digitalization is not only about adopting new technologies but also a transformation process where organizational structures, business models, and strategies align with the evolving digital environment. Therefore, a deeper examination is needed of how digitalization affects not only operational processes but also corporate culture, leadership, and employee engagement. A more detailed analysis of the technological, strategic, and human factors involved in the digitalization process will provide a more comprehensive understanding of the challenges and opportunities. By focusing on these aspects, companies can better leverage the full potential of digitalization and turn it into a key to long-term success and innovation.

Future research should explore the interactions between cognitive biases and digitalization in various industries to fill knowledge gaps in this area. Furthermore, investigating digitalization dynamics in different geographic regions and according to company sizes for future studies is also recommended.

REFERENCES

- Ariely, D. (2009). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions* (Revised and expanded ed.). HarperCollins.
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (2012). *Judgment in managerial decision making* (8th ed.). Wiley.
- Brown, G. K. (2003). *The impact of market orientation and its strategic antecedents on business performance: Replication, corroboration, and extension of recent structural equation results* [Doctoral dissertation, Thammasat University].
- Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation, and business performance. *Journal of Economic Perspectives*, 14(4), 23–48. <https://doi.org/10.1257/jep.14.4.23>
- Cavusoglu, H., Cavusoglu, H., & Raghunathan, S. (2004). Economics of IT security management: Four improvements to current security practices. *Communications of the ACM*, 47(3), 56–61.
- Ceylan, C. (2001). “Örgütler için esneklik performans modeli oluşturulması ve örgütlerin esneklik analizi” [Doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Dolan, R. J., & Simon, H. (1996). *Power pricing: How managing price transforms the bottom line*. The Free Press.
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12.
- Gelfand, M. J., & Christakopoulou, S. (1999). Culture and negotiator cognition: Judgment accuracy and negotiation processes in individualistic and collectivistic cultures. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 79(3), 248–269. <https://doi.org/10.1006/obhd.1999.2845>
- Gino, F., Sharek, Z., & Moore, D. A. (2011). Keeping the illusion of control under control: Ceilings,



- floors, and imperfect calibration. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 114(2), 104–114. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2010.10.002>
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. M. (2012). Is it time to rethink your pricing strategy? *MIT Sloan Management Review*, 53(4), 69–77.
- Johansson, M., Hallberg, N., Hinterhuber, A., Zbaracki, M., & Liozu, S. (2012). Pricing strategies and pricing capabilities. *Journal of Revenue & Pricing Management*, 11, 4–25. <https://doi.org/10.1057/rpm.2011.42>
- Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. Farrar, Straus and Giroux.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., & Kiron, D. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 14(1), 1–25.
- Lancioni, R. A. (2005). Pricing issues in industrial marketing. *Industrial Marketing Management*, 34(2), 111–114. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2004.09.003>
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), 339–343. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0401-5>
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Rubin, P. (2003). Folk economics. *Southern Economic Journal*, 70(1), 157–171.
- Rusetski, A. (2014). Pricing by intuition: Managerial choices with limited information. *Journal of Business Research*, 67(8), 1733–1743.
- Shapiro, B. P., & Jackson, B. B. (1978). Industrial pricing to meet customer needs. *Harvard Business Review*, 56(6), 119–127.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>





SHARENTING: A STUDY ON INSTAGRAM POSTS OF INFLUENCER PARENTS IN TÜRKİYE

SHARENTING: TÜRKİYE'DEKİ INFLUENCER EBEVEYNLERİN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sefer KALAMAN¹ 



ORCID: S.K. 0000-0002-2761-1229

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Sefer Kalaman

Ankara Yıldırım Beyazıt University, Türkiye

E-mail/E-posta: seferkalaman@aybu.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 01.02.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %9

Revision Requested/Revizyon talebi:

16.02.2024

Last revision received/Son revizyon teslimi:

01.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Kalaman, S. (2025). Sharenting: A Study on Instagram Posts of Influencer Parents in Türkiye. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 553-562.
<https://doi.org/10.7456/tojdac.1631098>

Abstract

Despite the protection of children's rights by both national and international law, children's rights are being violated both in real life and in the virtual environment with the development of new digital technologies and the widespread use of social media. Although these violations are mostly committed by people who are not relatives of the child on social networks, they can also be committed by the child's father or mother on the part of the phenomenon or behavior of sharenting. Instagram is one of the most common environments where sharenting behavior, which refers to parents' regular and detailed sharing of their children on social media, is exhibited. From this point of view, this study aims to reveal how influencer parents in Turkey exhibit sharenting behavior on Instagram and how they violate their children's rights. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the study. The population of the study consists of influencer parents who have Instagram accounts in Turkey. The sample consists of 3 Influencer parent accounts with over 300 thousand followers on Instagram, selected by purposive sampling method. According to the results obtained in the research, influencer parents perform sharenting behavior by sharing their children intensively. In the posts involving children, parents have caused their children to be stripped of their right to be forgotten, left digital footprints, violated their privacy, made them vulnerable to abuse and used as advertising material.

Keywords: Sharenting, Social Networks, Influencer, Instagram.

Öz

Çocukların sahip olduğu haklar, hem ulusal hem de uluslararası hukukta koruma altına alınmasına rağmen çocuk hakları gerçek hayatta ihlal edildiği gibi yeni dijital teknolojilerin gelişmesi ve sosyal paylaşım ağlarının geniş kitlelerce kullanılması paralelinde sanal ortamda da yoğun şekilde ihlal edilmektedir. Söz konusu ihlaller, çoğunlukla sosyal paylaşım ağlarında çocuğun yakını olmayan kişiler tarafından gerçekleştirilse de sharenting olgusu ya da davranışı ile çocuğun anne ve/veya babası tarafından da gerçekleştirilebilmektedir. Ebeveynlerin çocuklarını sosyal medyada düzenli ve detaylı şekilde paylaşmasını ifade eden sharenting davranışının ise en çok sergilendiği ortamlardan birisi Instagram'dır. Bu noktadan hareketle yapılan çalışmada, Türkiye'deki Influencer ebeveynlerin Instagram'da sharenting davranışını nasıl sergilediklerini ve çocuklarının haklarını nasıl ihlal ettiklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye'de Instagram'da hesabı olan Influencer ebeveynler oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen ve Instagram'da 300 binin üzerinde takipçisi olan 3 Influencer ebeveyn hesabı ise örnekleme teşkil etmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Influencer ebeveynler çocuklarını yoğun olarak paylaşarak sharenting davranışını gerçekleştirmektedir. Çocukların yer aldığı paylaşımlarda, ebeveynler çocuklarının en fazla unutulma hakkının ellerinden alınmasına, dijital ayak izlerinin bırakılmasına, mahremiyetlerinin ihlaline, istismara açık hale getirilmelerine ve reklam malzemesi olarak kullanılmalarına neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sharenting, Sosyal Paylaşım Ağları, Influencer, Instagram.



INTRODUCTION

The introduction of social networks into human life following digitalization has started to change the classical family and classical parental structure. Especially young parents meet their needs such as entertainment, socializing, learning and shopping on social networking sites. In addition, young parents may take influencer parents on social networks as role models in order to be a good parent or to make being a parent pleasant or easy. At this point, influencer mothers and fathers share more about their children and themselves on social networks in order to be followed by more parents, to become famous, to affirm their parenthood, to achieve emotional satisfaction and financial gain.

Sharenting behavior occurs when parents share content such as photos, videos and articles about their children regularly and in large numbers on social media. Parents' conscious or unconscious sharenting behavior causes direct or indirect harm to children in many areas. Many negative situations can occur, such as taking away the child's right to be forgotten, creating a digital footprint, violating privacy, making them vulnerable to abuse, learning their personal information, and using them in advertisements without their consent. These negative situations may cause the child to be exposed to irreparable situations both at his/her current age and in his/her future life. When they grow up, a lot of kids around the world remove their parents' posts by court order because they don't like what they see.

According to this perspective, the purpose of this study is to ascertain how influencer parents engage in sharenting behavior on Instagram. In addition, it is aimed to determine which negative situations parents can expose their children to with the sharenting behavior. Qualitative method was preferred in the study. The data were obtained from 3 influencer parents who posted about their children on Instagram. The research data were analyzed using content analysis.

LITERATURE REVIEW

In the 21st century, the rapid spread of digital technologies has led to changes in communication environments and social interactions. Especially the intensive use of social media platforms by people has adapted many areas of life to this environment (Böyük & Büyükbakkal, 2024, p. 674). This rapid and effective change of social networking has also brought many negative situations. One of the most current examples of these negativities is undoubtedly sharenting behavior, as it affects both the child, the family and the society.

Sharenting refers to parents' regular, detailed and numerous sharing of children's videos, posts, photos, articles, etc. on social networks. Sharenting is a combination of the words 'share' and 'parenting' (Kalaman et al., 2022, p. 16). Sharenting can be comprehensively defined as parents' excessive sharing of posts on social media in which they violate their children's privacy and disclose their children's personal information (Ayhan & Öztürk, 2021, p. 166). According to Günüş (2020, p. 282), sharenting is a negative term and emphasizes parents' oversharing. Additionally, the issue that makes the act of sharenting a problem here is that parents' sharing about their children is excessive and inappropriate.

Damkjaer (2018) suggested that there are four types of communicative orientations that characterize parents' approach to sharing on social media. These are; family-oriented approach, peer-oriented approach, oppositional approach, non-use approach. The family-oriented approach refers to the situation in social networking where the family is the primary implicit recipient of sharenting and a predominantly monologic form of communication is conducted. The peer-oriented approach refers to parents' use of social media for sociability, experience and communication with other parents, gaining perspectives and exchanging information, and exhibiting sharenting behavior. Both family-oriented approach and peer-oriented approach imply generally moderate or high levels of social media use in relation to sharenting compared to participants' overall activity levels. Oppositional approach refers to parents' critical and self-conscious approach to sharenting behavior on social networks. Parents share very little on these networks. These parents are opposed to sharenting behavior due to lack of control over the content shared or concerns about children's privacy rights. The non-use approach explains that parents do not use social networks to communicate about parenting, to express themselves, or to achieve other outcomes.

At this point, parents' family-oriented approach and peer-oriented approach are approaches that can serve sharenting behavior. Sociological and psychological reasons underlie the fact that parents share every moment of their children from birth with the accounts they create on social networks and present their child's data to the surveillance of thousands of people without fear (Duygulu, 2019, p. 438).

Parents post information about their children on social networks or follow influencer parents for a variety of reasons. Among the advantages of sharenting, according to Cataldo (2022, p. 8), are asking for help, comparing various experiences, sharing knowledge about particular child conditions, like psychological and neurodevelopmental disorders, and giving moms and dads a platform to express themselves.

In addition, parents reveal their unique characteristics by sharing their own photos and provide social satisfaction by applying a similar situation on their children's photos and receiving likes or comments. These individuals engage in sharenting behavior for self-actualization and social approval. In other words, parents, especially mothers, use social media to confirm their parental roles and create a positive self-presentation, and engage in sharenting behavior (Ouvrein & Verswijvel, 2019, 320; Brosch, 2016, p. 233; Özgül et al., 2022, p. 241).

Underlying the parents' sharenting behavior is the sharing of memories, digital memory recording, proving happiness, proving the child's development to be seen by the environment, creating a public image, getting online community approval, making the mother happy, and providing motivation between parents (Bauer et al., 2023, p. 105; Günüş, 2020, p. 292; Akpınar et al., 2020, p. 15; Wall, 2018, p. 6; Latipah et al., 2020, p. 4815).

Another reason for sharing behavior is that parents want to make their children a phenomenon and gain financial gain by selling the items they use or advertising commercial products (Özgül et al., 2022). In this case, which is expressed as microcelebrity and enables gaining recognition through the internet, parents can earn financial gain by labeling the content they produce with companies, brands and products (Kopuz, 2022, p. 383). The act of sharenting performed by parents is also performed by influencer parents. This situation occurs in the form of non-famous parents making their children famous or already famous people using their children to increase their recognition and generate income.

Both ordinary parents and celebrities have turned to new professions such as youtubers, bloggers and instamoms. Parents, who are also called influencers, share a lot of information and experiences such as pregnancy period, prenatal shopping, baby shower, birth, baby care and feeding, sleep patterns in an interactive way (Ergül & Yıldız, 2021, p. 612). Especially in recent years, influencer parents, whose number has increased in recent years, transfer knowledge and experience to their followers on the aforementioned issues starting from the pregnancy period and build a new style of motherhood and child rearing both in writing and with the videos they shoot (Kaya, 2023, p. 125).

This sharenting behavior performed by parents on social media leads to many negative situations, especially for children. Sharenting behavior that parents perform by sharing photos, videos, posts, articles and informations about childrens on social networks causes the child to be exposed to many problems, especially psychological, physical and sociological problems (Kalaman et al., 2022, p. 17). Destruction of mother-child communication (Kaya, 2023, p. 133), privacy, abuse, pedophilia, encouragement of consumption (Ergül & Yıldız, 2021, p. 617), identity theft, child pornography (Otero, 2017, p. 412; Akkoç & Ayyıldız, 2022, p. 78), violation of the right to be forgotten, using child in advertisements without permission, violation of privacy, digital footprinting, shaming children and obtaining information to kidnap children are some of these negative situations.

Parents sharing intimate images of their child (in the pool, in the shower) on social networks may expose the children to abuse, expose the children to the surveillance of pedophiles, or upload images of the child, even if normal, to sexually explicit websites. Karaman and Ayhan (2021, p. 43) emphasize the element of abuse. According to Karaman and Ayhan, in general terms, ignoring the developmental needs of a child is neglect, and any words and behaviors that intentionally harm the child is abuse. In fact, mothers frequently sharing their children in order to prove to the society that they are a good mother and

to gain appreciation is to make children vulnerable to abuse (Özkan & Özer, 2022, p. 226; Ergül & Yıldız, 2021, p. 618).

When mother and father share their children's name, surname, address, etc. on social media, it can lead to digital identity theft, i.e. making a digital copy of the child. In addition, sharing this information also paves the way for child abduction by malicious people.

Another problem is the use of the child's photo or video in advertising with or without the consent of the family. These people, defined as influencer parents, earn income by sharing posts about their children and their own lives and reaching a certain number of followers (Campana et al., 2020; Deniz, 2022, p. 109). According to Tosun and Deniz (2023, p. 96), the recent increase in Kidfluencers' viewership and number of followers has attracted the attention of advertising companies, which has led to advertisements and collaborations in the children's industry through Kidfluencers. Children, who are unable to make their own decisions and lack cognitive awareness, are turned into commercial objects and advertising materials by their parents. It is clear that violations of privacy through posts about their private lives as well as their physical and spatial intimate areas do not coincide with the personal rights and freedoms of the child (Küçükali & Serçemeli, 2020, p. 662).

In addition, the sharing of children's photos, videos and information on social networks by their parents leads to both the deprivation of the child's right to be forgotten and the disclosure of their private/private life space. Children have a right to their privacy and online identity. Children will form their own identities as they grow up and therefore their identities should be defined by themselves and not by their parents (Otero, 2017, p. 412).

In addition, the digital footprints recorded in a child's social media account can harm the child in the distant future. Today, many parents open accounts on YouTube and Instagram with their children. Unfussy posts on these social networks can damage the child's pride and reputation. This can cause problems, especially in the child's self-esteem, as it can be hurt due to harassment, etc. (Günüç, 2020, p. 284). Subsequently, when kids grow up and see the posts written about them, they don't like that their parents share them since they're too exposing, embarrassing, and nude. This has a negative impact on the trust relationship between parents and children (Moser et al., 2017; Haley, 2020; Barnes & Potter, 2021).

Negative actions against children, whether by strangers or by their families, are prohibited under national and international law. Children's right to respect for private life is protected just like adults' right to respect for private life. Thus, as stated in the human rights conventions regulating the right to respect for private life, "everyone" has this right (Özçelik, 2020, p. 426). Article 8 of the European Convention on Human Rights also emphasizes the right to respect for private life and the right to privacy.

Article 16 of the United Nations Convention on the Rights of the Child emphasizes the child's right to privacy and states that this right is protected. Article 18 of the same convention also points out that parents are primarily responsible for the protection of children both on social media and in all areas of life (UNICEF, 2022).

Posts that violate the child's personal rights, abuse the child, offend the child's pride, honor and dignity may lead to the limitation of the right of custody. In addition, by exercising the right to be forgotten, the child may request the deletion of his/her parents' social media posts about him/her (Deniz, 2022, p. 110). "Unless justified by the consent of the person whose right of personality is injured, a superior private or public interest, or the exercise of the authority granted by law, every attack on personal rights is unlawful" (Türk Medeni Kanunu, 2001). The second paragraph of this article defines the limitation and defines unlawfulness. Accordingly, since parents' posts on social media without their children's knowledge and consent may lead to the violation of their children's personal rights today and in the future, and since these posts will not have a public benefit; the phenomenon of sharenting can be considered as a crime (Günder & Günder, 2022, p. 399).

At this point, there are issues that parents should pay attention to when sharing on social networks:

- Parents should know the privacy policies of the sites they share information with and make the necessary adjustments (Keith & Steinberg, 2017; Günüş, 2020, p. 295).
- Parents should not share their children's home address, school address or personal information (Yavuz, 2020, p. 39; Keith & Steinberg, 2017).
- Parents should obtain their consent when sharing information about their children (Akkoç & Ayyıldız, 2022, p. 80; Günüş, 2020, p. 295; Yavuz, 2020, p. 39).
- Parents should not share photos showing their children naked in any way (Deniz, 2022, p. 111; Keith & Steinberg, 2017; Akkoç & Ayyıldız, 2022, p. 80).
- Parents ought to think about how sharing will affect their kids' present and future circumstances. Things that the child would be ashamed, upset, hurt their pride, or dislike should not be shared (Keith & Steinberg, 2017; Günüş, 2020, p. 295).
- Keeping the shares in which the child is an object to a reasonable extent (Yavuz, 2020, p. 39).
- Parents should be shown the harms of sharenting behavior through public spots or educational programs. By doing this, the number of father and mother posting photos of their kids on social networks can be decreased, and parents can be more selective about what they post. In their study, William-Ceci et al. (2021, p. 7) showed videos explaining the harms of sharenting to parents who exhibited sharenting behavior. As a result, parents' perspectives on their sharing behavior altered, and they became less inclined to post offensive material about their kids on social media.

MATERIAL AND METHOD

Purpose, Importance and Questions of the Research

The study aims to reveal how influencer parents in Türkiye exhibit sharenting behavior on Instagram and how they violate the rights of their children. The study is important in terms of addressing the sharenting behavior, which has recently started to be recognized in Türkiye and in the world, determining how influencers in Türkiye consciously or unconsciously harm children through the act of sharenting, and creating data for other scientific studies to be conducted. According to the study's objectives, the following queries about influencer parents' sharing behavior were intended to be addressed:

RQ1: What are the content of influencer parents' posts?

RQ2: What is the level of visibility of the child in the posts of influencer parents?

RQ3: Which negative situations do the posts of influencer parents pave the way for their children?

Method, Population and Sample of the Study

A qualitative research method was used in the study. The population of the study consists of influencer parents who have Instagram accounts in Türkiye. The sample consists of 3 influencer parent accounts (caglaa, puccito, melek khayta) selected by purposive sampling method and having more than 300 thousand followers on Instagram.

Data Collection and Analysis

Three influencer parents who create digital material on Instagram and share posts about their kids provided the study's data. The 300 content obtained from the accounts named Çağla Düvenci Sönmez (caglaa), PuCCa (puccito) and Melek Hayta (melek khayta) were included in the study. While collecting the data, the last 100 posts shared by the Instagram accounts were taken into consideration. When the monthly and annual posts from the accounts were analyzed, it was observed that there was an irregular and unbalanced distribution. Therefore, the time interval was not taken into account when obtaining the data. The research data were analyzed using the content analysis. The coding of the research was carried out in three stages. First, categories, subcategories and options to be included in the coding chart were determined. Secondly, the information obtained from the report was written under the categories. In the last stage, both the researcher and another independent researcher analyzed the content in the coding chart for validity and reliability. According to the results of the analysis, the data were found to be consistent. In the study, Microsoft Excel program was used for coding and frequency analysis.



Results and Discussion

In the study, the posts of 3 mothers (Çağla Düvenci Sönmez, PuCCa and Melek Hayta), who post about their children on Instagram and are called influencer parents, on their Instagram accounts (caglaa, puccito, melek khayta) were analyzed.

Among these accounts, caglaa has the most followers, melek khayta has the most posts and puccito has the most comments. The number of posts refers to the number of posts made by the accounts from the day they were established until today. The number of comments is the number of comments on the 100 most recent posts of these accounts. Since the accounts did not want the number of likes to appear on the majority of their posts, they hid the number of likes on the posts. For this reason, the interaction rates of the accounts were evaluated in terms of the number of followers and comments on the posts. puccito was the account with the highest number of comments on its posts, although it ranked second in terms of the number of followers. Puccito's total number of comments on its posts is approximately 5 times the number of comments on caglaa's posts and 7 times the number of comments on melek khayta's posts. At this point, it is possible to say that the account named puccito has the highest interaction (Table 1).

Table 1. Instagram Account Information

Account Name	Description	Number of Followers	Number of Following	Total Number of Posts	Total Number of Comments
caglaa	KıvançAlyaLia Find the light in everything	720 bin	683	819	9.864
puccito	Küçük aptalın büyük dünyası	669 bin	1.958	2.375	52.867
melek khayta	Life style I motherhood	331 bin	1.010	4.018	6.997

When looking at the format of the posts made by the accounts about both their children and themselves, it is seen that 63% of the posts on the caglaa account are videos. Approximately 2 out of every 3 posts made from the Caglaa account are videos. The account named Melek khayta has also shared the most videos (%59) in the same manner. Apart from this, the puccito account preferred photos the most in its posts (69%) (Table 2).

The differentiation of the sharing format of the account named Puccito from the other two accounts is directly related to the content of the posts, the person featured in the posts, the mother has life type, image, and the elements used in the posts. The first prominent feature of the puccito account is the mother's frequent use of text in her posts. The account includes long texts as descriptions in its posts, adds text over the photos, and sometimes features only text in its posts. It presents a heartfelt, sincere, and unconventional image. In the posts on the puccito account, the mother is mostly featured alone. It is possible to say that the account has moved away from video edits and adopted a spontaneous, natural, and sincere sharing style.

Table 2. Format of the Post

Format of the Post			
	Photo	Video	Writing
Caglaa	36	63	1
puccito	69	21	10
melek khayta	39	59	2

When examining the content of the posts made by the accounts, it has been observed that parents have emphasized different types of content in their posts about themselves and their children. The account named caglaa had 44% of its posts related to daily activities, 26% to travel, and 14% to entertainment, while posts related to education constituted only 8%. This account did not contain any advertising content in its posts. 45% of the posts from the account named puccito are daily activities, while posts in other areas are almost evenly distributed. Contrary to this, only 1% of the posts from this account were

educational. The melek khayta account has the highest percentage of posts with advertisements (32%). That is, one in three posts is advertising. In this account, the share of educational content is only 1%, although the other categories are equally distributed (Table 3).

Considering the posts of the three accounts, it is observed that influencer parents have strayed from their mission of being role models for other parents. Indeed, one of the reasons parents follow influencer parents is undoubtedly child education. Only 3.3% of the shared content is related to education. In addition, the situation of using the child as advertising material is 14.3%. In addition, the rate of using children in advertisements on melek khayta account rises to 32%. Whether it's entertainment, daily activities, or travel-related posts, mothers engage in sharenting behavior. In addition, the element of exposing the child and the mother is prominent in these shares.

Table 3. Content of the Post

Content of the Post						
	Education	Entertainment	Daily Activity	Advertisement	Trip	Other
Caglaa	8	14	44	0	26	8
puccito	1	13	45	11	19	11
melek khayta	1	15	22	32	29	1

When examining the individuals featured in the posts made by influencer parents on their Instagram accounts, significant differences are observed. For instance, the caglaa account featured children the most in its posts (%64), while the puccito account featured mothers the most (%45), and the melek khayta account featured family the most (%37) (Table 4).

Since the parents are divorced, there is no family photo on the puccito account. It can be said that the claim of being a model family and individual as influencer parents has been disproven. So much so that being visible and famous has not brought happiness. The account that engages in the sharenting behavior the most is the account 'caglaa.' On this account, the rate of the child's individual or family sharing is over 90%. On the melek khayta account, the rate of the child being shared individually or with the family is above 60%.

Table 4. People Involved in the Post

People Involved in the Post						
	Child	Mother	Mother and Child	Siblings	Family	Other
caglaa	64	4	10	7	13	2
puccito	30	45	10	2	0	13
melek khayta	27	25	6	3	37	2

When examining the negative situations to which children are exposed through the posts made from their parents' accounts, it has been concluded that in all three accounts, the most significant issue is the deprivation of the child's right to be forgotten and the creation of a digital footprint without the child's consent and will (caglaa 93%, melek khayta 60%, puccito 42%). The violation of the child's privacy (caglaa 35%, melek khayta 19%, puccito 20%) also emerges as the second major issue. Moreover, the caglaa account can additionally expose the child to abuse (%21) through the posts it shares and include naked (%22) photos in the child's posts. The melek khayta account, on the other hand, exposes her child to abuse (%19) in her posts, violates their privacy (%19), and uses her child in advertisements (%11). In the 'None' category in the table, posts without children are included. In these posts, only the mother or the text post has been included (Table 5).

This situation can indirectly cause harm to the child. So much so that the mother's posts featuring nudity, exposure, attention-grabbing content, and increased interaction lead to a rise in follower count. This means that more people are coming to the account and more people are seeing the child. In fact, while



the mother makes herself and the account more visible, she also subjects the child to more scrutiny. Essentially, these categories are interrelated. The use of a child in advertising also means that the child is being exploited financially by their family. Leaving a digital footprint also corresponds to the loss of the child's right to be forgotten. Sharing semi-nude photos of the child, the child being subjected to abuse, the right to be forgotten being taken away, the violation of privacy, and the digital footprint can all cause harm to the child from different perspectives. At this point, the violation of a child's privacy should not be understood solely through the lens of bodily privacy. The sharing of photos and videos of children's private moments by influencer parents leads to the violation of children's bodily, spatial, and informational privacy.

Table 5. Violated Rights of the Child or Elements That Could Harm the Child

Negative Situations								
	Disclosure of Personal Information	Violation of Privacy	Abuse	Loss of the Right to Be Forgotten	Use in Advertising	Digital Footprint	Nudity	None
caglaa	9	35	21	93	0	93	22	7
puccito	8	20	3	42	1	42	2	58
melekkhayta	10	19	19	60	11	60	7	40

CONCLUSION

Influencer parents' frequent and numerous posts about their children on social networks are explained by sharenting behavior. Sharenting behavior can cause children to become surveillance material and a kind of consumption product. The fact that influencer parents engage in sharenting behavior, which can also be performed by ordinary parents, increases the possibility and type of harm that the child may suffer. In fact, while ordinary parents present a small number of videos and photos of their children to hundreds of followers, influencer parents present a large number of videos and photos of their children to hundreds of thousands of followers. This sharenting behavior can cause harm to children in different ways.

The study aims to reveal how influencer parents exhibit sharenting behavior and what negative situations they expose their children to. For this purpose, the posts of 3 influencer accounts on Instagram were analyzed through qualitative content analysis.

Considering the analysis's findings, influencer parents included their children in the majority of their posts. In fact, when the categories of child, mother and child, siblings and family are combined, children are seen in approximately 90% of the posts on the account named caglaa. Balaban (2022, p. 33) also found that approximately 80% of parents with Instagram accounts shared their children's photos on their Instagram accounts at least once. Akpınar et al. (2020, p. 14) found that 69.8% of mothers and 50.8% of fathers shared photo and video related to child.

When the content of the posts made by influencer parents is analyzed, daily activities and travel elements stand out. It was observed that there were very few educational elements in the posts. In Balaban's (2022, p. 34) study, when the content of the photos shared by parents was examined, it was seen that photos of special days, vacations and trips with children, and time spent with family members and relatives were frequently shared. The aforementioned sharenting behavior is also practiced by ordinary parents. Apart from the act of showing daily activities, ordinary parents can use social networks to contact with their loved ones and improve their relationships since they cannot communicate with their

family and close environment frequently due to distance and working conditions (Omur & Uyar, 2022, p. 41). Rather than ordinary parents, influencer parents also share their children in order to generate income by using them in advertisements.

An analysis of the negative situations to which influencer parents expose their children through their posts reveals that the child's right to be forgotten is mostly taken away and the digital footprint is left without the child's will and consent. The other biggest problem is the violation of children's privacy of space, information and body. Making children vulnerable to abuse, sharing naked images of children and using children in advertisements were other major problems.

Sharenting behavior that may harm the child is consciously carried out by influencer parents. Even though the parents know the problems that the child may face, the pleasure and financial return of being on social media causes the sharing to be done. Duygulu's (2019, p. 468) study also confirms this. In fact, parents are active in sharing their children's photos and videos even though they think that sharing photos and videos of their children may cause psychosocial problems in children.

REFERENCES

- Akkoç, B. & Ayyıldız, T. K. (2022). Yeni Bir Çocuk Hakları İhlali Şekli: "Paylaşan Ebeveynlik" ve Pediatri Hemşirelerinin Rolü. *Akdeniz Hemşirelik Dergisi*, 1 (2), 77-82.
- Akpınar, B. H., Paylan, N., Etlik, Ş., Erus B. & Karakoç, H. (2020). "Sharenting" Konusunda Ebeveynlerin Farkındalık Düzeyleri. *Genel Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 8-18.
- Ayhan, H. & Öztürk, E. (2021). Dijital Dünyada Ebeveyn Olmanın Görünürde Normal Bir Yansıması Olarak Paylaşan Ebeveynlik (Sharenting): Geleneksel Bir Derleme. *Türkiye Klinikleri Adli Tıp ve Adli Bilimler Dergisi*, 18 (2), 165-177.
- Balaban, H. Ö. (2022). Ebeveynlerin Sharenting Davranışlarını Yordayan Demografik, Sosyal Ağ Yapısı ve Instagram Kullanımı ile İlgili Faktörler. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14 (1), 28-36.
- Barner, R. & Potter, A. (2021). Sharenting and Parents' Digital Literacy: An Agenda for Future Research. *Communication Research and Practice*, 7 (1), 6-20.
- Bauer, T. A., Serttaş, A. & Helvacıoğlu, Ç. A. (2023). Türkiye'deki Fenomen Annelerin Instagram Paylaşım Pratikleri Üzerinden Dijital Kimlik İnşasının İncelenmesi: Sharenting. *Uluslararası Felsefi Boyutlarıyla Teknoloji ve İletişim Sempozyumu*, İstanbul.
- Böyük, M. & Büyükbaykal, N. G. (2024). Dijital Dönemde Sosyal Medya Karnavalı. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 14 (3), 673-688.
- Brosch, A. (2016). When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook. *The New Educational Review*, 43, 225-235.
- Campana, M., Van den Bossche, A., & Miller, B. (2020). #dadtribe: Performing Sharenting Labour to Commercialise Involved Fatherhood. *Journal of Macromarketing*, 40 (4), 475-491.
- Cataldo, I., Lieu, A. A., Carollo, A., Bornstein, M. H., Gabrieli, G., Lee, A. & Esposito, G. (2022). From the Cradle to the Web: The Growth of "Sharenting" A Scientometric Perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1-12.
- Damkjaer, M. S. (2018). *Sharenting = Good Parenting? Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook*. Giovanna Mascheroni, Cristina Ponte & Ana Jorge (Ed.) Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age. Gothenburg: Nordicom.
- Deniz, M. Ö. (2022). Sharenting Kavramı ve Velayet Hakkı Kapsamında Değerlendirilmesi. *The Journal of World Women Studies*, 7 (1), 108-112.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafı Paylaşımlarının Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi. *TRT Akademi Dergisi*, 4 (8), 428-487.
- Ergül, G. & Yıldız, S. (2021). Sosyal Medyada Sosyal Annelik: Instagram Anneliği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 611-627.
- Günder, E. E. & Günder, İ. (2022). Sharenting from the Children's Rights Perspective: Legal Reflections. *SSD Journal*, 7 (33), 393-402.
- Günüç, S. (2020). Sharenting Eyleminin Psikolojik Açıdan Değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz Annelerinin Karşılaştırılması. *Current Approaches in Psychiatry*, 12 (1), 281-297.
- Haley, K. (2020). Sharenting and the (potential) Right to be Forgotten. *Indiana Law Journal*, 95 (3),



- 1005-1020.
- Kalaman, S., Batu, M. & Özdemir, F. (2022). *Çocukların Mahremiyet Hakkının Ebeveynleri Tarafından Sosyal Medyada İhlali: Sharenting ve Over-Sharenting*. Ş. Çağlar, M. Gülgör (Ed.). Dijital Çağda Medyatik İletişim 2 (s. 11-24). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karaman, H. & Ayhan, H. (2021). Çocuğa Yönelik Teknolojik İhmal ve İstismar. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 8 (1), 43-59.
- Kaya, Z. (2023). Sosyal Medya Anneliği ile Değer Sahibi Çocuk Yetiştirmek. *MECMUA-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15), 124-137.
- Keith, B. E. & Steinberg, S. (2017). Parental Sharing on the Internet Child Privacy in the Age of Social Media and the Pediatrician's Role. *JAMA Pediatrics*, 171 (5), 413-414.
- Kopuz, T., Turgut, Y.E. & Aslan, A. (2022). Sharenting: Kavramsal Bir Çözümleme. *Intermedia International e-Journal*, 9 (17), 379-390.
- Küçükali, A. & Serçemeli, C. (2020). Sosyolojik ve Hukuki Boyutlarıyla Sosyal Medyadaki Çocuk İşçiliği: Instagram Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (75), 658-670.
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F. & Putranta, H. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8 (10), 4807-4817.
- Moser, C., Chen, T. & Schoenebeck, S. Y. (2017). Parents' and Children's Preferences about Parents Sharing about Children on Social Media. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Colorado.
- Omur, S., & Uyar, M. (2022). Sharenting: Türkiye'de Ebeveynlerin Paylaşım Eğilimleri Üzerine bir Değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (9), 23-45.
- Otero, P. (2017). Sharenting... Should Children's Lives be Disclosed on Social Media? *Arch Argent Pediatr*, 115 (5), 412-413.
- Ouvrein, G. & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental Adoration or Public Humiliation? A Focus Group Study on Adolescents' Experiences with Sharenting against the Background of Their Own Impression Management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327.
- Özçelik, F. K. (2020). Çocuğun Özel Yaşamına Saygı Hakkının Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 24 (2), 425-451.
- Özgül, T., Er, S., Yılmaztürk, N. H. & Çok, F. (2022). Anababaların Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 55 (1), 239-262.
- Özkan H. & Özer B. U. (2022). Sosyal Medyada Annelik. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 16 (1), 222-229.
- Türk Medeni Kanunu (2001). *Türk Medeni Kanunu*. www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4721.pdf
- Tosun, E. & Deniz, Ş. (2023). YouTube'da Çocuğun Tüketim Odaklı Sömürüsü: Kidfluencerlar Üzerine bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 595-618.
- UNICEF (2022). *Çocuk haklarına dair sözleşme*. <https://www.unicef.org/turkiye/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme>
- Wall, N. D. (2018). "Mum, Seriously!": Sharenting the New Social Trend with no Opt-out. *Debating Communities and Social Networks 2018 OUA Conference*.
- Williams-Ceci, S., Grose, G. E., Pinch, A. C., Kizilcec, R. F., & Lewis Jr, N. A. (2021). Combating Sharenting: Interventions to Alter Parents' Attitudes toward Posting about Their Children Online. *Computers in Human Behavior*, 125, 1-10.
- Yavuz, C. (2020). Sosyal Medya Ebeveynliği ve Çocukların Unutulma Hakkı. *İzmir Barosu Dergisi*, 1, 15-51.



DECONSTRUCTING HEGEMONIC GAZE IN PHOTOGRAPHY

FOTOĞRAFTA HEGEMONİK BAKIŞIN YAPISÖKÜMÜ

Mert Çağıl TÜRKAY¹ 



ORCID: M.Ç.T. 0000-0002-1133-8029

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹Mert Çağıl Türkay

Mimar Sinan Fine Arts University, Turkey

E-mail/E-posta: mert.cagil.turkay@msgsu.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 07.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %6

Revision Requested/Revizyon talebi:

24.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Türkay, M. Ç. (2024).

Deconstructing Hegemonic Gaze in Photography.

The Turkish Online Journal of Design Art and

Communication, 15 (2), 563-577.

<https://doi.org/10.7456/tojdac.1614822>

Abstract

While the attribution of different meanings to the male image in visual culture involves interventions in forms of representation, it can lead to the objectification of subjects and the reinforcement of stereotypical social roles. With the notions imposed by masculine constructs, society, and today's social media, it is observed that there is a hierarchy of binary gender structuring, power imbalances are frequently encountered, and an attitude that restricts the shaping of representations. This attitude, which can be defined as the hegemonic gaze, refers to the historical and cultural tendency to shape visual narratives in a way that controls the representation of the subject in the complex relationship between photography and representation. Deconstructing the hegemonic gaze in photography emphasizes subverting traditional representations and narratives, focusing on subject empowerment, and questioning prevailing social expectations. Using photography as a strategic language, artists contribute to a more inclusive and emancipatory visual culture by subverting normative constructions and promoting a photographic gaze that reveals the complexity and diversity of masculinity. In this context, the study discusses how the constructions designed within the framework of the gaze on the photographic field are represented, their role in the construction of gender perception, and their effects in the context of the works of artists who set examples of how traditional power dynamics are defeated. As a result of the study, the relationship between photography and the context of artists and their works, which question the hegemonic gaze, and point to rethinking, will be revealed.

Keywords: Photography, Hegemonic Gaze, Masculinity, Gender, Representation.

Öz

Görsel kültürde erkek imgesine farklı anlamların yüklenmesi, temsil biçimlerine müdahaleler içerirken, geleneksel olarak öznelerin nesneleştirilmesine, basmakalıp toplumsal rollerin pekiştirilmesine sebebiyet verebilmektedir. İktidar kurgularının, toplumun ve günümüzde sosyal medyanın dayattığı mefhumlar ile ikili cinsiyet yapılanması hiyerarşisine, güç dengesizliklerine sıkça rastlandığı ve temsillerin şekillenişinin kısıtlandığı bir tutumun olduğu gözlenmektedir. Hegemonik bakış olarak tanımlanabilecek bu tutum, fotoğraf ve temsil arasındaki karmaşık ilişkide görsel anlatıların öznenin temsilini kontrol edecek biçimde şekillendirilmesine yönelik tarihsel ve kültürel eğilimi ifade etmektedir. Fotoğrafta hegemonik bakışın yapısökümü, geleneksel temsili ve anlatıları yıkmayı, özneleri güçlendirici yaklaşımlara odaklanmayı ve süregelen toplumsal beklentilerin sorgulanmasını vurgulamaktadır. Fotoğrafi stratejik bir dil olarak kullanan sanatçılar, normatif yapılanmayı altüst ederek, erkekliğin karmaşıklığını ve çeşitliliğini gözler önüne seren bir fotografik bakışı teşvik ederek daha kapsayıcı ve özgürleştirici bir görsel kültüre katkıda bulunmaktadırlar. Bu bağlamda çalışma, fotografik düzlemdeki bakış çerçevesinde tasarlanan kurgulamaların nasıl temsil edildiğine, cinsiyet algısı inşasındaki rolüne, geleneksel güç dinamiklerinin nasıl bozguna uğratıldığına dair örnekler oluşturan sanatçıların eserleri bağlamındaki etkilerini tartışmaya açmaktadır. Çalışmanın sonucunda hegemonik bakışı sorgulayan ve yeniden düşünmeyi işaret eden sanatçılar ve eserlerinin bağlamının fotoğraf ile ilişkisi ortaya konulmuş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Fotoğraf, Hegemonik Bakış, Erkeklik, Cinsiyet, Temsil.



INTRODUCTION

What is conceived as hegemonic has varied considerably from culture to culture throughout history. The traditional social dominance of men has defined a gender hierarchy that continues to underpin societies. For much of history, and particularly in the West, the characteristics and power dynamics of the dominant masculine figure, defined by physical size and strength, aggression, and power, began to be questioned and transformed in the 1960s, although they are still widely observed today. The sexual revolution, the struggle for civil rights, the relationship between the individual and power, the growth of the gay rights movement, and the counterculture of the period revealed that the necessity of gender definitions had to be blurred (Barbican, 2023). In the postmodern and contemporary periods, artists have consistently sought to destabilize the narrow definitions of gender that define social facilities to encourage new ways of thinking about identity, gender, and sexuality. Exploring stereotypical representations of the masculine subject, they have produced powerful visualizations that subvert the archetype by reconstructing the traditional representation of masculinity, defined as dominant heterosexual masculinity.

R. W. Connell borrowed the concept of hegemony from a phenomenon such as Gramsci's analysis of class relations in Italy, where Connell states that hegemony is not a superiority of one group of men over another group in terms of masculinity, but a superiority rooted in religious doctrine or practice, mass media content, wage structures, house design, welfare, taxation policies, etc. (Connell, 2016, p. 268). Hegemony does not imply superiority based on power, cultural domination, and the elimination of all other options. Another or "other" groups are relegated to a subordinate position through the influence of certain power facilities.

In sociological studies, it directly manifests itself in patriarchal societies where men's behavior is culturally idealized, various duties are imposed through gender roles, and certain behaviors and characteristics associated with masculinity are legitimized, and it is also observed in art history in a normative manner. This structure, which categorizes individuals through their bodies based on biological characteristics, constructs gender as binary and creates its construction in many other social and cultural fields. This mechanism, which tends to control individuals through their bodies, assigns a superior role to masculinity while marginalizing all other forms. The declaration of femininity as secondary similarly creates a hierarchy among men by asserting both cultural and anatomical structure.

According to Connell, talking about the contradiction between the social process and the body does not sufficiently move away from the doctrines of biological difference and biological determination. The body is controlled and transformed in social practice without ceasing to be a body. The physical meaning of masculinity develops through the personal history of social practice, and through the life course in society. In Western countries, for example, images of ideal masculinity are most systematically constructed and encouraged through competitive sports. The combination of strength and skill involved in playing games such as soccer, cricket, and baseball well is a means of evaluating one's degree of masculinity. Therefore, the interest in strength and skill becomes a proposition rooted in the body, rooted in social practices such as organized sports through years of participation (Connell, 2016, p. 132-135). The media is turned into a mechanism through which individuals are characterized as "weak, powerless, other" with its attitude of concretely signifying the body through images. Artists with works that conform to the designed conditions are shown as deserving of a superiority that affects cultural status. Connell's perspective draws attention to a critical analysis of how dominant masculinity is constructed, maintained, and resisted in society. While emphasizing the intersectionality of masculinity by acknowledging that experiences vary according to factors such as race, class, and sexuality, it also demonstrates the need for a critical examination.

Pierre Bourdieu attributes the power of the masculine order to the fact that the male-centered view imposes itself on a situation that makes it appear neutral, without attempting to prove its rightness. He emphasizes that the gendered division of labor operates like a machine to affirm masculine domination through the social order (Bourdieu, 2015, p. 22). This symbolic structure that is constructed brings along debates on gender and the notion of the gendered body. The organization of gender on a very large scale must, in important respects, be simplified from human relations. The forms of femininity and

masculinity established at this level are stylized and problematized in many ways. Thus, the interrelationship of forms of femininity and masculinity is based on a single structural reality, the global domination of men over women. This hegemonic structure is always constructed in relation to women, but also in relation to various forms of masculinity that are relegated to subordinate positions (Connell, 2016, p. 268). The works of male artists who problematize subordinated forms of masculinity, in which they try to defeat this hegemonic structure they experience, also emerge as a critique of the hegemonic gaze in the world of images.

THE CONCEPT OF HEGEMONY AND ITS PRESENCE IN PHOTOGRAPHY

When the history of photography is evaluated through male images, it is possible to talk about a process in which images of elements associated with masculinity come to the fore. In this process, especially in the use of photography in mass media and media, male images play an important role in this relationship in terms of marketing a lifestyle. In order to be “stronger, more successful”, “tougher, more fearless” images are created, and “masculinity standards” are tried to be established. The portrayal of dominant male behavior as ideal, gay men, men of a certain racial or ethnic origin, or other men who do not conform to the established standards are defined as the other. Just like the representation of the female image in the media for male viewers, the representation of men is maintained through photographic representations, especially in areas such as fashion, advertising, and medicine, with the expectation of conforming to certain standards due to idealized subjects and images such as the body, plastic surgery, and the clothing industry. Bourdieu argues that gendered alienation is at the root of specific privilege. Exemplified by social games in the establishment of masculinity, where the bet to be won is a form of domination, he states that men carry the double-edged privilege of indulging in games of domination because they are raised to recognize these games and especially because they are designated as dominating beings very early on by the founding ceremonies (Bourdieu, 2015, p. 98).

While the concept of representation in visual culture refers to the presentation of various aspects of icons, identities, and images, it can also cause some negative perspectives when it turns into a hegemonic structure. In this context, visual culture can reproduce or challenge existing social norms. Here, a critical approach to the concept of representation is important for understanding established gender norms and power structures and can be a potential means of challenge. To point to representation is to refuse to believe that our relation to the world is one of immediacy and transparency, and therefore to question this mediation, which sometimes tries to convince us that it does not exist (Soulages, 2022, p. 278). This questioning leaves the door open for a re-examination of the concept of truth or other imposed titles. Presenting events in a more objective way helps the viewer to question the accuracy of familiar systems and hierarchies. In this regard, photography provides an important ground for the uncanny dissection and examination of a phenomenon naturalized by society. Photography is not a sign, but first and foremost an image, not an object of reproductive imagination but the subject of a creative imagination, not a technical tool but the most important opportunity of art, a remnant that can and should always question the beautiful and the sublime. It invites the viewer to interpret, question, criticize, create, and think (Soulages, 2022, p. 396).

Gender intersects with other social identities during daily life practices, and will be experienced differently depending on age, social class, ethnicity, sexual orientation, etc. Therefore, whether representation reflects the “real individual” can be related to the questions of whose reality, which reality, and according to whom. Stuart Hall defines what he calls “constructivist” representation as a view that touches on the most personal issues, that the terms sex and gender, male and female, whether words or images are cultural signifiers that construct rather than reflect gender definitions, meanings, and identities (Hall, 2017, p. 453). These typological constructions, which are frequently encountered in Western societies, play an important role in turning masculinity into a hierarchical phenomenon. Nevertheless, it should be noted that all these designed structures lead to the formation of oppressive practices. This situation is purely political. Including alternative perspectives in the system underlines the emergence of a method that subverts the rules of the normative and discusses the power relations that feed the hierarchy of masculinity in the coding, processing, and construction of the masculine in the practice of photography.

Many works in art history and visual culture challenge stereotypical depictions of masculinity, pointing to alternatives and more diverse forms. Artists often examine the concept of masculinity and explore ways to redefine it while questioning it through visual means. The relationship between photography and masculinity in terms of representation has a multifaceted structure, albeit one of dual complexity. Within this multifaceted structure, there are arguments about how photography is used in the construction and reinforcement of historical and contemporary notions of masculinity or in challenging this establishment. The main topics to be examined here are the socio-cultural construction of masculinity in media and visual culture, the representation of masculinity in photographic language, the effects of digital culture and contemporary art on representations of masculinity, and the role of photography in these intersections.

Hegemony is won in a negotiation between rival social, political, and ideological forces, back and forth through the discussion, exchange, or renewal of power. The concepts of hegemony and negotiation allow us to rethink reality and representation, avoiding the fixed model of reality or the fixed set of codes to represent it. The genderization of cultural forms makes it clear that prioritizing certain cultural forms or characteristics should be seen as part of the patriarchal culture's struggle to define "reality" (Hall, 2017, p. 455-456). The notion of the hegemonic gaze in photography is an expression of the historical tendency for images to be constructed through and in a way that reinforces traditional gender roles, to be presented from a dominant male perspective in a way that objectifies and marginalizes women and other forms of masculinity. This approach, which mostly refers to male-oriented perspectives, is based on various cultural structures that are hierarchical and shaped around certain norms.

While the history of photography constitutes the representation of a hierarchical structure of masculinity, on the other hand, the works of artists who prioritize the individual also reveal a process that challenges traditional depictions of men. This attitude, which has gained momentum especially in the postmodern approach and in the process leading up to the present day, enables the creation of works that present alternative masculinities, reveal the diversity of male experiences, and criticize a fixed singular male identity. Photography has been an important medium for exploring and deconstructing traditional notions of masculinity. While the dominant male gaze is often questioned through feminist critique, it is important to note that not all male artists perpetuate the masculine gaze and many actively produce work to challenge and transform notions of representation.

Photography is a powerful tool for shaping and communicating social values, including those related to gender, identity, and race. As with other art disciplines and media, it can support or subvert the normative structure. This makes photography a critical field of study in the interaction between representation, power, and the individual. In this context, photography has come to understand itself not only as a "representation" of a subject or concept but also to reflect on its own media specificity and conditions based on form (Moser & Schröder, 2012, p. 6).

Throughout history, especially in Western cultures, masculinity has generally been associated with power, authority, and sovereignty. In the media, advertising sector, and the arts, men are portrayed as strong, independent, and influential in parallel with this associated attitude. In the images in these sectors, those who do not have the mentioned features are excluded. In the history of photography, this idealized situation often visually represents the standards of dominant fiction. This attitude has the effect of limiting the enrichment of visual culture and pointing to a discriminatory side in terms of gender, sexual identity, and ethnicity. In the historical process, especially with postmodernism, awareness of these issues has increased, and many artists and activists have started to question and change the traditional masculine gaze and masculine representations.

The goals of the corporeal meaning of masculinity are primarily concerned with the superiority of men over women and the sense of empowerment associated with hegemonic masculinity, which is necessary to dominate women, over other groups of men (Connell, 2016, p. 135). Connell's perspective provides a framework for critically analyzing the representation of dominant masculinity in photographic art. It encourages artists to challenge norms, subvert stereotypes, and contribute to a more complex and inclusive understanding of gender identities through visual storytelling. Throughout the history of

photography, various artists have been interested in Connell's ideas on dominant masculinity and have produced work that explores these concepts in parallel. Some artists have responded to this ongoing hegemonic gaze by subverting and deconstructing traditional representations of masculinity.

The production of work that turns many paradigms upside down brings with it the democratization of images, allowing for broader forms of presentation. Black bodies, trans men, or other marginalized masculinities reveal images that are significantly different from mainstream representations of masculinity. Photography has an important place in this intersectionality. *"With photography, not only were the norms and rules of previously established iconographies of the human body questioned and expanded but also entirely new forms of representation were created through the photographic medium, in part due to the wide range of applications of photography in the arts and sciences."* (Moser & Schröder, 2012, p. 6).

In their documentary photography, many artists from different cultures have created works that challenge stereotypes by presenting images of the impact of economic and social factors on men's lives, questioning simplistic narratives of dominant masculinity and offering alternative visions of masculinity. Numerous contemporary photographers have created work to critique, deconstruct, and challenge the normative construct of hegemonic masculinity and related issues. The works of Peter Hujar, Wolfgang Tillmans, Ren Hang, Sunil Gupta, and Tommy Kha constitute the main framework of this study in the context of the relationship between the hegemonic gaze, masculinity, the concept of representation, and photography. This hegemonic gaze established through the male body is analyzed in the context of male photographers who criticize this structure to which they are exposed. The artists, who explain with performative visualizations the assignment of gender roles to bodies based on biological structure, being defined as gendered, what is defined as "normal" or what is defined as "real", seek methods to break down the hierarchy between the masculine gaze and masculinities with their photographs.

Peter Hujar: Reconfiguring the Idealized

Peter Hujar, an American artist known for his urban-centered art and queer portraits, usually uses male subjects in his images, his approach goes far beyond the objectifying tendencies associated with the masculine gaze. His photographs often show dynamism through authenticity and the stories of his subjects. By challenging hegemonic masculinity, and traditional power dynamics and depicting the diversity of masculinity, he invites the viewer to engage more emotionally with his subjects.



Figure 1. Larry Ree Backstage (Hujar, 1974).

In his work, he often explores notions of identity, body, and marginalization, revealing the experiences of marginalized individuals or those who are ignored in society. By offering a more detailed perspective on masculinity, desire, and queer, he offers an activity against the masculine attitude. It makes a significant contribution to the discourse on gender, sexuality, and representation in photography.

Hujar never victimized his subjects by nurturing the urge to capture their victimization. By revealing his world, by transferring his own desire to his subjects, he has also granted them their autonomy (Rexer, 2006). While revealing a lost world in visual culture, he does not present the portraits of his subjects as a novelty, he documents their true identities.



Figure 2. David Brintzenhofe, Applying Makeup (II) (Hujar, 1982).



Figure 3. David Wojnarowicz, Reclining (II) (Hujar, 1981).

By challenging prejudice and legal restrictions against homosexuality and other-identified individuals in Europe, the U.S., and beyond, his work highlights how artists from the 1960s onwards have constructed a politically charged visual aesthetic (Bunyan, 2019). By reconfiguring the idealized representation of traditional masculinity, he subverts the archetype.

Tommy Kha: Masking the Experience

Tommy Kha illuminates how the intersections of race, gender, and identity operate culturally. The artist presents a narrative that exposes the limitations of his agency and the hegemonic systems that create this limitation while utilizing what is associated with his face within space and context. His photographs address issues of gender, identity, masculinity, objectivity, and visibility. His images offer a critique of representation and a formalism that can also be read as a stance against oppressive systems. Drawing from his experiences as a queer Asian-American, his works reveal that the hegemonic and normative structure cannot include him, and therefore many individuals, as they are. The artist combines self-portraits and portraits with the traces of his stories and experiences in the new culture he settled in while exploring his personal geography. While resorting to self-portraiture as a means of self-discovery, there is also a cultural challenge to the Asian phenomenon in American culture.

In the series “I’m Only Here To Leave”, Kha and his relatives place cardboard cut-out images of the artist on their faces in real spaces. This relationship is presented to the viewer as an exploration of being an Asian biological male, of fitting in, of being an outsider, and of the queer. “*As a queer Asian-*

American who grew up in Memphis, I haven't seen myself represented in the media or the canon of Western Art. I think literally placing myself in representations is part of the way I'm trying to figure that out." (Sales, 2022). Kha says, exploring the possibility of placing himself in corners of the Western art world that have historically been ignored by whiteness and heterosexuality. At the same time, with his idealized masculinity and the masks he places over Asian bodies, he connects to this situation, especially by Western culture.



Figure 4. I'm Only Here To Leave, Take II (Kha, 2016).



Figure 5. I'm Only Here To Leave, Take XIII (Kha, 2017).

Kha dramatizes the sense of belonging by producing an alternative self-representation by highlighting the distinction between body and photographed body, representation and image, performance, and humor (Stone, 2017). Kha's photographs can be considered as "counter-images". Counter-images are ways of thinking that fall outside certain hegemonic discourses and can serve to undermine their normative systems. It is a way of making sense of oppressive power structures by decentering them and naming often invisible and unjust systems, and ultimately creating ways to change or resist them (Furuya, 2018). In a country where authenticity is no longer possible, perhaps even undesirable, Kha is trying to forge a diasporic identity, though not far from cultural identity. Isn't the expectation of authenticity an American invention? Kha's depictions of the Asian immigrant presence emphasize the resilience of a community that has found a way to survive despite repeated displacement (Stone, 2017).



Figure 6. I'm Only Here To Leave, Take II (Kha, 2017).

In the photograph titled “Take II” from the same series, he creates a contradiction by placing an Asian face on a white body and conveys to the viewer that it is necessary to question where this disconnect begins. Aiming to create surreal images by choosing models from different races and body types, Kha aims to question hegemonic culture and the concepts of inclusivity. *“By placing my face on other bodies, I wanted to see if it was possible to appear more queer, more Asian, more male, or more desirable. It resonates that my body doesn't belong here.”* (Furuya, 2018).

Ren Hang: Deconstructing Traditional Visual Culture

Chinese photographer Ren Hang, one of the most important artists in the history of photography with his controversial images, has explored issues of nudity, sexuality, genderlessness, and the body. Although his work emphasizes race and sexuality, it also contains many prominent features related to gender. Through the concept of gender, the images of subjects that incorporate the themes of the human body and nudity challenge social taboos. By using nudity, Hang deconstructs traditional visual culture and social norms and reveals the body as a space of freedom.

When examined in the context of masculinity in representation, his work reveals his critique of dominant forms of masculinity that are culturally idealized and associated with power, control, and gender roles, while blurring the cultural trauma on Far Eastern subjects who are often included in gender categories by the West. Without assigning any gender role to the body, it can be read as a cultural critique in the context of Chinese society, where discussions about sexuality and gender are censored. These uninhibited images advocate for greater freedom of expression and acceptance of different gender identities and forms of masculinity.



Figure 7. Untitled (Hang, 2014).

Politicizing Ren's work through a Western lens risks falling into the same combination of Eurocentrism and outdated Cold War politics that envisions the Chinese state as an all-consuming, inescapable authoritarian regime that dominates and dictates the entire lives of everyone who lives in it. In this vision, Chinese culture, identity, and people are entirely shaped by hegemonic culture, such that Ren Hang's work can only be seen as something in opposition to it (Gan, 2020). The Western perspective is problematic because it decontextualizes Hang's work. It makes the work of a Chinese artist who looks to the West for freedom and a representative of a type of experience created from a Western perspective. Through the way he manipulates his models and his attention to color and composition, his work implies an internal dialogue around control, desire, and romantic impulse. Hang's photographs refer to purposeful events, activities, and actions, oscillating between being controlled and aesthetically oriented and control and its aestheticization (Gardner, 2019).



Figure 8. Untitled (Hang, 2014).

Hang's photographs capture the free spirit of his generation just before the storm of gentrification hit. This is an organic world that Hang uses her intrusive flash to illuminate. None of these queer subjects appear repressed, perhaps contrary to the expectations of many unfamiliar with this context. They do not hide in the dark, choosing to frolic in poorly lit "dirty back alleys", comfortably and playfully flirting with the "photographic gaze" (Zairong, 2017). Hang's work creates a bold space of active exploration of gender, masculinity, and the body. By using concepts such as vulnerability, sensuality, and contact, which are not included in traditional images of men, Hang points to the need to revise perceptions of masculinity and to adopt a more inclusive and diverse understanding of race and identity. By offering alternatives to the hegemonic gaze and representation, he encourages the viewer to rethink preconceptions about gender and identity. This approach to gender challenges traditional visual culture and demands a questioning of the limits of representation.



Figure 9. Untitled (Hang, 2014).

The Far East is constantly questioned in Western culture. Especially in visual culture and indirectly in the blind spots of society and history, the self-expression of individuals or artists should be explored. For over a century, Asian and Asian American photographers have explored these questions by creating ways of seeing that paradoxically avoid the trap of visibility, the trap of being defined by foreign policies and historical flashpoints. By valorizing the least noticeable recesses of everyday life, these photographs create radical shifts in vision. They suggest that the only way of seeing that can liberate us is to see ourselves free of the burden of readability or relatability (Wang, 2023).

Wolfgang Tillmans: Examining the Relationships

Visualizing themes of identity, sexuality, and subjective experience, German photographer Wolfgang Tillmans focuses on opening the masculine gaze to criticism. Tillmans' work provides an important ground for examining the relationship between hegemonic masculinity, photography, and representation. Masculinity, the male body, gender, and identity constitute the main themes of his approach, even though he works across multifaceted concepts. Especially in his portraits of men, he challenges traditional notions of masculinity by emphasizing nudity and body analysis and invites the viewer to consider alternative representations of male identity. Through composition and lighting techniques, she interacts with traditional gaze and imagery to offer alternative ways of seeing.



Figure 10. Frank, in the Shower (Tillmans, 2015).

Readings of gender and representation in his work show that he focuses on normative, dominant forms of masculinity that are culturally idealized and often associated with control mechanisms and gender roles. In his images, where aesthetics come to the fore, it is observed that he resorts to the phenomenon of privacy in a way that breaks the systematic structure in visual culture. In his photographs, in which he presents nuanced research on gender and its representations, he questions the dominant visual culture

with unusual compositions, scales, and installations. This richness of the photographic medium, which can also disrupt the hierarchy within itself, is revealed through the artists' styles. This subversion of photographic conventions can be interpreted as a rich critique of hegemonic structures related to gender, identity, and masculinity.



Figure 11. Damon, Shower, Head Up (Tillmans, 1995).

Tillmans' work can be read as propaganda for sexual freedom, stemming from an awareness that many problems in the world stem from people being conservative about their sexuality (Lubow, 2022). With a semiotic approach, the critique of representation shows the necessity of an oppositional reading strategy. All perspectives on identity and visibility politics reveal how societies and power facilities feed normativity and to what extent gender, body, and other phenomena are intervened. Stuart Hall argues that no meaningful element should be considered apart from its context and interaction with texts, images, and signs (Hall, 2017). Therefore, meaning is constructed together with all these elements. It can be said that the signs in images have a continuous connection, and that different information and concepts will emerge when they communicate with different contexts, and that the concept of representation will shift to a debatable ground.



Figure 12. Dan (Tillmans, 2008).

Tillmans offers an alternative visibility that supports the notion of sociality, not only by destroying the normative symbolic order through radical ambiguity, didacticism, and discourse but also by transcending the codes of gender and desire, of the body, in a deliberative manner, focusing on the ability to transform without creating a similar index.

Sunil Gupta: A Visionary Approach

Sunil Gupta is an influential photographic artist whose work addresses issues of identity, race, sexuality, gender, and HIV. His photographs often feature self-portraits of homosexuals and marginalized communities. His work can be read as opposing the masculine gaze, challenging traditional norms, and offering alternative perspectives on identity and gender.

His striking images force viewers to confront the hypocritical juxtaposition of accepted normative structures within alternative social realities. His work is a testament to the transparent interplay of the private and the public (Singh, 2008). Gupta often combines the personal and the political in his images, exploring social issues based on his own experiences. By bringing a visionary approach to visual culture and the range of the history of photography that produces the representation of the masculine gaze, he produces pioneering works with socio-political influences. With the alternative forms of masculinity that he blends with multiple cultures, he creates a point of departure for the unresolved issue of representation.



Figure 13. The New Pre-Raphaelites, #11 (Gupta, 2008).

“The New Pre-Raphaelites” series is visualized through Gupta’s use of mythological imagery, symbolism, and the historical. He used his friends and fellow activists as models as an act of resistance, courage, and commitment (Hales, 2023). Applying the formal qualities of the original paintings in his photographs, Gupta created remarkably contemporary images with reference to the 1848 community¹ in composition and use of color. His contemporary portraits, which he associates with a community that stands against the promotion of the ideal, also make a rebellious point about the oppressive structure of gender and sexuality. Reinforced by classical iconography, these portrait photographs claim to be visible throughout history and to exist as a political act.

¹ Pre-Raphaelite: The Pre-Raphaelites were a secret society of young artists (and a writer) founded in London in 1848. They opposed the Royal Academy’s promotion of the ideal as exemplified in Raphael’s work. The name Pre-Raphaelite Brotherhood referred to the group’s opposition to the Royal Academy’s support of the Renaissance master Raphael. They were also in revolt against the trivialization of genre painting, which was extremely popular at the time. They believed that artists should ‘go to nature’, an art of serious subjects rendered with maximum realism. Their main themes were initially religious, but they also used themes from literature and poetry, especially love and death. They also addressed modern social issues. (<https://www.tate.org.uk/art/art-terms/p/pre-raphaelite>).



Figure 14. The New Pre-Raphaelites, #07 (Gupta, 2008).



Figure 15. The New Pre-Raphaelites, #13(Gupta, 2008).

Gupta contributes to a broader discussion on representation by moving away from the objectifying and often heteronormatively structured perspectives and images associated with the masculine gaze. His photographs contribute to a broader movement that aims to break down stereotypes, emphasize the transitivity of identities, diversify representations of gender and sexuality in contemporary art, challenge traditional norms, and promote a more inclusive visual culture. His style, which retains the power to shock even from a contemporary perspective, provides visibility to historically maligned communities and reflects struggles around rights, identity, gender equality, migration, and racism.

The artists' deconstruction of masculinity and masculinity through their photographs, their examination of forms of struggle, and their emphasis on forms of masculinity, and alternative masculinities play an important role in this process in terms of the questionability of concepts. With their works, the artists aim to subvert or overturn traditional concepts, challenge stereotypical systems, and contribute to a more inclusive and intersectional social understanding in which the notion of gender is discussed, and intersectionality is emphasized.

CONCLUSION

While the examples of the works include alternative ways of seeing created by the artists against the limits of the dominant culture and the dominant gaze in visual culture, they primarily draw attention to the Western art canon. They put forward important arguments to open up the elements imposed on representation and the notion of reality for discussion. Structures that make hybridity visible, such as costumes, masks, and fragmented body structures, involve performativity and question the stereotypical image world.

Historically, the non-Western male body has been represented or presented as “powerless” through a complex process of subjectification through the Western gaze. Considered in this context, Ren Hang and Tommy Kha’s photographs can be read as a deconstruction of the gaze toward the Far East. Peter Hujar and Wolfgang Tillmans reveal the normative structuring of art history and representation with their works in a perspective that criticizes their own Western cultures. They do not present a mode of

production that is stuck in a tradition based on aesthetics, appreciation, and beauty, they do not create a different version of the same as queer art, but by subverting this facility, they draw attention to a visuality that belongs to different, alternative, and political visions, not a new “normal”.

The deconstruction of the gaze reveals the enriching dynamic structure of the history of photography and reveals the impact of photography and art on society and culture. The artists’ work and styles, in opposition to the hegemonic gaze and the dominant male establishment in the history of photography, play a crucial role in challenging social norms, promoting inclusivity, and contributing to a more liberated understanding. Their work invites the viewer to investigate the mutable nature of representation, identity, and gender roles. These artists contribute to a richer and more inclusive history of photography and visual culture by offering alternative narratives to the dominance of the male gaze, drawing attention to gender and sexuality, race, and ethnicity, and exploring different experiences in Western and Eastern cultures, among others.

By providing a comprehensive analysis of the hegemonic gaze and its deconstruction, this study provides a valuable resource for literature reviews in the fields of visual culture, gender studies and photography. Integrating the theoretical perspectives of scholars like R.W. Connell, Pierre Bourdieu, and Stuart Hall with in-depth case studies of contemporary photographers, it lays a critical foundation for future research. It enriches and deepens understanding of how power, identity, and visual storytelling intersect, by disrupting dominant narratives and showcasing alternative forms of masculinity. The study’s interdisciplinary approach, intersecting sociology, art history and media studies, makes it an important reference for scholars and contemporary artists exploring the dynamics of masculinity, representation, and power in visual media. The examination of various artistic strategies that challenge normative structures offers important paradigms for expanding existing frameworks on gendered visuality and photographic discourse. Addressing concepts such as identity, race, queer, power, patriarchy, dominant masculinity, and family, the artists present masculinity in its myriad forms, full of contradictions and complexities. Embracing the idea of “multiple masculinities” and rejecting the notion of a singular “ideal male”, these works advocate not only the context of masculinity but also an understanding and visual memory that is liberated from social expectations and gender norms.

This study, which discusses how the constructions designed within the framework of the gaze on the photographic plane are represented, their role in the construction of gender perception, and their effects in the context of the works of artists who create examples of how the dynamics of traditional power are defeated, suggests that new questions should be asked about how digital media and artificial intelligence transform the hegemonic gaze. Future research should focus on how AI-generated image production and algorithmic representation affect the perception of gender and how the hegemonic gaze is reproduced or transformed in the digital environment.

REFERENCES

- Barbican. (2023, 18 December). Exhibition Masculinities: Liberation through Photography, <https://sites.barbican.org.uk/masculinitiesguide/>
- Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm*. Çev. Bediz Yılmaz, Bağlam Yayınları.
- Bunyan, M. (2023, 21 December). Exhibition: “Among Others: Photography and the Group” at The Morgan Library & Museum, New York, <https://artblart.com/tag/peter-hujar/>
- Connell, R. W. (2016). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*. Çev. Cem Soydemir, Ayrıntı Yayınları.
- Fine, C. (2011). *Toplumsal Cinsiyet Yanılsaması*. Çev. Kıvanç Tanrıyar, Sel Yayıncılık.
- Furuya, A. (2023, 14 November). Self-Portrait Photography as a Tool for Self-Validation and Self-Discovery, <https://asianamericansexualitiess18.wordpress.com/2018/06/08/self-portrait-photography-as-a-tool-for-self-validation-and-self-discovery/>
- Gan, C J. (2023, 10 December). The College Hill Independent, The Presence of Ren Hang, <https://www.theindy.org/2141>
- Gardner, A. (2023, 11 December). Sleek Photography, It’s time to stop seeing Ren Hang’s work through a Western gaze <https://www.sleek-mag.com/article/ren-hang-western-perspective/>
- Hales, (2023, 22 December). Hales Gallery, <https://halesgallery.com/exhibitions/215-sunil-gupta-the->



- new-pre-raphaelites/
Hall, S. (2005). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. Ed. David Morley & Kuan-Hsing Chen, New Ethnicities, Routledge.
Hall, S. (2017). *Temsil Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*. Çev. İdil Dünder, Pinhan Yayıncılık.
Lubow, A. (2023, 15 December). Wolfgang Tillmans' Ways of Seeing, <https://www.wmagazine.com/life/wolfgang-tillmans-photography-moma-retrospective>
Moser, W. & Schröder, K. A. (2012). *Körper Als Protest*. Hatje Cantz Verlag.
Rexer, L. (2023, 20 December). Peter Hujar, Aperture, <https://issues.aperture.org/article/2006/2/2/peter-hujar>
Sales, L. (2023, 14 November). I'm Only Here To Leave, <https://www.lensculture.com/articles/tommy-kha-i-m-only-here-to-leave>
Singh, R. (2023, 22 December). Sunil Gupta, The New Pre-raphaelites, <https://www.sunilgupta.net/the-new-pre-raphaelites.html>
Soulages, F. (2022). *Fotoğrafın Estetiği*. Çev. Deniz Eyüce Şansal, Espas Yayınları.
Stone, B. (2023, 14 November). Photographer Tommy Kha's Self-Portraits Explore His Queer Asian Identity, <https://www.itsnicethat.com/articles/tommy-kha-photography-230817>
Wang, X. (2023, 12 December). Aperture, The Possibility of Home, <https://aperture.org/editorial/the-possibility-of-home/>
Zairong, X. (2023, 11 December). How to Unhear and Unsee: Reflections on Ren Hang's Photography, <https://www.opendemocracy.net/en/how-to-unhear-and-unsee-reflections-on-ren-hang-s-photography/>



THE NECESSITY OF A COLLABORATIVE COMMUNICATION MODEL: AN ANALYSIS IN THE CONTEXT OF THE CONCEPTS OF CONVERGENCE, COLLECTIVE INTELLIGENCE AND PARTICIPATORY CULTURE

İŞBİRLİKÇİ BİR İLETİŞİM MODELİNİN GEREKLİLİĞİ: YAKINLAŞMA, KOLEKTİF ZEKA VE KATILIMCI KÜLTÜR KAVRAMLARI BAĞLAMINDA BİR ANALİZ

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL¹



ORCID: A.B. 0000-0003-2411-9500

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Abdulkadir Büyükbıngöl

İstanbul Gelişim University, Türkiye

E-mail/E-posta: abuyukbingol@gelisim.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 11.01.2025

Benzerlik Oranı/Similarity Ratio: %7

Revision Requested/Revizyon talebi:

24.02.2025

Last revision received/Son revizyon teslimi:

02.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

Etik Kurul İzni/ Ethics Committee Permission:

There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.

Citation/Atf: Büyükbıngöl, A. (2025). The Necessity of A Collaborative Communication Model: An Analysis In The Context Of The Concepts Of Convergence, Collective Intelligence And Participatory Culture. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 15 (2), 578-594. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1617766>

Abstract

Communication capability, as well as air and water distribution, are vital for those stranded in devastating disasters such as earthquakes. Therefore, communication tools, especially social media, play a critical role in saving lives during disasters. In addition to this role, the fact that the media can also mediate a significant amount of disinformation causes it to be positioned as a problematic area. The current study discusses the necessity of a collaborative communication model that can be used against disinformation that can disrupt communication during disasters. Thus, it is aimed to provide a conceptual contribution to the development of a communication model that will have a positive impact on the success of crisis management. In the study conducted with the literature review technique, one of the qualitative research methods, the collected data were grouped and analyzed in a way to obtain a real result. According to the results, crisis management is significantly affected by disinformation anxiety. This anxiety prevents social media from being seen as a reliable source of information. In addition, commercial conflicts of interest also prevent the necessary collaborations in times of disaster. The necessity of a collaborative communication model emerges in order for the information and communication technological infrastructure to be used effectively by all segments of society in case of disaster.

Keywords: Social Media, Collaborative Communication Model, Disinformation, Earthquake.

Öz

Deprem gibi yıkıcı afetlerde mahsur kalanlar için hava ve su gereksinimiyle birlikte iletişim kabiliyeti de hayati önem taşımaktadır. Dolayısıyla sosyal medya başta olmak üzere iletişim araçları, afet anlarında hayat kurtarmak gibi kritik rol üstlenmektedirler. Üstlendiği bu rolün yanında medyanın önemli oranda dezenformasyona da aracılık edebilmesi, onu aynı zamanda problemli bir alan olarak konumlandırılmasına yol açmaktadır. Hali hazırdaki araştırmada afet anlarında iletişimin sekteye uğramasına neden olabilen dezenformasyona karşı kullanılabilecek iş birliği bir iletişim modelin gerekliliği tartışılmaktadır. Böylece kriz yönetiminin başarısına olumlu etki sağlayacak bir iletişim modelinin geliştirilmesine kavramsal bir katkı sunulması amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması tekniğiyle yapılan çalışmada, toplanan veriler reel bir sonuç elde edilecek şekilde gruplandırılıp analiz edilmiştir. Çıkan sonuca göre kriz yönetimi, dezenformasyon kaygısından önemli derecede etkilenmektedir. Bu kaygı sosyal medyanın güvenilir bilgi kaynağı olarak görülmesini engellemektedir. Bunların yanında ticari çıkar çatışmaları da felaket anında gerekli işbirliklerine gidilmesini engellemektedir. Bilgi iletişim teknolojik altyapısının, afet anında her kesim tarafından etkili bir biçimde kullanılabilmesi için işbirlikçi bir iletişim modelinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, İşbirlikçi İletişim Modeli, Dezenformasyon, Deprem.



INTRODUCTION

Building a strong society against the destructiveness of natural disasters is considered one of the promises of Society 5.0 (Nakanishi & Kitano, 2018, p. 2). According to this scenario, it is possible to protect against the damage caused by earthquakes and other natural disasters. Similar to Japan's plan, which shows that the aim is to build a strong society in every way, China has also prepared a comprehensive plan to strengthen the communication network after the earthquake with a magnitude of 8 centered in Wenchuan town (Ran, 2011, p. 45). Studies by Nakanishi and Kitano (2018), Keidanren (2016), Baker (2001), Ran (2011) etc. explain the plans to achieve this goal.

Since the early 2000s, the world has been tested by numerous natural disasters such as Hurricane Katrina, the earthquakes in Haiti, the tsunami in Japan, the Fukushima Nuclear Power Plant Accident, and global warming effects such as drought threats, fires, floods, and glacial melting. In addition to these, while difficult tests related to the COVID-19 pandemic were also given, Turkey experienced the Adıyaman-Kahramanmaraş earthquake on February 6, 2023, which is considered one of the world's largest disasters in terms of impact area (USGS, 2023). Although it has been said that the extent of damage and the number of deaths were high due to the wide impact area, when the earthquakes with a magnitude of 6 and above in Turkey, which are relatively narrow, are examined, it is seen that devastating major effects occur (TRT Haber, 2021). In fact, when earthquakes that occur worldwide are examined in terms of loss of life, there is data that Turkey is generally in the first place (Özkan, 2017). For example, it is understood that even earthquakes with a magnitude of 9 in Japan cause much less damage compared to Turkey. In this country, the total number of people who lost their lives in 3 earthquakes with a magnitude of 8 and above and 16 earthquakes with a magnitude of 7 and above in the last 20 years is 56 (Yeni Çağ, 2023). The number of people who lost their lives in the earthquake with a magnitude of 7.6 that occurred on January 1, 2024 was determined to be 161. When the 103 people who were missing on that date are added, the number increases to 264 (BBC, 2024).

Of course, it is necessary to investigate why earthquakes have such a devastating effect in Turkey within the scope of a large-scale study. However, this article focuses on communication problems that also affect the death toll. The effect of increasing communication capability, which is stated to be one of the first three vital elements along with air and water requirements (Ortaç & Kaplan, 2021, p. 316), on saving a life is examined. Communication tools play an important role both in determining the situations that may cause the society to be vulnerable to disasters in advance and in creating a public opinion to take preventive measures, and in the coordination of disaster-time efforts and comprehensive education of the public on disaster management and awareness (Kadioğlu, 2008, p. 232). However, it is considered a problem that disinformation can also be produced to a large extent by using the same communication channels in such periods. Since this problem causes many official and unofficial problems, authorities may take precautions to prevent or restrict the use of communication tools (Selvi, 2023; Ayhan, 2023). While communication tools, especially social media, can be used for critical tasks such as saving lives in times of disaster, it is discussed that a collaborative communication model should be used by utilizing the concepts of "media convergence, participatory culture and collective intelligence" to prevent bad purposes such as disinformation. Thus, an opportunity is sought for both the success of crisis communication and against the misuse of social media.

Two major earthquakes (M7.8-M7.6) that affected 11 provinces, with the epicenters in Adıyaman and Kahramanmaraş, provide important examples of the disinformation and crisis management carried out during the disaster. According to the news reflected on conventional and social media, mobile lines have been insufficient since the first day, landlines have not worked, and social media has been restricted. This situation has added communication restrictions made as a precaution against disinformation to the aid and rescue problems caused by the insufficient capacity of communication tools (Levent, 2023). It is possible that the problems experienced during this period will be experienced again in possible future earthquake disasters. Because in the past, telecommunication lines have been witnessed to collapse in Turkey in major earthquake disasters. For example, GSM companies could not provide service even in the 5.8 magnitude earthquake that occurred in Istanbul in 2019 (BrandTürkiye, 2019). The fact that the "national roaming" system, which came to the agenda after the 1999 Gölcük earthquake in Turkey and whose protocol was prepared in 2001, could not be operated in the Adıyaman-Kahramanmaraş



earthquakes also shows that the problems experienced in the past have recurred. Despite all the negative situations, this article argues that today's communication opportunities have the potential to develop a collaborative solution method and that these opportunities can contribute to the success of crisis management focused on aid and rescue operations when used efficiently. When the literature is examined, although there are studies using the keywords communication and collaboration, the fact that no study has been found on the creation of a collaborative communication model using information and communication tools shows that the current study makes an original contribution to the field.

CONCEPTUAL BACKGROUND

Earthquakes as a Form of Crisis and Communication Management

When we look at the literature, we see that there are many studies on crises. In these studies, we can find many different definitions regarding the definition of crisis (Çelebi, 2021). However, the most comprehensive of these definitions is given as follows:

They are situations or events whose causes and consequences are not fully known, are highly complex, have a low probability of occurrence but may threaten the existence of the organization when they do occur, do not usually allow enough time to respond, and whose consequences cannot be fully predicted (Akgeyik, 2003, p. 2).

When this definition is considered, it is understood that earthquakes, which carry complete uncertainty in terms of their causes and results, can be included among the major crisis events. Therefore, the necessity of a strong communication management for the management of major crises such as earthquakes naturally emerges. The following quotes show that there is a significant correlation between effective crisis management and communication skills. According to a study conducted by Steinberg and Cruz on the 1999 Gölcük-İzmit earthquake, which was examined within this scope, the lack of coordination and communication between the industry and the state and civil society organizations made it difficult to act quickly and effectively, leading to misunderstandings. For example, firefighting teams dispatched from the İzmit Fire Department to the oil refinery were kept waiting at the refinery gates for hours to receive permission to enter the facility. The incompatibility resulting from the use of different standards slowed down the firefighting efforts at the refinery for days. According to another example given by Steinberg and Cruz, after the accident situation was evaluated by the relevant authorities, industrial managers at the acrylic fiber factory asked government officials to evacuate the area within a 1.2 km radius of the factory site. However, due to lack of communication, this decision resulted in an order to evacuate an area approximately 100 times larger, including Yalova and other surrounding municipalities (Steinberg & Cruz, 2004, pp. 121-130).

In a study analyzing the damage to the communication network caused by the earthquake measuring 8 on the Richter scale centered in the Wenchuan district of Sichuan Province, China in 2008 and the priorities regarding the restoration of this network, the importance of establishing an emergency communication capability based on wireless communication is emphasized (Ran, 2011, pp. 44-47). In this study, it is stated that it has a result not only on the emergency response capacity of all government departments but also on the ability of the entire society to cope with a disaster. Accordingly, the communication sector in particular has played an important role in establishing a "lifeline" and providing emergency and rapid response capability. Ran (2011), who states that after this earthquake, China immediately initiated the relevant disaster prevention network and technical study project at the national and industrial levels to cope with future disasters, explains that lessons have been learned from the successful post-disaster emergency communication experience in the rest of the world. In this context, it is planned to strengthen the studies on wireless sensors, ad hoc networking (the process of establishing a network connection between 2 or more computers without using any wireless access point), space communication, machine-to-machine communication (M2M) communication and other new technologies used in emergency communication; then, it is planned to activate emergency call processing capabilities in next-generation networks, satellite-based emergency calls, priority calls in the public switched telephone network and early warning system.



The “national roaming” protocol, which is seen as one of the important communication opportunities in disasters such as earthquakes, is put into effect. This protocol, which became widespread after the provision of mobile phone services, generally focuses on using the network of the enterprise in that region when moving from a region where the subscriber is located to other regions. This service is classified as regional, national, international, technology and standards roaming (Yazıcı & Aydın, 2008, p. 17). Through national roaming, where the users of an operator are provided the opportunity to enter foreign networks and communicate by phone over this network, users (subscribers) have the advantage of benefiting from the network of the operator, which is the most widely used, regardless of the prevalence and quality of the infrastructure of their own operator (Deprem, 2006, p. 136). This protocol is said to resemble the “public network” system, which has been in effect for a long time in the USA, England, Canada and Japan and is seen as an important part of emergency and public safety communication (Ran, 2011, pp. 44-47). In the September 11 attacks, Hurricane Katrina and the July 7, 2005 London bombings, these services played an important role in government and emergency communication. However, since it is independent of each operator’s network prevalence and quality, and eliminates the operators’ desire to make new investments, Turkey has not been able to use the concept of national roaming effectively since it was introduced to Turkey in the early 2000s (Earthquake, 2006, p. 6). This shows that users who experience communication problems, especially due to the damaged base stations in times of disaster, may be deprived of the ability to call for help.

When the concept of communication, which is generally defined through the exchange of information and the production and transfer of information (Girgin, 2008, p. 9; Dökmen, 2004, p. 19), is placed on a rational basis as an action in accordance with Habermas’ approach (Habermas, 2001), three communication goals, each representing a stage, become apparent:

- a. Information gathering: It includes close relationships such as communication and being connected.
- b. Information generation: It includes the interpretation of information obtained from different sources.
- c. Force gathering: It is based on unity of power.

Here, communication of a dimension as wide as regions far from the face-to-face communication between individuals or small groups represents the first stage. The multi-faceted communication capability worldwide, which started with the articulation of new tools with the printing press and continued with today’s information technologies, concerns both the first and second stages. The third stage refers to the gathering power of those who control the first and second stages of media tools, following Althusser (Althusser, 2002) and Chomsky and Foucault (Doğan, 2005). Since a problem-free communication capability is one of the three most important elements for victims after air and water (Ortaç & Kaplan, 2021, p. 316), it is necessary to affect these three dimensions in times of crisis by using the possibilities of information technologies. Thus, in crisis management carried out within the scope of natural disasters such as earthquakes, effective and rapid solutions can be developed by shortening the information gathering, evaluation and decision-making stages. According to a study, earthquake news was shared on social media channels such as Facebook and X during the Van earthquake, and in a short time, social media became the center of communication and cooperation. Users who received the latest news and urgent needs about the earthquake region instantly were able to run campaigns with the TAGs such as #evimevindirvan, #vanicintekyurek, #vandayanisma (Soydan & Alpaslan, 2014, p. 62).

It is stated that robots can be used to lighten the burden of people and perform certain tasks in order for people to master technology and use it for the good of humanity (KEIDANREN, 2016). Thus, people can direct their time and energy to more creative and social activities. On the other hand, many studies focus on the role of social media in times of disaster (Sciencedaily, 2023). When viewed from a human-centered perspective such as Society 5.0, all kinds of information technology, artificial intelligence, sharing platforms such as social media, robots and other information centers can be used with a collaborative approach and a data-driven power can be obtained, and all kinds of problems can be solved



quickly and effectively (Nakanishi & Kitano, 2018, p. 3). Because the data show that it is potentially possible to reach a collaborative communication model that will make media convergence, participatory culture and collective intelligence functional by using today's technological opportunities for a more effective crisis management.

Media Convergence, Participatory Culture and Collective Intelligence

The concepts of media convergence, participatory culture and collective intelligence are based on media (Jenkins, 2016). Convergence, one of these concepts, is defined in the Cambridge Business English Dictionary as “being able to watch a newspaper’s video news on our mobile phone via the internet” (Cambridge, 2023). In a source where it is defined as different points coming closer or becoming integrated (Karinca, 2013, p. 263), it is stated that it refers to the disappearance of traditional boundaries in the telecommunications, information technologies and media sectors, especially with the impact of technological developments such as the internet. On the other hand, it is stated that the separation of telecommunications from the state monopoly and opening it to competition not only brought media and information technologies closer to each other, but also affected other sciences from these technologies (Yoloğlu, 2019, p. 1452). Thus, it is understood that this concept has begun to be used actively in the field of telecommunications, as well as in science, natural sciences and mathematics. According to Jenkins, convergence, which is related to the transformation of media from a passive consumption tool to an active participation platform, originates from the brains and social interactions of individual consumers rather than media devices. The nomadic behavior of media viewers who can enter almost anywhere as a result of the collaboration of various media platforms and their search for the kinds of experiences they want is the real source of convergence. Therefore, convergence emerges as “*a concept that can also describe technological, cultural and social changes depending on who is talking and what they think they are talking about*” (Jenkins, 2016, p. 19). Such a convergence of all scientific fields and disciplines suggests that the concept can contribute to a collaborative model.

In the second concept, which is considered in the same context, the participatory culture emphasizes the ability to make decisions collectively or individually within the scope of diversity and democratic values through interaction. While this culture requires people to have the capacity to express themselves in different forms and practices within a wide framework, it also refers to the interaction of media producers and consumers with each other within a new set of rules (Jenkins, 2016, p. 19). Accordingly, since consumption has become a collective process, in times of crisis, the public can make their voices heard and share their views, express their ideas, offer solutions and be involved in the crisis management process, and thus the public can become a part of the participatory culture. Thus, the active contribution of various segments of society can help to solve crisis-related problems more quickly and effectively.

The fact that the first mention of participatory culture coincided with the emergence of the internet (Çetin, 2019, p. 43) shows that there is a close connection between this culture and new communication technologies. The concept of participatory culture within the scope of participatory democracy has been used especially in recent years by socio-economically developed societies to express that the representative system is insufficient to achieve the ideal of democracy and to ensure that citizens have more say in government (other than voting) (Yaman, 2017, p. 135). In other words, participatory culture needs to develop so that citizens are not limited to the public sphere. Jenkins, in another study, lists the basic characteristics of participatory culture and highlights the following features (Jenkins et al., 2009, pp. 5-6):

- a. Fewer barriers to artistic expression and civic participation,
- b. Strong support for original production and sharing,
- c. Some kind of informal expertise where experiences are shared,
- d. Members who believe their contributions are valued and who feel some sense of social connection with one another.

As can be understood from here, in participatory culture; while the expert paradigm is destroyed, creation is emphasized and active participation is demanded, beyond personal expressions, participatory culture communities such as fan and mutual aid communities, forums, humor groups mentioned by Jenkins (2019) are also included in both production and consumption (pro-consumption) activities in the context of decision-making and mutual information exchange. Thus, more effective business models or policies can be produced by managers choosing the appropriate pro-consumption activities.

Collective intelligence, which emphasizes the gathering of knowledge and experiences of society to achieve better results, is seen as an alternative source of media power. Accordingly, if resources and skills are brought together, where not everyone knows everything but each of us can know something, significant power can be gained (Jenkins, 2016, p. 16). In this context, when we consider the views of Jenkins, who states that collective intelligence is currently used for entertainment-focused purposes such as “education, law, politics, religion, advertising and military”, it can be expected that it will soon be used for more serious purposes such as crisis communication. Levy’s emphasis on collective intelligence as “*a type of universal distributed intelligence that is constantly evolving, coordinated in real time and results in effective mobilization capabilities*” supports Jenkins’ views (Lévy, 2000). Postman’s statement that the basis of technology developed since the first industrial period is the level of interpretation of information in communication technologies can also be evaluated as supportive in this direction (Postman, 1994).

As Le Bon stated, in today's information society, which is also a real age of masses, it is not possible for thousands of individuals gathered without a specific purpose to form a psychological or intellectual mass (Bon, 1997, p. 11). In order for this crowd to be seen as a mass, they need certain factors. If these stimulating effects emerge, we may be faced with a giant crowd intelligence where all people can come together (Surowiecki, 2004). For example, it should be considered that the organized intelligence detected by observations made on large ant communities (Tonta, 1999, p. 374) may also be possible for advanced information or network societies. Because the versatility of information among individuals in the crowd, its integration and the fact that it helps more accurate estimates in decision making show that the intelligence of the crowd and collective intelligence can be used in coordination. According to Deuze’s approach, the “do-it-yourself” culture that developed in the 1990s, when people increasingly demanded the right to be heard rather than spoken to, is on the rise with social media. It is this element of participation that transnational media companies struggle with, but that all kinds of local, community, minority and alternative media have relied on since the early days of the printing press. Therefore, it may be increasingly felt as a need to create platforms where the public can share their views and suggestions through events such as meetings, seminars and workshops; to collect the public’s views through feedback forms or surveys on social media (Deuze, 2006, p. 274).

Today, social communities that can meet on the network can form huge crowds. The information produced and decisions made in these networks can also be applied in real social environments. Collective intelligence has started to be effective on a global scale thanks to “a digital language communication that has become valid on a global scale” with the effect of information technologies. The fact that individual and mass communication occur reciprocally without any limits all over the world makes it possible to cooperate worldwide for the news, information and power needed when needed. Therefore, the concept of intelligent society, which collective intelligence, which previously occurred at a primitive level, is now referred to, emphasizes the cooperation of individuals, large and small economies and all states at all levels in the final analysis (Castells, 2003; ITU-D, 2017; McLuhan, 2014). When examples of stating that everyone's dreams are a value (KEIDANREN, 2016) and thus encouraging the participation of the entire society in decision-making processes by expanding the culture of sharing are taken as basis, it is seen that weak or limited elements can become stronger and create intelligent solutions by cooperating.

Methods and Materials

This research is based on the necessity and possibility of a collaborative communication model that can be used in crisis management during disasters. For this reason, the literature review technique from qualitative methods was used within the scope of the research. In this context, data on studies conducted



in countries facing earthquake risk in the world were collected. In addition, the analysis method according to linguistic units from content analysis units was also used (Metin & Ünal, 2022, p. 279). Because the research universe was the statements of those actively present in the disaster area reflected in the media, the posts of those who take place on social media with their real names, and their official or unofficial views on conventional media websites. In accordance with the determined research universe, the X social media platform was selected as a sample. Thus, the obtained data were analyzed in order to reveal the role of a collaborative communication model. Within the scope of this method, the usage patterns and potential uses of today's communication technologies are also within the scope of the study. Since misuses such as disinformation prevent the efficient use of communication technologies, the necessity of a collaborative communication model that both expands communication capabilities and prevents such misuse is discussed in the light of this data. The focal point of this discussion is the opportunities offered by social media. Since the article does not use any elements that may be contrary to the data use law or other ethical rules, it does not require ethics committee approval.

Purpose of the Research

While disaster victims are waiting to be rescued, they need physical needs such as air, water, and nutrition, and supportive elements such as the ability to communicate. Here, meeting physical needs is closely related to the ability to communicate. Communication tools, especially social media, play a critical role in meeting these needs during disasters. However, disinformation can also be produced through the media as a form of malicious use during such periods. As a precaution against disinformation, authorities may implement communication outages or bandwidth reductions. In this context, it is aimed to reveal a picture of the necessity and conceptual framework of developing a collaborative communication model that can be used effectively in crisis management, both to prevent communication with victims and against the negative use of social media. Thus, it is aimed to contribute to the solution of the communication crisis experienced in major crises such as earthquakes, such as February 6 and previous disasters, by using a collaborative communication model developed. It has been observed that there are very few studies on the collaborative communication model in the literature. Therefore, it is evaluated that the study makes an important original contribution to the scientific field with the conceptual conclusion reached on the necessity of the collaborative communication model.

FINDINGS AND ANALYSIS

First Media Reflections of the Adıyaman-Kahramanmaraş Earthquake

Immediately after the Adıyaman-Kahramanmaraş earthquake, the first press bulletin was published on the website and social media by the Disaster and Emergency Management Presidency (AFAD), as an official institution (AFAD, 2023, p. Bulletin-1). According to this bulletin, an earthquake measuring 7.4 occurred in the Pazarcık district of Kahramanmaraş on February 6, 2023 at 04.17, followed by 5 aftershocks, the largest of which measured 6.6. The earthquake, which was also felt intensely in the surrounding provinces, primarily in Kahramanmaraş, Hatay, Osmaniye, Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, Malatya and Adana, was met by disaster groups in these provinces and at AFAD headquarters within the scope of the Turkey Disaster Response Plan (TAMP). In line with the decisions taken, all provincial AFAD Directorates were put on alert and all teams were dispatched to the region. AFAD, which prepared 8 bulletins throughout the day, served a more detailed bulletin approximately half an hour later (as of 05.45) (AFAD, 2023, p. Bulletin-2). Unlike the previous one, this bulletin states that the earthquake level was declared as Level 4 within the scope of the Disaster Response Plan. It is also stated that “an international call for assistance in the field of urban search and rescue was made through ERCC (The Emergency Response Coordination Center)” and that two aircraft were assigned by the General Staff to carry governors and teams directed to the region from different regions to support coordination in the region. These findings show that institutions affiliated with the state organization quickly reached the disaster area and provided the necessary coordination.

AFAD's bulletin was quoted and served by Anadolu Agency (AA) in almost the same way (AA, 2023). It is understood that after the first news announcing the earthquake, newspapers started to give statistical news about the earthquakes that occurred in the region (Habertürk, 2023). According to the news, which was served as of 21.00 on February 6, 2023, together with an infographic prepared by AA, it is stated that the earthquakes centered in Kahramanmaraş Pazarcık and Elbistan districts affected the region



where 13 million 421 thousand 699 people live in 10 provinces. It is stated that 1651 people lost their lives in the earthquakes up to this hour, and that the earthquake with a magnitude of 7.7 at 04.17 was centered in Pazarcık, and the earthquake with a magnitude of 7.6 at 13.24 was centered in Elbistan. In the news, which emphasizes that Kahramanmaraş, Hatay, Gaziantep, Osmaniye, Malatya, Adana, Diyarbakır, Şanlıurfa, Adıyaman and Kilis are affected the most, the following information is given based on official sources (AA, 2023):

“As of 20:20, 3,471 buildings have collapsed in the earthquakes, 1,651 people have lost their lives and 11,119 people have been injured. 14,720 personnel, 9,698 of whom are search and rescue personnel, are working in the field. A total of 3,500 military personnel, including commando battalions, are participating in search and rescue efforts in the earthquake-affected areas. Continuous aid flights are being carried out from Istanbul, Izmir and Ankara to Gaziantep and Adana with 17 aircraft, including A400M transport aircraft. 2 Akıncı TİHAs have been assigned to coordinate efforts in disaster areas.”

The news of AA, which provides news based on AFAD and other official sources, has been included on internet news sites from the very beginning. For example, Medyascope's news reported that 284 people lost their lives, 2,323 people were injured and 1,710 buildings collapsed. It was also stated that *“a level four alarm was declared and that this was an alarm that included international aid, and immediately afterwards, it was reported that education in all schools in 10 provinces was suspended for a week”* (Medyascope.tv, 2023).

In the first three days of the earthquake, official, private and legal person accounts were examined via the X social media platform and the messages sent were divided into six groups. According to the findings, it is understood that the X (formerly Twitter) social media platform, primarily AFAD, was used intensively from the first moment of the earthquake. Accordingly, in the first group of posts (Anadolu Agency, 2023), news that Anadolu Agency served based on AFAD was identified. Here, the time of the earthquake, its intensity, governor statements, statements made by the Red Crescent, the Ministry of Religious Affairs and the Ministry of National Defense were given. When the institution's Twitter account was examined, it was understood that news from the earthquake region was served here instantly throughout the day. In the second group of posts (Presidency of the Republic of Turkey, 2023), Twitter posts made by the official Presidency account are seen. Here, on the one hand, messages shared by AFAD are retweeted, and on the other hand, it is understood that the messages of the President himself are spread. According to these messages, on the one hand, information about the earthquake is provided, and on the other hand, international call traffic and the content of these calls are shared. The third group of posts includes Twitter messages shared by the Directorate of Communications of the Republic of Turkey. In the examinations, it is seen that more than 200 messages were shared by this institution from its official Twitter account in the first two days. Institutional messages were also frequently shared from the account, where the official account of the Presidency and all other official institutions related to the earthquake were retweeted. When viewed from here, it seems that the official Twitter account of the Directorate of Communications of the Republic of Turkey assumes the role of a news sharing center (Presidency of Communications of the Republic of Turkey, 2023). When other official accounts are examined, the similarity with the posts made by the first five group accounts shows that the Twitter social media platform is a channel preferred by official institutions in the fields of communication, correspondence and coordination. The fourth group of posts (AHBAP, 2023) shows the posts made by a non-governmental organization (NGO) AHBAP association. As can be understood from this, while NGO associations are engaged in efforts to collect and deliver aid on the one hand, they also fulfilled their duty of informing and guiding the public about the blockages and other negativities through Twitter messages. The fifth group of posts shows Twitter posts made by some media figures. Here, it is understood that journalists, NGO leaders, artists and ministers tried to support crisis communication and coordination by using their own corporate and private Twitter accounts (Uğur, 2023; Levent, 2023; Ersoy, 2023). In the sixth group of posts, it is seen that while the corporate media prepared the news based on an official authority or an authorized source during the Adıyaman-Kahramanmaraş earthquakes, it was seen that everyone was able to share their own testimonies, feelings and thoughts on social media. Official authorities may have felt the need to apply bandwidth throttling to Twitter in order to prevent information pollution caused by those who claimed to be under the rubble despite not being



trapped in it (DHA, 2023), those who made false reports just to attract attention and those who attempted to defraud with fake aid campaigns.

This data also shows that social media, due to its relatively uncontrolled and unlimited nature, is the source of more and different information flows than corporate media. While this free flow makes social media useful in many ways in terms of rapid exchange of information, it is also understood that it can turn into an intense disinformation environment due to the sharing of unconfirmed information. This situation, which causes conscious or unconscious misdirection and thus makes it difficult for search and rescue teams to do their jobs, disrupts other aspects of crisis management, including the proper delivery of aid to the right places, can make Twitter an environment open to provocation (Demiröz, 2020, p. 297). Despite all its negativities, it can be said that the use of Twitter in aid communication and rescue coordination is due to the accessibility capability of this medium. This situation shows that social media has reached a central position in post-disaster crisis communication in our country.

When we look at the posts, it is seen that the messages published by AFAD were retweeted from the official X account of the Presidential Communications Directorate. In addition, the same account retweeted posts made by other ministers and ministries, especially those belonging to the President, and other official institutions. When the account is examined in terms of quantity, it is seen that more than 200 messages were shared by this institution in the first two days (T.C. Directorate of Communications, 2023). News from the earthquake region was also served instantly throughout the day from AA's X account (AA, 2023). On the other hand, with the posts made by non-governmental organizations (NGOs) such as AHBAP association, on the one hand, efforts were made to collect and deliver aid, while on the other hand, the task of informing and guiding the public about the blockages and other negativities was carried out through X messages (AHBAP, 2023). When looking at the X posts made by some media figures, it is understood that journalists, NGO leaders, artists and ministers are trying to support crisis communication and coordination by using their own corporate and private X accounts (Ersoy, 2023; Levent, Twitter.com, 2023; Uğur, 2023). The difference between the posts shared from private accounts and those shared from official accounts can be attributed to the concern of official authorities to ensure control and not leave room for a stir. However, unlike the limited possibilities of traditional media, it is possible to say that the restrictions applied to this medium, which is the only point of communication especially in emergency situations where rapid interventions are required, cause both increased uncertainty and fear and anxiety (Erkaraman, 2023, p. 7341).

Characteristics of Messages Shared on Social Media on Earthquake Day

On the day of the earthquake, the official X account of the Presidency of Communications of the Republic of Turkey appears to have assumed the role of a news sharing center. While the President's messages were conveyed on the official X account of the Presidency, posts made and messages shared by AFAD were retweeted on the other hand. The messages here also include international call traffic and the content of the talks (Presidency of the Republic of Turkey, 2023). When other official accounts are examined, it is understood that the similarity of the posts made is that the X social media platform was a channel preferred by official institutions in the field of communication, correspondence and coordination immediately after the earthquake. According to the data of the research company Adba Analytics, approximately 52 million posts were made in the first two days regarding the earthquake in various social media channels. X was the most used channel with 98% of the posts reaching over 40 billion access. The "aid" category ranked first in the posts made here with 21.4 million shares, followed by "under the rubble" posts with 18.4 million (Habertürk, 2023).

When the earthquake news on social media posts is examined, it is understood that the news given on the first day was based on official sources. Here, it is understood that the differences in the destruction, death and injury numbers are due to the data available at the time the statements were made. However, it is noticeable that different analyses are reflected in the media as the sources differ after the second day. For example, according to a news report on the BBC website, images they claim to have received from Maxar, Planet and Copernicus are compared with images taken before the earthquake in order to get an idea about the extent of the destruction (BBC, 2023). In an article prepared for Medium, it is aimed to show what the experienced picture means by basing it on different reports published after the



earthquake disaster. In addition to the ITU Earthquake Preliminary Investigation Report, the Earthquake Law Guide published by the Istanbul Bar Association and the report by ÇMO, the news given under the title of “Save the Children, Fear, Distress and Grief” are also among the sources used here. Accordingly, the devastating earthquakes that occurred on February 6, 2023 have put the mental health and well-being of seven million children at risk in the coming years. Even though it has only been two weeks since the earthquake, psychologists tell Save the Children that some children are showing signs of severe distress, such as nightmares, aggression or withdrawal (Medium, 2023). Euronews.com, which made a summary report about a month after the earthquake, included the criticisms made about the inadequacy of the rescue teams in the first days of the earthquake and the problems experienced by AFAD in coordinating the rescue teams coming from abroad. This report stated that the lack of soldiers who were not sent to the field in sufficient numbers led to looting. On the other hand, the sale of tents by the Red Crescent and the fact that an earthquake victim with two children living in the same tent with another family went to the governor's office every day to ask for a tent but their needs were not met were negatively reported. The President's request for "forgiveness" by saying “*Unfortunately, we could not carry out the activity we wanted in Adiyaman in the first few days*” was also considered as evidence of these negativities (Euronews, 2023).

From the above data, it is seen that social media has risen to a central position in terms of information. However, it is also seen that significant disinformation is produced through the same platforms. In a study measuring the COVID-19 misinformation outbreak on X, the following results were found regarding the 673 posts analyzed, 129 (19.2%) of which were from X-verified accounts: Most of the messages were sent by unofficial individuals or groups (448, 66.6%). This was followed by news sources or journalists (111, 16.5%). It was observed that the majority of the messages (614, 91.2%) contained serious information (548, 81.4%) about the COVID-19 outbreak. The most frequently covered topics were medical/public health (468, 69.5%), followed by sociopolitical (242, 40.0%) and financial (38, 5.6%). Only 41 posts (6.1%) contained humor, while after excluding humorous/non-serious posts, a total of 153 messages (24.8%) contained misinformation and 107 tweets (17.4%) contained unverifiable information. When X accounts were examined according to user category, it was found that unofficial personal/group accounts had more misinformation compared to others (33.8% vs. 15%). While business/NGO/government, news sources/journalists, and healthcare/public health accounts all had lower rates of misinformation (6.1%, 18.6%, and 12.3%, respectively), tweets from unverified X accounts contained more misinformation compared to verified accounts (unverified account: 31.0%, verified account: 12.6%). The number of messages containing misinformation was found to be lower in accounts with more followers (20.1%); Among the search terms, “Corona” was associated with the highest level of unverifiable information, while “COVID-19” and “#coronavirusoutbreak” were found to have the lowest level of unverifiable information (Kouzy et al., 2020, p. 4). In a study examining registered voters’ exposure to fake news in X and their sharing of this news, it was concluded that interaction with fake news sources was extremely intense. Accordingly, only 1% of individuals are responsible for 80% of the fake news sources spread. In other words, it is stated that approximately 80% of the fake news shared is created by 0.1% (Grinberg et al., 2019, p. 374). In a study examining the reflection of the recent Ebola outbreak in West Africa on social media, it was revealed that false information has a much greater reach potential than true information (Oyeyemi et al., 2014, p. 1). Again, from the examination of the messages collected using certain keywords on the frenzied spread of Ebola-related news, conspiracy theories, innuendos, and rumors about the disease in X, it was concluded that the false information spread in X can sometimes resemble real newsworthy events (Jin et al., 2014, p. 93). Therefore, these data also support the basic proposition of the research regarding the necessity of a collaborative communication model.

The Impact of Disinformation on Crisis Communication and Coordination

The media, which is structured to act very quickly in emergencies due to its mission, can be said to have the opportunity to easily and effectively reach large audiences without being affected by power outages thanks to the different communication systems it has. This feature, which provides a significant advantage in times of disaster, makes the media one of the important tools that will contribute to meeting the need for a healthy communication network so that many institutions working in the region can effectively connect with each other after the disaster. Because this media network can establish a



connection not only between the units in charge, but also between disaster managers and disaster victims (Bozkurt & Demir, 2023, p. 27). Since it represents the central position where the public and authorities receive information in terms of both communication and coordination, the effective use of the media after the disaster affects the success of crisis management. From this point of view, it can be said that the media plays an active role both in creating public opinion before the disaster and in ensuring the public's preparation for disasters, and in providing general crisis management such as informing, controlling and organizing after the disaster. For example, despite the problems experienced by the public in terms of organizing in a short time due to the damage to the infrastructure in the 1999 Marmara Earthquake, the media assumed the role of a bridge in communicating with the region and ensured that the authorities, the public and the world received news from the region (Toker, 2016, p. 265). Communication and transportation problems were encountered again in the earthquakes centered in Kahramanmaraş-Adıyaman. Aid was delayed because the roads and bridges were destroyed, and there were disruptions in telecommunication services because local telephone systems and GSM operators were out of service (İşitmezoğlu, 2023; Levent, 2023; Solmaz, 2023). At this point, it is understood that social media has gradually increased to a central position since the day wikis were created to reach missing people and provide information after September 11 (Çanakçı et al., 2022, p. 885). Because it is reported that during the earthquake in the USA in 2011, when phones could not be used, X was used effectively to communicate with the public, people could reach their relatives and get information from the authorities in this way (Demiröz, 2020, p. 298).

X can also be used effectively in announcing social aid campaigns initiated by the state, private initiatives or NGOs. For example, the “One Rent One Home” campaign launched after the Izmir Earthquake continued for the earthquake victims who had to leave their homes in the earthquakes centered in Kahramanmaraş-Adıyaman. The “MyHomeBeMyHome” campaign launched by AFAD was also carried out through social media (Erkaraman, 2023, p. 7343). Considering the role it played in the Van, Bingöl and Elazığ earthquakes, it has been recorded that social media has become the center of communication and cooperation (Şahinsoy, 2017, p. 14) (Şahinsoy, 2017, p. 14; Argın, 2023, p. 143). In the days following the Adıyaman-Kahramanmaraş Earthquake, academics who saw that media outlets fed from different sources began to publish news that could lead to speculation about the earthquake, published an earthquake journalism guide and made their discomfort known via social media (Cumhuriyet, 2023). Again, verification centers working on news perceived to be speculative benefit from these platforms while ensuring that the reader reaches confirmed information by verifying many areas, from widely known falsehoods to questionable information on the agenda, from claims brought up by the written and visual media to urban legends (Kurtuluş, 2021).

In order to prevent information pollution caused by those who claim to be under the rubble despite not being trapped in the rubble (DHA, 2023), those who make false reports just to attract attention, and those who attempt to defraud with fake aid campaigns, official authorities have been forced to implement band reductions in X (Reuters, 2023). News about the restriction of communication opportunities, news about the warnings of official authorities against speculations and the sanctions they have implemented, and X posts indicating that communication opportunities have been increased contrary to speculation are also seen. The contradiction between the content of posts made from private accounts and those made from official accounts gives the impression that this stems from the official authorities' concern to maintain control and not leave room for a stir (AA, 2023). However, unlike the limited opportunities of traditional media, the restriction applied to this medium, which is the only point of communication especially in emergencies where rapid interventions are required, can both increase uncertainty and cause fear and anxiety (Erkaraman, 2023, p. 7341).

The majority of the population that can use social media thanks to their smart phones have made social media more functional than traditional media by using the two-way communication feature of this environment. The data also show that X has become the central tool of communication and coordination during the crisis. However, it is also understood that these areas are a source of significant disinformation due to the sharing of unconfirmed information. This situation, which causes conscious or unconscious misdirection and thus makes it difficult for search and rescue teams to do their job, and disrupts other aspects of crisis management, including the proper delivery of aid to the right places, can make X an



environment open to provocation (Demiröz, 2020, p. 297). Despite these negativities, considering that many consumers now receive news from real-time social media platforms, it has become important to have quantitative methods to separate news from rumors (Jin et al., 2014, p. 93).

CONCLUSION

When the above data is evaluated together, it becomes clear that accessing accurate information in the midst of a natural disaster is of critical importance. It requires the establishment of strong communication lines so that all response plans are made in coordination with government authorities in a way that protects both response teams and citizens as well as material and spiritual assets. These communication lines should be used for the efficient implementation of joint response plans in disasters. Accordingly, with the help of a communication model developed, on the one hand, all kinds of information from the crisis area can reach the crisis coordination center, and on the other hand, rescue teams can be supported with accurate and precise information by simultaneously delivering the decisions taken to the personnel spread over the crisis area. At this point, support can be received from the concepts of media convergence established on communication technologies, participatory culture and collective intelligence. Thus, while the production of content through different platforms and its transmission through these platforms can be used by citizens, official institutions and NGOs as a source of information on the one hand, a more successful crisis management can be achieved by bringing together different perspectives and knowledge and informing the most accurate decisions made to the crisis areas. Based on the above data, it is understood that it is possible to develop a model that can meet the need for necessary information exchange between the intervention teams and the people in the region and increase morale and motivation by making adjustments to the following points:

- a. Fast and effective communication: In line with the strong society motto, communication processes should be accelerated more and obstacles to the faster dissemination of information in times of crisis should be removed with the help of technology. Because social media, instant communication tools and other communication technologies can help to instantly share up-to-date information in times of crisis and to help the public act consciously.
- b. Data analytics and prediction: Big data analytics and artificial intelligence technologies should be organized in a way that they can be used to analyze past data and create prediction models. In this way, it will be possible to detect future crises in advance and take appropriate measures.
- c. Social media: Social media and other sharing platforms should be developed because they make it easier for the public to receive, share and request assistance regarding crises. Because these platforms also allow them to quickly share information about crises and interact with the public. On the other hand, since the number of users producing disinformation on social media platforms corresponds to a small amount compared to the total number of users, these accounts can be brought under control with deterrent policies and algorithms to be developed.
- d. Human-robot collaboration: In crisis situations, robots and artificial intelligence systems should be developed to provide support to humans. Because unmanned aerial vehicles (UAVs) or robots can perform damage detection in dangerous areas, assist in search and rescue operations, or perform information gathering and communication tasks. In short, safer and more effective crisis management can be achieved by using them instead of humans in high-risk environments.
- e. Media convergence, participatory culture and collective intelligence: When the legal, social and technological obstacles to the adoption and operation of these concepts are removed, it is possible to use them efficiently in different decision-making mechanisms, especially in crisis management.

As a result, the provision of larger amounts of data through large-scale information systems such as social media can facilitate a more accurate understanding of human behavior, preferences, and ideas, and the ability to make decisions accordingly. By creating behavioral models from the data obtained in this way, targeting can be made more accurate and services can be customized. In addition, through cooperation and information sharing among different stakeholders, the solution to the crisis can be implemented more effectively.



REFERENCES

- AA. (2023, February 6). @anadolujansi. twitter.com: It was taken from [https://twitter.com/search?q=Deprem%20\(from%3Aanadolujansi\)%20until%3A2023-02-07%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=Deprem%20(from%3Aanadolujansi)%20until%3A2023-02-07%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- AA. (2023, February 6). AFAD'dan Depremle İlgili Açıklama. aa.com.tr: It was taken from [https://www.aa.com.tr/tr/gundem/afaddan-depremlerle-iligili-aciklama-arama-ve-kurtarma-alanında-uluslararası-yardımlarında-bulundu/2807227](https://www.aa.com.tr/tr/gundem/afaddan-depremlerle-iligili-aciklama-arama-ve-kurtarma-alaninda-uluslararası-yardımlarında-bulundu/2807227)
- AA. (2023, February 10). Cumhurbaşkanı Erdoğan: "Özellikle sosyal medya platformları vasıtasıyla yalan yanlış haberlerle sizleri galeyana getirmek isteyen provokatörlere kesinlikle prim vermeyin.". Twitter.com: It was taken from <https://twitter.com/anadolujansi/status/1624052385969586182?t=8y0ByvCDNMJqoYmh7YhEnA&s=03>
- AA. (2023, February 6). Depremler 10 İlde Yaklaşık 15 Milyon Kişiyi Etkiledi. aa.com.tr: It was taken from <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/depremler-10-ilde-yaklasik-13-5-milyon-kisinin-yasadigi-bolgeyi-etkiledi/2808868#>
- AFAD. (2023, February 6). afad.gov.tr: It was taken from <https://www.afad.gov.tr/kahramanmaraş-pazarcıkta-meydana-gelen-deprem-hk-basin-bulteni-2>
- AHBAP. (2023, February 6). @ahbap. twitter.com: It was taken from [https://twitter.com/search?q=Deprem%20\(from%3Aahbap\)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=Deprem%20(from%3Aahbap)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- Akgeyik, T. (2003). İnsan Kaynakları Yönetimi Boyutuyla Kriz Yönetimi. *Istanbul University Faculty of Economics Journal*, 53(1), 1-18.
- Althusser, L. (2002). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İletişim Publications.
- Argin, Y. (2023). Doğal Afetlerde Sosyal Medya Kullanımı: 2023 Kahramanmaraş Depremi Özelinde Twitter Örneği. *Insanat: Art Design and Architecture Research*, 3(1), 140-165.
- Ayhan, D. (2023, February 8). sozcu.com.tr: It was taken from <https://www.sozcu.com.tr/2023/teknoloji/twitter-ve-tiktoka-erisim-engellendi-7584907/>
- Baker, K. M. (2001). Enlightenment and the institution of society: notes for a conceptual history. S. K. Khilnani içinde, *Civil Society: History and Possibilities* (s. 84-104). Cambridge University Press.
- BBC. (2023, February 13). 6 Şubat Depremi: Uydu görüntüleri yıkım hakkında nasıl bir fikir veriyor? bbc.com: It was taken from <https://www.bbc.com/turkce/articles/c99ygn8x5v7o>
- BBC. (2024, Ocak 1). Japonya depremi: Hayatını kaybedenlerin sayısı 161'e yükseldi. bbc.com: It was taken from <https://www.bbc.com/turkce/articles/cqq19e39p9xo>
- Bon, G. L. (1997). *Kitleler Psikolojisi*. İstanbul: Hayat Publications.
- Bozkurt, Y., & Demir, T. (2023). Afet Yönetiminde İletişim Ve Medya Üzerine Bir Değerlendirme: Kahramanmaraş Merkezli Depremler. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi*(11), 22-32. <https://doi.org/10.58627/dpuiibf.1288685>
- BrandTürkiye. (2019, Eylül 27). *brandingturkiye.com*. It was taken from <https://www.brandingturkiye.com/depremde-tum-gsm-operatorleri-coktu/>
- Cambridge. (2023, Temmuz 11). Dictionary.cambridge.org/tr: It was taken from <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/media-convergence>
- Castells, M. (2003). *Enformasyon Çağı: Ekomomi, Toplum ve Kültür - Cilt 1*. Bilgi University Publications.
- Cumhuriyet. (2023, February 12). *İletişim akademisyenleri deprem haberciliği rehberi yayımladı*. cumhuriyet.com.tr: It was taken from <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/iletisim->



akademisyenleri-deprem-haberciligi-rehberi-yayimladi-2051120

- Çanakçı, M., Şaşmazlar, C., & Öztürk, S. (2022). Afet ve Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Twitter Örneği. *Gümüşhane University Journal of Health Sciences*, 11(3), 882-897. <https://doi.org/10.37989/gumussagbil.1136584>
- Çelebi, E. (2021). Kriz Yönetiminde Kullanılan İletişim Stratejilerinin Etkinliği Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Academic Reviews*, 16(1), 92-106. <https://doi.org/https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.737850>
- Çetin, E. (2019). *Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya ve Çevrimiçi Topluluklar: Netrografik Bir Analiz*. Antalya: Mediterranean University.
- Demiröz, K. (2020). Afet Kriz Yönetiminde Sosyal Medyanın İşlevselliği ve Zararları Üzerine Bir İnceleme. *Dirençlilik Journal*, 4(2), 293-304. <https://doi.org/10.32569/resilience.735807>
- Deprem, B. (2006). *Roaming (Dolaşım) Sözleşmesi*. Ankara: Ankara University, Institute of Social Sciences.
- Deuze, M. (2006). Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism*, 262–280.
- DHA. (2023, Mart 12). 'Göçük altındayım' diyerek asılsız ihbar yapan Eren, serbest bırakıldı. [dha.com.tr: It was taken from https://www.dha.com.tr/gundem/gocuk-altindayim-diyerek-asilsiz-ihbar-yapan-eren-serbest-birakildi-2218642](https://www.dha.com.tr/gundem/gocuk-altindayim-diyerek-asilsiz-ihbar-yapan-eren-serbest-birakildi-2218642)
- Doğan, T. (2005). *İnsan Doğası İktidara Karşı Adalet - Noam Chomsky ile Michel Foucault Tartışıyor*. İstanbul: BGST Publications.
- Dökmen, Ü. (2004). *İletişim Çatışmaları ve Empati*. Sistem Publication.
- Erkaraman, M. (2023). Sosyal Medyanın Depremlerde Kullanımı: 6 Şubat Pazarcık ve Elbistan Depremleri Örneği. *Social Sciences Studies Journal*, 9(112), 7338-7347. <https://doi.org/10.29228/sssj.69842>
- Ersoy, M. N. (2023, February 6). @MehmetNuriErsay. twitter.com: It was taken from [https://twitter.com/search?q=Deprem%20\(from%3AMehmetNuriErsay\)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=Deprem%20(from%3AMehmetNuriErsay)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- Euronews. (2023, Mart 6). 6 Şubat depremlerinin birinci ayı: Toplam can kaybı ve eleştiriler. [tr.euronews.com: It was taken from https://tr.euronews.com/2023/03/05/kahramanmaras-depremleri-hakkinda-neler-biliniyor](https://tr.euronews.com/2023/03/05/kahramanmaras-depremleri-hakkinda-neler-biliniyor)
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. Der Publications.
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & David, L. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378. <https://doi.org/10.1126/science.aau27>
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı - 1. Cilt*. Kabalcı.
- Habertürk. (2023, February 6). haberturk.com: It was taken from <https://www.haberturk.com/son-dakika-deprem-mi-oldu-nerede-deprem-oldu-6-subat-pazar-afad-kandilli-son-depremler-listesi-3562705>
- Habertürk. (2023, February 9). *Twitter Deprem Bölgesinin Sesi Oldu*. haberturk.com: It was taken from <https://www.haberturk.com/twitter-deprem-bolgesinin-sesi-oldu-3564115-teknoloji>
- İşitmezoğlu, M. (2023, February 7). @Turkcell @VodafoneTR @TurkTelekom KAHRAMANMARAŞ ta çoğu yerde sebeke problemi var. TEKİR'de kardeşimden haber alamıyoruz .mobil çalışmaları var mı? TEKİR bölgesinde sebeke problemi için bişey yapsınlar lütfen.#DEPREMOLDU #deprem #sebeke #AHBAP. twitter.com: It was taken from <https://twitter.com/diyojenx76/status/1622706472466382848>
- ITU-D. (2017). *Creating the smart society: Social and economic development through ICT applications - Final Report*. Geneva: ITU.



- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya*. İletişim Publications.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: The MacArthur Foundation.
- Jin, F., Wang, W., Zhao, L., Dougherty, E., & Dougherty, E. (2014). Misinformation Propagation in the Age of Twitter. *IEEE Computer Society*(47), 90-94. <https://doi.org/10.1109/MC.2014.361>
- Kadioğlu, M. (2008). In to the “Toplumda Afet Bilincini Artırma Yöntemleri”. M. Kadioğlu, & E. Özdamar, *Afet Zararlarını Azaltmanın Temel İlkeleri* (s. 223-241). Ankara: JICA Türkiye Office.
- Karınca, M. G. (2013). Telekomünikasyonda Yakınsama Kavramı. *Ankara Bar Association Journal*, 261-282.
- KEIDANREN. (2016). *Toward Realization of The New Economy and Society - Outline*. Tokyo: KEIDANREN.
- Kouzy, R., Jaoude, A., Alam, M., Karam, B., & Adib, E. (2020). Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID19 Misinformation Epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3), 1-8. <https://doi.org/10.7759/cureus.7255>
- Kurtoğlu, G. B. (2021, Mayıs 28). *Doğrulama platformları ve dijital okuryazarlık*. habervesaire.com: It was taken from <https://www.habervesaire.com/dogrulama-platformlari-ve-dijital-okuryazarlik/>
- Levent, H. (2023, February 8). Twitter.com: It was taken from <https://twitter.com/haluklevent/status/1623210524568653824>
- Levent, H. (2023, February 6). *Bizlere ilettiğiniz ihbarları tek tek not edip ilgili şehrimize bildiriyoruz*. It was taken from twitter.com: <https://twitter.com/haluklevent/status/1622480099516743681>
- Lévy, P. (2000). *Collective Intelligence: Man's Emerging World in Cyberspace*. Perseus.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg Galaksisi - Tipografik İnsanın Oluşumu*. Yapı Kredi Yayınları.
- Medium. (2023, February 23). *Raporlardan Özetlerle 6 Şubat Depremleri*. medium.com: It was taken from <https://medium.com/imeceplatformu/raporlardan-%C3%B6zetlerle-6-%C5%9Fubat-depremleri-f7ffcc512eb9>
- Medyascope.tv. (2023, February 6). *7,4 Büyüklüğünde Deprem 10 İli Vurdu*. medyascope.tv: It was taken from <https://medyascope.tv/2023/02/06/medyascope-gundem-6-subat-2023-74-buyuklugunde-deprem-10-ili-vurdu/>
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu University Journal Of Socila Sciences*, 22(Special number 2), 273-294.
- Nakanishi, H., & Kitano, H. (2018). *Society 5.0 - Co-creating the future*. Keidanren.
- Ortaç, G., & Kaplan, D. (2021). Afet Yönetimi ve Kablosuz İletişim Sürekliliğine Genel Bakış. *Turkish Nature and Science Journal*, 10(1), 316-326.
- Oyeyemi, S. O., Gabarron, E., & Wynn, R. (2014). Ebola, Twitter, and misinformation: a dangerous combination? *BMJ*(349), 1-2. <https://doi.org/10.1136/bmj.g6178>
- Özkan, A. B. (2017, Mart 4). aa.com.tr: It was taken from <https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/5185>
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. Ayrinti Publications.
- Ran, Y. (2011). Considerations and Suggestions on Improvement of Communication Network Disaster Countermeasures after the Wenchuan Earthquake. *IEEE Communications Magazine*, 49(1), 44-47. <https://doi.org/10.1109/MCOM.2011.5681013>



- Reuters. (2023, February 9). *Twitter access restored in Turkey after talks*. Twitter.com: It was taken from https://twitter.com/Reuters/status/1623581309565009922?t=AdclXzqnc5RW_Dp4xgNQ9Q&s=03
- Sciencedaily. (2023, Ağustos 5). *"Twitter and disaster" sayfa arama sonucu*. www.sciencedaily.com: It was taken from <https://www.sciencedaily.com/search/?keyword=#gsc.tab=0&gsc.q=Twitter%202017&gsc.sort=>
- Selvi, M. (2023, February 23). aa.com.tr: It was taken from <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/gorus-deprem-zamaninda-sosyal-medya-ve-riskler/2828653>
- Solmaz, M. (2023, February 6). *Teyzem ve eniştem ses veriyor, kuzenimden ses yok. Enkazı kaldırmak için henüz ulaşan yardım yok. Cumhuriyet Bulvarı, Kiraz Apt (B) - Müftülük karşısı, Merkez, Kahramanmaraş*. <https://twitter.com/MhmtSImz/status/1622481371397513218>: It was taken from <https://twitter.com/MhmtSImz/status/1622481371397513218>
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerderi İşlevi. *Istanbul Journal of Social Sciences* (7), 53-64.
- Steinberg, L. J., & Cruz, A. (2004). When Natural and Technological Disasters Collide: Lessons from the Turkey Earthquake of August 17, 1999. *Natural Hazards Review*, 5(3), 121-130. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)1527-6988\(2004\)5:3\(12](https://doi.org/10.1061/(ASCE)1527-6988(2004)5:3(12)
- Surowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations*. . New York: Doubleday Books.
- Şahinsoy, K. (2017). Kriz Yönetimi Açısından Geleneksel ve Sosyal Medya. *Istanbul Aydın University Journal*, 9(4), 1-19. <https://doi.org/10.17932/IAU.IAUD.13091352.2017.9/36.1-19>
- T.C. Presidency. (2023, February 6-8). @tcbestepe. twitter.com: It was taken from [https://twitter.com/search?q=deprem%20\(from%3Atcbestepe\)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=deprem%20(from%3Atcbestepe)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- T.C. Directorate of Communications. (2023, February 6-8). @iletisim. twitter.com: It was taken from [https://twitter.com/search?q=Deprem%20\(from%3Ailetisim\)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=Deprem%20(from%3Ailetisim)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- Toker, H. (2016). Doğal Afetler, İletişim ve Medya. Z. T. Karaman, & A. Altay içinde, *Bütünleşik Afet Yönetimi* (s. 249-277). İlkem Publications.
- Tonta, Y. (1999). Bilgi Toplumu ve Teknolojisi. *Türk Kütüphaneciliği*, 363-375.
- TRT Haber. (2021, Mart 21). trthaber.com. It was taken from <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/turkiyede-gerceklesen-buyuk-depremler-561205.html>
- Ugur, O. (2023, February 6-8). @OguzhanUgur. <https://twitter.com>: It was taken from [https://twitter.com/search?q=Hatay%20\(from%3AOguzhanUgur\)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query](https://twitter.com/search?q=Hatay%20(from%3AOguzhanUgur)%20until%3A2023-02-08%20since%3A2023-02-06&src=typed_query)
- USGS. (2023, February 6). usgs.gov: It was taken from <https://www.usgs.gov/news/featured-story/m78-and-m75-kahramanmaras-earthquake-sequence-near-nurdagi-turkey-turkiye>
- Yaman, F. T. (2017). Katılımcı Demokrasi: Kapsam ve Unsurlar. *Trakya University Faculty of Economics and Administrative Sciences E-Journal*, 134-158.
- Yazıcı K., & Aydın, E. (2008). *Uluslararası Dolaşım (Roaming) Hizmetinin Düzenlenmesi: Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları*. Ankara: Competition Authority.
- Yeni Çağ. (2023, February 19). *Asrın felaketini deprem değil denetimsizlik ve binalar getirdi. Japonya'daki depremlerde yaşanan ölü sayısı gerçeği ortaya çıkardı*. yenicaggazetesi.com.tr: It was taken from <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/japonyadaki-depremlerde-yasanan-olu->



[sayisi-turkiyedeki-gercegi-ortaya-cikardi-631702h.htm](#)

Yoloğlu, N. (2019). Yakınsama ve Çapraz Medya Stratejilerinin Medya Sektöründe Yansımaları. *Gümüşhane University Faculty of Communication Electronic Journal*, 1449-1464.

ACCEPTANCE CONDITIONS FOR ARTICLES

*The title of the article must be written in, bold and big letters, 14 font size, times new roman font and centered.

*The name of the writer(s) should be centered and written in times new roman font and 11 font size.

*The title of the writer(s), the institutional information, and email addresses should be centered and written in arial font and 11 font size (the information should be listed under the name of the writer(s)).

*The abstract should be written in Turkish and in English. It should be between 200-300 words, written in times new roman font, 11 font size with a 1 line spacing, and the paragraph justified.

*The English and Turkish articles should mention the aim and method of the study. The articles which do not mention these will not be evaluated.

*There should be a maximum of five key words listed under the abstracts.

Download article format:

E-mail your manuscripts to:

tojdac@gmail.com

MAKALE YAZIM KURALLARI*

ÖNEMLİ: Lütfen Dergipark ana sayfamızda yer alan makale yazım şablonunu dikkate alınız.

Yazım kuralları, American Psychological Association (APA) 7. baskısı gözetilerek hazırlanmıştır.

Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uymadığı tespit edilen makaleler reddedilir. Reddedilen makaleler düzeltilmiş dahi olsa tekrar önerilmesi durumunda kabul edilmez.

1. Makale şablonu: Makale önerileri mutlaka derginin web sitesi (Dergipark > TOJDAC > Yazım Kuralları > Makale Şablonu ya da <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>) üzerinden <https://bit.ly/4bagbCE> dosyası indirilerek hazırlanmalıdır. Makale şablonu makale formatı ile ilgili her türlü ayrıntının (başlık, yazar adı, adresi, öz, altbaşlıklar, tablo, şekil, kaynakça, font tipi, büyüklüğü vs.) hangi biçimde yazılacağını açıklamaktadır. Yazarlar makalelerini bu şablonun içine şablona uygun biçimde yazarak farklı isim ve dosya türü (.docx) olarak kaydetmeli ve sisteme yüklemelidir.

2. Öz/Abstract: 150-250 kelimelik Türkçe **öz** ve İngilizce **abstract** yazılmalıdır. Öz içinde, yararlanılan kaynaklara, şekil ve çizelge numaralarına atıf yapılmamalı ve dipnot kullanılmamalıdır.

3. Anahtar sözcükler/Keywords: Türkçe ve İngilizce özetlerin altında 3-9 sözcükten oluşan anahtar sözcükler (*keywords*) verilmelidir.

4. Ana Metin: Makaleler öz, abstract, şekil ve tablo yazıları ve kaynakça dahil 3.500---7.000 kelime arasında olmalıdır. Metin içinde vurgulanması gereken kısımlar için koyu font (**bold**) veya **çift tırnak (")** kullanılmamalı bunun yerine *eğik harfler* kullanılmalıdır. Nokta/Virgül, çift tırnak bitişinin içinde; diğer noktalama işaretleri (iki nokta, noktalı virgül...vb.) dışında yer almalıdır. Metinde hem tırnak işareti hem de eğik harfler gibi çifte vurgulamalara yer verilmemelidir. Metnin genel kullanımında noktadan sonra, parantezden önce boşluk konularak cümleye devam edilmelidir. Yazı tipi Times New Roman ve 11 punto olmalıdır. Ana başlık 14 punto olmalıdır.

5. Tablolar: Tabloların numarası ve başlığı bulunmalıdır. Tablolar sıra sayısı verilerek numaralandırılır. Makalede yer alan tüm tablolara metin içinde referans verilmelidir (Tablo 1).

Tablonun üstüne tablo numarası (**bold**) yazılır, tablo numarasının yanına ilk kelimenin baş harfi büyük olmak üzere tablo adı/açıklaması yazılır.

Tablo 1. İletişimin alt disiplinleri (Bayrak, 2022, s, 36)

6. Şekiller: Kaynak olarak kullanılacak görsellerin telif haklarından, kalitesinden ve yayımlanıp yayımlanmamasından yazar sorumludur.

Makalede resim, fotoğraf, nota ya da özel çizimler varsa bu belgeler **kısa kenarı 10 cm olacak şekilde 300 PPI (300 pixels per inch)** kalitesinde taranmalıdır. Şekiller ayrı ayrı sıra sayısı verilerek numaralandırılmalı ve makalede yer alan **tüm şekillere metin içinde referans verilmelidir.**

Makaledeki görseller için kullanılan kaynaklar (basılı veya çevrimiçi resim, fotoğraf, grafik, şekil, nota vb.) görselin altında verilmelidir ve **Online Kaynaklar, Görseller, Resimler, Nota** vs. gibi ayrı başlıklar **kullanılmamalıdır.**

Ayrıca tüm görseller için hem metin içinde atıfta hem de görselin altındaki başlıkta **sadece Şekil (Figure) ifadesi kullanılmalıdır.** **Resim, fotoğraf, grafik, şekil, nota vb. görseller için resim, fotoğraf, grafik, şekil, nota vb. ifadeler kullanılmamalıdır.** Şekilin altına numarası (**bold**) yazılır, şekil numarasının yanına ilk kelimenin baş harfi büyük olmak üzere (italik) şekil ismi, gerekirse yanına notlar (eser, yazar, yıl, sayfa, telif hakkı..vb.) yazılır.

7. Dipnot: Dipnot **kaynak göstermek için kullanılmamalı**, dipnot kullanımına yalnızca açıklayıcı ek bilgileri için başvurulmalı ve otomatik numaralandırma yoluna gidilmelidir. Dipnotlarda kaynak göstermek için, metin içi kaynak gösterme yöntemleri kullanılmalıdır. **Dipnot kelime uzunluğu 60 kelime sayısından daha az olmalıdır. Atıflar için dipnot kullanılmamalıdır.**

8. Alıntılar: Yazar doğrudan ya da dolaylı olarak yaptığı tüm alıntılara atıfta bulunmalıdır. Doğrudan alıntı yaparken eğer alıntılanan bölüm **40 kelimeyi geçerse blok alıntı olarak yazılmalıdır.** Blok alıntıda çift tırnak kullanılmamalı, ek bir girintiyle alıntı verilmemeli ve kapanış parantezinden önce nokta eklenmelidir (bkz. <https://bit.ly/3vKyZqx>).

Örn:

-Researchers have studied how people talk to themselves:

Inner speech is a paradoxical phenomenon. It is an experience that is central to many people's everyday lives, and yet it presents considerable challenges to any effort to study it scientifically. Nevertheless, a wide range of methodologies and approaches have combined to shed light on the subjective experience of inner speech and its cognitive and neural underpinnings. (Alderson-Day & Fernyhough, 2015, s, 957)

40 kelimeden az ise bu alıntı metinde çift tırnak içinde verilir. Alıntıya metnin ortasındaki cümlelerde yer verilmişse, alıntı yapılan kısım çift tırnak içinde verildikten hemen sonra parantez içinde kaynağa gönderme (atıf) yapılır.

bkz. <https://bit.ly/3KLQHhD>

9. Metin içi atıflar:

-Tüm göndermeler parantez içinde ve aşağıdaki biçimde yazılmalıdır.

Tek yazarlı çalışmaya genel göndermelerde;

Tunalı (1996),; Tunalı'ya (1996) göre.....; (Tunalı, 1996). Tek yazarlı çalışmanın alıntı yapılan belirli bir yerine göndermelerde;

(Artun 2003, s, 11).

-İki yazarlı göndermelerde yazar soyadları arasında ‘ve’ İngilizce metinler için ise ‘and/’ kullanılmıdır.

İki yazarlı çalışmalara göndermelerde;(Al ve Soydal, 2014, s, 290).

-Üç ve daha fazla yazarlı göndermelerde yalnızca ilk yazarın soyadı ve “vd.” ya da “et al.” ifadesi kullanılır (ilk kullanımdan itibaren):

(Hargreaves vd., 2003).

--- Aynı parantez içerisinde yapılan çoklu göndermelerde, ilk yazarın soyadına göre alfabetik sırada; aynı yazar ise geçmişten güncel yıl sırasıyla belirtilmelidir:

(Akbulut ve Doğan, 2013; Şencan, 2003; Tonta, 2010)

(Doğan, 2000, 2004, basım aşamasında)

-Yayın tarihi olmayan yapıtlarda ve yazmalarda yalnızca yazarların adı; (Seydi)

-Yazarı belirtilmeyen ansiklopedi vb. yapıtlarda ise kaynağın ismi, varsa cilt ve sayfa numarası yazılmalıdır. (Britannica 8, 2010, s, 189)

-İkincil kaynaktan yapılan alıntılarda yalnızca ikincil kaynak esas kaynakça listesinde gösterilir. Birincil kaynak sadece yazar adı ve kaynak tipi (kitap, makale, günlük vs.) bahsedildikten sonra, ikincil kaynak “aktaran” şeklinde belirtilir.

Eleştirmen Laverdant’ın ifade ettiği gibi “.....” (aktaran Artun 2003,s, 11).

veya

“... ..” (Laverdant’tan aktaran, Artun 2003,s, 11).

--- Kişisel görüşmeler, metin içinde soyadı ve tarih belirtilerek gösterilmeli; kaynaklarda (ek/arşiv kısmıyla belirtilmediği müddetçe) belirtilmemelidir.

“Gerekirse kaset alıp çalışıyoruz. Müşteriye karşı yok, yok” (K. Ürün, kişisel görüşme, 15 Temmuz, 1997).

-Çok nadir olarak yazar soyadı ve tarih bilgisinin ikisi de parantezsiz ve metnin bir parçası şeklinde kullanılabilir.

Konuyla ilgili olarak Edzan’ın 2008 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışma örnek gösterilebilir.

-Kişisel görüşme dışındaki künyeler, yıl ve ay bilgisini birlikte içeriyor olsa bile, göndermede sadece yıl bilgisi kullanılmalıdır.

--- Yayın yılı tam olarak bilinmeyen klasik eserler için yayın yılı kısmında çev. kısaltması ile birlikte çeviri yılı ya da sür. kısaltması ile birlikte kullanılan sürümün (versiyonun) yılı verilir. Klasik eserin orijinal tarihi biliniyorsa o da gönderme içinde kullanılır.

(Aristotle, çev. 1931)

(Balzac, 1836, çev. 1941)

--- Yazar olarak bir grup/tüzel kişi (dernekler, şirketler, devlet kurumları ve diğer çalışma grupları gibi) ifade ediliyorsa bu gruba ilişkin ad bilgisi metin içindeki göndermede oldukça açık ve anlaşılır biçimde verilmelidir. Grup adı bazı durumlarda kısaltılabilir. Eğer grup adı uzunsa, kısaltma herkesçe anlaşılır oluyorsa veya ada yönelik zaten bilinen bir kısaltma var ise ilk kullanımda hem açık hali hem kısaltma hali kullanılıp, sonraki kullanımlarda ise sadece kısaltma kullanılabilir. Eğer grup adı kısa ise veya kısaltması herkesçe anlaşılır olmuyorsa tüm göndermelerde adın açık hali yazılır.

(Cümleinin sonunda) İlk gönderme:

(Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2013) (Cümleinin sonunda) İkinci ve sonraki göndermeler

(TÜBİTAK, 2013)

(Cümleinin içerisinde) İlk gönderme

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK, 2013) (Cümleinin içerisinde) İkinci ve

sonraki göndermeler

TÜBİTAK (2013)

-Parantez içinde yapılacak bir açıklama esnasında gönderme yapılması gerekirse tarih için köşeli parantez değil, virgül kullanılmalıdır. (Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz. Doğan, 2010)

10. Kaynakça

Kaynakça metnin sonunda, yazarların soyadına göre alfabetik olarak aşağıdaki örneklere göre yazılmalıdır. Kaynakları göstermek için **Kaynakça** dışında hiçbir başlık (**URL**, **İnternet kaynakları**, **Görseller**, **Resimler**, **Fotoğraflar** vb.) kullanılmamalıdır. Başlıktaki ve alt başlıktaki ilk kelimenin ilk harfi ve eğer varsa özel adların ilk harfleri büyük, diğerleri küçük yazılmalıdır. Kaynaklar, bir yazarın birden fazla yayını olması halinde, yayımlanış tarihine göre sıralanmalı; bir yazara ait aynı yılda basılmış yayınlar ise (1980a, 1980b) şeklinde gösterilmelidir. Çevrimiçi kaynak gösterilmesi durumunda “DOI:”, “Erişim adresi:” ifadeleri yerine doğrudan link yazılmalı; “Erişim adresi” ifadesi yalnızca erişim tarihi verilmesi gereken durumlarda kullanılmalıdır.

Kitapların gösterilmesi

Eser başlığı özel harfler dışında küçük harf kullanılarak, italik yazılmalıdır.

bkz. <https://bit.ly/39Fr3G>

Yazar, A. A. (Yıl). *Eserin başlığı*. Yayıncı.

Yazar, A. A. (Yıl). *Eserin başlığı*.

<http://www.xxxxxxxxxx> Yazar, A. A. (Yıl). *Eserin*

Özer, Y. (2002). *Müzik etnografisi*. Dokuz Eylül

Yayıncıları.(Özer, 2002)

Foucault, M. (2007). *Cinselliğin tarihi* (H. U. Tanrıöver, Çev.). Ayrıntı

Yayıncıları.(Foucault, 2007)

Saygun, A. A. (1936). *Türk halk musikisinde pentatonizm*. Numune

Matbaası.(Saygun, 1936)

Saygun, A. A. (1937). *Rize Artvin ve Kars havalisi türkü, saz ve halk oyunları hakkında bazı malûmat*.Nümune Matbaası.

(Saygun, 1937)

-20 ye kadar tüm yazarlar yazılır, yazar sayısı 21 ve daha fazla olduğunda ise ilk 19 yazarın soyadı ve adı yazılıp üç nokta eklenir ve son yazarın adı ile yazar kısmı kapatılır.

Soyadı, A.A., Soyadı, B.B., Soyadı, C.C., Soyadı, D.D., Soyadı, E.E., Soyadı, F.F., Soyadı, G.G., Soyadı, H.H., Soyadı,

I.I., Soyadı, J.J., Soyadı, K.K., Soyadı, L.L., Soyadı, M.M. , Soyadı, N.N., Soyadı, O.O., Soyadı, P.P., Soyadı, Q.Q.,Soyadı, R.R., Soyadı, S.S., . . Soyadı, W.W.

-Basılı kitabın elektronik sürümü:

“Erişim adresi:” ifadesi olmadan, doğrudan link vererek (hyperlink) yazılmalıdır, “Erişim adresi” ifadesi yalnızcaerişim tarihi verilmesi gereken durumlarda kullanılmalıdır:

Morville, P. ve Rosenfeld, L. (2006). *Information architecture for the World Wide Web* (3. bs.). [Adobe DigitalEditions sürümü]. <http://shop.oreilly.com/home.do>

-Sadece elektronik sürümü olan kitap:

O’Keefe, E. (t.y.). *Egoism & the crisis in Western values*. <http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?itemID=135>

Çocuk kitaplarının gösterilmesi

bkz. <https://bit.ly/3KNtcVn>

-İllustratörüyle yazarı aynı olma durumunda:

Yazar S, A. (Yıl). Kitap ismi (Yazar/Çizer ismi, Illus.). Yayıncı.

Crimi, C. (2019). Küçük garip robotlar (C. Luyken, Illus.).
Candlewick Press.(Crimi, 2019)
Pitman, G. E. (2016). This day in June (K. Litten, Illus.).
Magination Press.(Pitman, 2016)

-İllustratörüyle yazarı farklı olma durumunda:

Yazar S, A. (Yıl). Kitap ismi (Çizer ismi, Illus.). Yayıncı.

Beaton, K. (2016). *Kral bebek* (K. Beaton, Illus.). Arthur A.
Levine Books.(Beaton, 2016)

-Dizinin parçası olma durumunda (Seri/Dizi başlığı kitap başlığına eklenmemelidir):

Yazar S, A. (Yıl). Kitap ismi (Çizer ismi, Illus.). Yayıncı.

O'Connor, J. (2017). *Nancy Clancy, late-breaking news!* (R. Preiss Glasser, Illus.). HarperCollins
Publishers.
(O'Connor, 2017)

-Yeniden basılması durumunda:

Yazar S, A. (Yıl). *Kitap ismi* (varsa özel baskı bilgileri) (Çizer ismi, Illus.). Yayıncı. (Orjinal çalışma yayın tarihi bilgisi)

Numeroff, L.J. (2007). *Fareye bir çerez vererseniz* (varsa özel baskı bilgileri) (F. Bond, Illus.). Laura Geringer
Books.(Orjinal çalışma 1985'te yayınlanmıştır)
(Numeroff, 1985/2007)

Dini eserlerin referans gösterilmesi

bkz. <https://bit.ly/3LQRLSO>

Kitap formatındaysa kitapların gösterimine; websitesi formatındaysa web kaynakları gösterimine uygun yapılır. Yazarı bilinmeyen eser başlığındaki formata uygun gösterilebilir.

The Bhagavad Gita (E. Easwaran, Trans.; 2nd ed.). (2007). The Blue Mountain Center of
Meditation.(The Bhagavad Gita, 2007)

King James Bible. (2017). King James Bible Online. <https://www.kingjamesbibleonline.org/> (Original
workpublished 1769)

(King James Bible, 1769/2017)

-Açıklamalı dini eser:

Kaiser, W. C., Jr., & Garrett, D. (Eds.). (2006). *NIV archeological study bible: An illustrated walk through
biblicalhistory and culture*. Zondervan.

Sözlüklerin gösterilmesi

bkz. <https://bit.ly/3vKc52k>

-Çevrimiçi sözlük

Çevrimiçi sözlükler güncellendiği ve arşivlenmediği için tarih bilgisi eklenmelidir:

American Psychological Association. (n.d.). Just-world hypothesis. In *APA dictionary of psychology*. Retrieved January 18, 2020, from <https://dictionary.apa.org/just-world-hypothesis>
(American Psychological Association, n.d.)

Merriam-Webster. (n.d.). Semantics. In *Merriam-Webster.com dictionary*. Retrieved January 4, 2020, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/semantics> (Merriam-Webster, n.d.)

-Basılı sözlük

American Psychological Association. (2015). Mood induction. In *APA dictionary of psychology* (2nd ed.: 667).

(American Psychological Association, 2015)

Merriam-Webster. (2003). Litmus test. In *Merriam-Webster's collegiate dictionary* (11th ed.: 727). (Merriam-Webster, 2003)

-Wikipedia (Vikipedi)

Yağlı boya. (2019, 8 Aralık). *Wikipedia* içinde.
https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Oil_painting&oldid=929802398

("Yağlı Boya," 2019)

Editörlü kitapların gösterilmesi

-Kitabın tamamı için:

bkz. <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples/book-references#2>

-- Editör (Ed.). (Yıl). *Eserin başlığı* (s. xxx-xxx). Yayıncı.

- Editör (Ed.). (Yıl). *Eserin başlığı* (s. xxx-xxx). Yayıncı. <http://www.xxxxxxxxxxxx>

- Editör (Ed.). (Yıl). *Eserin başlığı* (s. xxx-xxx). Yayıncı. xxxxxxxxxxxxxx

Kesharwani, P. (Ed.). (2020). *Nanotechnology based approaches for tuberculosis treatment*. AcademicPress.

(Kesharwani, 2020)

Torino, G. C., Rivera, D. P., Capodilupo, C. M., Nadal, K. L., & Sue, D. W. (Eds.). (2019). *Microaggression theory: Influence and implications*. John Wiley & Sons.
<https://doi.org/10.1002/9781119466642>

(Torino et al., 2019)

-Kitap içi bölüm gösterilecekse:

bkz. <https://bit.ly/3LIE2gC>

--- Yazar, A. A. ve Yazar, B. B. (Yıl). Bölüm ya da giriş başlığı. A. Editör, B. Editör ve C. Editör (Ed.), *Kitap başlığı* (s. xxx-xxx) içinde. Yayıncı.

- Yazar, A. A. ve Yazar, B. B. (Yıl). Bölüm ya da giriş başlığı. A. Editör ve B. Editör (Ed.), *Kitap başlığı* (s. xxx-xxx) içinde. <http://www.xxxxxxxxxxxx>

--- Yazar, A. A. ve Yazar, B. B. (Yıl). Bölüm ya da giriş başlığı. A. Editör, B. Editör ve C. Editör (Ed.), *Kitap başlığı* (s. xxx-xxx) içinde. xxxxxxxxxxxxxx

(Sayfa numarası yoksa kitap ismi yeterlidir.)

Aron, L., Botella, M., & Lubart, T. (2019). Culinary arts: Talent and their development. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (pp. 345–359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>
(Aron et al., 2019)

-Yeniden basımı yapılmış editörlü kitap örneği:

Bronfenbrenner, U. (2005). The social ecology of human development: A retrospective conclusion. In U. Bronfenbrenner (Ed.), *Making human beings human: Bioecological perspectives on human development* (pp. 27–40). SAGE Publications. (Reprinted from *Brain and intelligence: The ecology of child development*, pp. 113–123, by F. Richardson, Ed., 1973, National Educational Press)

Ders/Kurs Materyallerinin gösterilmesi

Editörlü kitap biçimiyle yapılır:
(bkz. <https://bit.ly/3kFsDIQ>)

-Yazarı belli olan materyaller için:

Elders, M. (2019). Neighborhood watch: Social media in the community. In M. Elders (Ed.), *POL 241: Politics and activism in the 21st century* (pp. 34–41). American University.
(Elders, 2019)

-Yazarı belli olmayan materyaller için:

Diagram of the tibia–basitarsis joint in Apis melifera. (2015). In B. Haave (Ed.), *NEU 451: Movement and perception* (pp. 44–45). St. Ambrose University.
(“Diagram of the Tibia–Basitarsis Joint in Apis melifera,” 2015)

Makalelerin gösterilmesi (Dergi)

Eser başlığı özel harfler dışında küçük harf kullanılarak, regular fontla; dergi adı büyük harf ve italik fontla yazılmalıdır.

(bkz. <https://bit.ly/3wpEudt>)

<https://www.scribbr.com/apa-examples/journal-article/>

--- 3’ten fazla yazarı olan kitap/derginin metin içi atıflarında ilk kullanımdan itibaren “ilk yazar vd., yıl” ya da “ilk yazar et al., yıl” ifadesi kullanılabilir.

Yayınlanmış, yayınlanmak üzere gönderilmiş ya da baskıdaki makale yazımları genel olarak şu şekildedir:

Last name, Initials. (Year). Article title. *Journal Name*, Volume (issue), page range. <https://doi.org/xxxx>
Last name, Initials. (Year). *Article title* [Unpublished article]. Department Name, University Name.
Last name, Initials. (in press). Article title. *Journal Name*.

McAdams, S., Winsberg, S., Donnadieu, S., De Soete, G., and Krimphoff, J. (1995). Perceptual scaling of synthesized musical timbres: Common dimensions, specificities, and latent subject classes. *Psychological Research*, 58, 177–

192. (McAdams vd., 1995)

Nattiez, J.J. (1983). Some aspects of Inuit vocal games. *Ethnomusicology*, 27 (3), 457–

475. (Nattiez, 1983)

-İngilizce çalışmalarda Türkçe bir kaynağa gönderme yapıyorsa ve yerine and ifadesi, Türkçe bir

çalışmada İngilizce bir kaynağa gönderme yapılıyorsa and yerine ve ifadesi kullanılmalıdır:

Nielsen, B. G. ve Borlund, P. (2011). Information literacy, learning, and the public library: A study of Danish high school students. *Journal of Librarianship and Information Science*, 43, 106-119.

10.1177/0961000611408643

(Nielsen ve Borlund, 2011: 110)

--- İngilizce çalışmalarda orijinal dili Türkçe olan bir makaleye atf yapılıyorsa makale adı gibi bilgilerin köşeli parantez içinde İngilizce karşılığı ile birlikte verilmesi gerekir:

Al, U., & Tonta, Y. (2004). Atf analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü tezlerinde atf yapılan kaynaklar [Citation analysis: Sources cited in dissertations completed at Hacettepe University Department of Librarianship]. *Bilgi Dünyası*, 5, 19-47. Retrieved from <http://bd.org.tr/>

(Al & Tonta, 2004: 20)

--- Bir dergideki özel sayı kapsamında yayınlanan makale:

Last name, Initials. (Ed. or Eds.) (Year). Title of issue [Special issue]. *Journal Name*, Issue (Volume).

--- Chen, H. (Ed.). (2005). Intelligence and security informatics [Özel sayı]. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 56(3).

DOI numarası olan elektronik makaleler

“DOI:” ifadesi kullanılmadan doğrudan link vererek (hyperlink) yazılmalıdır.

Chan, H. F., Guillot, M., Page, L. ve Torgler, B. (2015). The inner quality of an article: Will time tell? *Scientometrics*, 104: 19-41. 10.1007/s11192-015-1581-y

(Chan vd., 2015)

DOI numarası olmayan elektronik makaleler

Al, U. ve Soydal, İ. (2014). Kütüphan-e Türkiye Projesi: Halk kütüphanesi kullanım araştırması. *Türk Kütüphaneciliği*, 28, 288-307. <http://www.tk.org.tr/index.php/TK>

(Al ve Soydal, 2014)

Çınar, M., Doğan, D. ve Seferoğlu, S. S. (2015, Şubat). Eğitimde dijital araçlar: Google sınıf uygulaması üzerine bir değerlendirme [Öz]. *Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. <http://ab2015.anadolu.edu.tr/index.php?menu=5>

&submenu=27(Çınar vd., 2015)

Al, U., Sezen, U. ve Soydal, İ. (2012). Türkiye'nin bilimsel yayınlarının sosyal ağ analizi yöntemiyle değerlendirilmesi (Proje No. SOBAG 110K044). http://uvf.ulakbim.gov.tr/uvf/index.php?cwid=9&vtadi=TPRJ&ano=148763_5bfd45f7c15921f84b92a17425cbb301

(Al vd., 2012)

-Kaynak zaman içinde değişime uğramadıkça erişim tarihi eklenmez.

Bilgi mimarisi. (2014, 20 Aralık). *Vikipedi* içinde. Erişim adresi (8 Mayıs 2015):http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgi_mimarisi

Teknik raporlar ve araştırma raporları

Yazar, A. A. (1998). Çalışmanın başlığı (Rapor No. xxx). Yayıncı.

T.C. Kalkınma Bakanlığı, Bilgi Toplumu Dairesi. (2015). 2015-2018 Bilgi toplumu stratejisi ve eylem planı (Yayın No. 2939). <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yayinlar/Attachments/649/2015-2018%20Bilgi%20Toplumu%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1.pdf>

Türkiye Bilişim Derneği, Bilişim Kentleri Çalışma Grubu. (2013). Bilişim kentleri kılavuzu (5. sürüm). http://www.tbd.org.tr/usr_img/raporlar/BK-KILAVUZ-SON.pdf

Farmer, L. ve Stricevic, I. (2011). Using research to promote literacy and reading in libraries: Guidelines for librarians (IFLA Professional Report No.125). <http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/professionalreport/125.pdf>

Aslan, D., Vefikuluay, D., Zeyneloğlu, S., Erdost, T ve Temel, F. (2008). Ankara’da iki hemşirelik yüksekokulunun birinci ve dördüncü sınıflarında okuyan öğrencilerinin flört şiddetine maruz kalma, flört ilişkilerinde şiddet uygulama durumlarının ve bu konudaki görüşlerinin saptanması araştırması (Teknik rapor). http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/Sayfa/Dosya/flort_sidde.pdf

-Broşür:

Cedars-Sinai. (2015). Human papillomavirus (HPV) and oropharyngeal cancer [Brochure]. <https://www.cedars-sinai.org/content/dam/cedars-sinai/cancer/sub-clinical-areas/head-neck/documents/hpv-throat-cancer-brochure.pdf>

(Cedars-Sinai, 2015)

-Basın bülteni:

U.S. Food and Drug Administration. (2019, November 15). FDA approves first contact lens indicated to slow the progression of nearsightedness in children [Press release]. <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-approves-first-contact-lens-indicated-slow-progression-nearsightedness-children>

(U.S. Food and Drug Administration, 2019)

Veri Seti Referanslarının Gösterimi:

(bkz. <https://bit.ly/3ylo6xb>)

Açık kaynaklarda arşivlenmiş verilerin ikincil analizlerini yapmak veya mevcut çalışmada sunulacak kendi veriarşivinizin alıntıları için kullanılabilir:

O’Donohue, W. (2017). *Content analysis of undergraduate psychology textbooks* (ICPSR 21600; Version V1) [Data set]. ICPSR. <https://doi.org/10.3886/ICPSR36966.v1>

(O’Donohue, 2017)

Tanımlama Klavuzlarının Kullanımı:

(bkz. <https://bit.ly/3ycnV7f>)

American Psychiatric Association. (1980). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (3rd ed.).

(American Psychiatric Association, 1980)

World Health Organization. (2016). *International statistical classification of diseases and related health problems* (10th ed.). <https://icd.who.int/browse10/2016/en>

(World Health Organization, 2016)

Tüzel yazarlı ya da yazarı olmayan çalışmalar

Yazarı kuruluş, kurum, dernek gibi bir grup olan çalışmalar için yazar kısmında kuruluş/kurum/dernek adının kısaltması değil açık adı kullanılmalıdır.

TKD. (2014). [> değil >](#) Türk Kütüphaneciler Derneği. (2014).

OECD. (2010). [> değil >](#) Organisation for Economic Co-operation and Development. (2010).

Bilimsel toplantı ve sempozyumlar

(bkz. <https://bit.ly/3LIG4gK>)

Sunum, başlıktan sonra köşeli parantez içinde “[Konferans oturumu], [Bildiri sunumu], [Poster oturumu]...vb”tanımlarının biriyle açıklanabilir.

Evans, A. C., Jr., Garbarino, J., Bocanegra, E., Kinscherff, R. T., & Márquez-Greene, N. (2019, August 8– 11). *Gun violence: An event on the power of community* [Conference presentation]. APA 2019 Convention, Chicago, IL, United States. <https://convention.apa.org/2019-video>

(Evans et al., 2019)

Elektronik özet:

Çınar, M., Doğan, D. ve Seferoğlu, S. S. (2015, Şubat). *Eğitimde dijital araçlar: Google sınıf uygulaması üzerine bir değerlendirme* [Öz]. Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. <http://ab2015.anadolu.edu.tr /index.php?menu=5&submenu=27>

(Çınar vd., 2015)

Cacioppo, S. (2019, April 25–28). *Evolutionary theory of social connections: Past, present, and future* [Conference presentation abstract]. Ninety-ninth annual convention of the Western Psychological Association, Pasadena, CA, United States. <https://westernpsych.org/wp-content/uploads/2019/04/WPA-Program-2019-Final-2.pdf>

(Cacioppo, 2019)

Dergide/Kitapta yayınlanmış bildiri:

Dergi makaleleri ve editörlü kitaplarla aynı formatla yazılmalıdır:

Duckworth, A. L., Quirk, A., Gallop, R., Hoyle, R. H., Kelly, D. R., & Matthews, M. D. (2019). Cognitive and noncognitive predictors of success. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, USA, 116(47), 23499–23504. <https://doi.org/10.1073/pnas.1910510116>

(Duckworth vd., 2019)

Kushilevitz, E. ve Malkin, T. (Eds.). (2016). *Bilgisayar bilimlerinde ders notları: Cilt. 9562. Kriptografiteorisi*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-49096-9>

(Kushilevitz ve Malkin, 2016)

-Kitap bölümü:

Bedenel, A.-L., Jourdan, L., & Biernacki, C. (2019). Probability estimation by an adapted genetic algorithm in web insurance. In R. Battiti, M. Brunato, I. Kotsireas, & P. Pardalos (Eds.), *Lecture notes in computer science: Vol. 11353. Learning and intelligent optimization* (pp. 225–240). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05348-2_21

(Bedenel et al., 2019)

Tezlerin gösterilmesi

(bkz. <https://bit.ly/3MOoNCY>)

Küçükebe, M. (2008). *Batı ve Türk müziği üsluplarında anlam üretme aracı olarak kemanın sonolojik analizi* (Tez No. 1235) [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi. Ulusal Tez Merkezi].(Küçükebe, 2008)

Kabir, J. M. (2016). *Factors influencing customer satisfaction at a fast-food hamburger chain: The relationship between customer satisfaction and customer loyalty* (Publication No. 10169573) [Doctoral dissertation, Wilmington University]. ProQuest Dissertations & Theses Global.

(Kabir, 2016)

Miranda, C. (2019). *Exploring the lived experiences of foster youth who obtained graduate level degrees: Self-efficacy, resilience, and the impact on identity development* (Publication No. 27542827) [Doctoral dissertation, Pepperdine University]. PQDT Open. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/2309521814.html?FMT=AI>

(Miranda, 2019)

Yazarı belli olan gazete ve dergi yazıları için

(bkz. <https://bit.ly/3kEfMR0>)

Bruni, F. (2003, 26 Aralık). Pope pleads for end to terrorism and war. *New York Times*:21.(Bruni, 2003)

Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. *The Washington Post*.

Schwartz, F., & McBride, C. (2019, November 18). Trump administration says Israeli settlements aren't illegal. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/trump-administration-to-say-israeli-settlements-arent-illegal-11574104691>

Yalnızca internet yayını yapan gazeteler için aşağıdaki web sitesi kullanım biçimi kullanılır:

Ahmad, J., & Shalizi, H. (2019, November 19). U.S., Australian hostages freed by Afghan Taliban in swap. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-afghanistan-taliban/u-s-australian-hostages-freed-by-afghan-taliban-in-swap-idUSKBN1XT0GF>

Yazarı belli olmayan gazete ve dergi yazıları

The United States and the Americas: One History in Two Halves. (2003, 13 Aralık). *Economist*, 36.(United States and the Americas, 2003)

Strong afterchocks continue in California. (2003, 26 Aralık). *New York Times* [Ulusal Baskı]. s.23.(Strong aftershocks, 2003)

Web Sitesi

-Yazarı ve tarihi belli olan elektronik gazete ve dergi yazıları

Artun, A. (2013, 10 Eylül). Sanat tarihinin ilk kitabı. *e-skop sanat tarihi eleştiri*.

<http://www.e-skop.com/skopbulten/sanat-tarihinin-ilk-kitabi/1477> (Artun, 2013)

Giovanetti, F. (2019, November 16). Why we are so obsessed with personality types. *Medium*. <https://medium.com/the-business-of-wellness/why-we-are-so-obsessed-with-personality-types-577450f9aee9>

World Health Organization. (2018, May 24). *The top 10 causes of death*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>

-Yazarı belli olmayan elektronik gazete makaleleri

Bu acıları gördükten sonra, neleri kafaya takmışız diye gülüyorum. (2012, 18 Mart). *Milliyet Gazetesi*.

<http://www.milliyet.com.tr/pazar/bu-acilari-gordukten-sonra-neleri-kafaya-takmisiz-diye-guluyorum-1516722>

(“Bu acıları gördükten sonra”, 2012)

Australia fires: ‘Catastrophic’ alerts in South Australia and Victoria. (2019, November 11). <https://www.bbc.com/?news/?world-australia-50483410>

(“Australia fires,” 2019)

-Yazarı ve tarihi belli olmayan internet kaynakları

Hacettepe Üniversitesi. (t.y.). *Misyon, vizyon ve değerler*. <http://hacettepe.edu.tr/hakkinda/misyonvizyondegerler>

(Hacettepe Üniversitesi, t.y.)

U.S. Census Bureau. (n.d.). U.S. and world population clock. U.S. Department of Commerce.

Copyright © The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>

Retrieved January 9, 2020, from <https://www.census.gov/popclock/>

-Kişisel görüşme(röportaj)

Arşivlenen gazete/web sitesinde yayınlandıysa yukarıdaki biçimler kullanılabilir, bunun dışındaki kişisel görüşmelerde (yüz yüze, e-posta...vb.) aşağıdaki biçim örnekleriyle kullanılabilir (kaynakçada belirtilmesine gerek yoktur):

Another researcher stated that the results so far looked “very promising” (A. Smith, personal communication, July 15, 2015).

When contacted for comment, Johnson stated that the controversy was “absurd” (H. Johnson, email, March 5, 2019).

Members of the online community followed the controversy closely, with one user referring to it as a “media circus” (G. Richards, comment in a private Facebook group, April 25, 2018).

-İnternet mesaj panoları, elektronik mesajlaşma listeleri ve diğer çevrimiçi topluluklar

(bkz. <https://bit.ly/37gueek>)

Yazar, A. A. (Yıl, Gün Ay). *Postanın başlığı* [Biçim tanımı]. <http://xxxx>

Öztürk, O. (2015, 29 Mayıs). Yanıt: Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü’nü tercih edecek öğrenciler için genel bilgiler [Haber grubu yorumu]. <http://www.bbyhaber.com/bby/2012/07/22/bilgi-vebelge-yonetimi-bolumunu-tercih-edecek-ogrenciler-icin-genel-bilgiler/#comment-15752>

Yılmaz, D. (2010, 16 Mart). İntihal suç mu? [Blog yazısı]. <http://bilkentistan.blogspot.com.tr/2010/03/intihal-suc-mu.html>

Madran, O. (2015, 16 Nisan). BBY262 Web tasarımı dersi uygulaması [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=rfsQHHi3tPE>

Facebook

News From Science. (2019, June 21). *Are you a fan of astronomy? Enjoy reading about what scientists have discovered in our solar system—and beyond? This* [Image attached] [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/ScienceNOW/photos/a.117532185107/10156268057260108/?type=3&theater>

National Park Service. (n.d.). *Home* [Facebook page]. Facebook. Retrieved January 12, 2020, from <https://www.facebook.com/nationalparkservice/>

Instagram

Philadelphia Museum of Art [@philamuseum]. (2019, December 3). *“It’s always wonderful to walk in and see my work in a collection where it’s loved, and where people are* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B5oDnnNhOt4/>

National Geographic [@natgeo]. (n.d.). *IGTV* [Instagram profile]. Instagram. Retrieved December 8, 2019, from <https://www.instagram.com/natgeo/channel/>

LinkedIn

American Psychological Association. (2019, December 9). *Last month, APA joined more than 40 national and international psychology organizations to explore ways to collaborate and use psychological* [Thumbnail with link attached] [Post]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/american-psychological-association_how-psychologists-are-combating-climate-change-activity-6609801161937612800-GvdC

John Tyler Community College. (n.d.). *Home* [LinkedIn page]. LinkedIn. Retrieved January 9, 2020, from <https://www.linkedin.com/school/john-tyler-community-college/>

Online Forum (ekşi sözlük, reddit...vb.)

Little, J. [j450n_l]. (2018, December 12). *I'm the first person in the world with a neural-enabled prosthetic hand. Using an specialized prosthetic and a device implanted* [Online forum post]. Reddit.

https://www.reddit.com/r/AMA/comments/a5jxbe/im_the_first_person_in_the_world_with_a/

(Little, 2018)

haffy-1223. (2018, September 12). What do you think while on the launchpad about to launch? [Comment on the online forum post *I'm NASA astronaut Scott Tingle. Ask me anything about adjusting to being back on Earth after my first spaceflight!*]. Reddit. https://www.reddit.com/r/IAmA/comments/9fagqy/im_nasa_astronaut_scott_tingle_ask_me_anything/e5v0027/

Tiktok

Cook, P. [@chemteacherphil]. (2019, November 19). *Alkali salts get lit. #chemistry #chemteacherphil #scienceexperiments #foryou #jobforme #trend #featurethis #science #vibecheck* [Video]. TikTok. <https://vm.tiktok.com/xP1r1m>

(Cook, 2019)

Witherspoon, R. [@officialreasetiktok]. (n.d.). *vsco mom* [TikTok profile]. TikTok. Retrieved January 12, 2020, from <https://vm.tiktok.com/xS3B86>

(Witherspoon, n.d.)

Twitter

APA Databases [@APA_Databases]. (2019, September 5). *Help students avoid plagiarism and researchers navigate the publication process. More details available in the 7th edition @APA_Style table* [Image attached] [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/APA_Databases/status/1169644365452578823

Jordan, M. B. [@michaelb4jordan]. (n.d.). *Tweets & replies* [Twitter profile]. Twitter. Retrieved January 9, 2020, from https://twitter.com/michaelb4jordan/with_replies

Resmi Gazete

Başlık. (Yıl, Gün Ay). Resmi Gazete (Sayı: xxx). <http://xxxx>

Olağanüstü Hal Kapsamında Bazı Tedbirler Alınması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (2017, 6 Ocak). Resmi Gazete (Sayı: 29940 (Mükerrer)). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170106M1-1.htm>

(Olağanüstü Hal Kapsamında Bazı Tedbirler, 2017)

Popüler dergi yazısı

Semercioğlu, C. (2015, Haziran). Sıradanlığın rayihası. *Sabit Fikir*, 52, 38-39.

Çevrimiçi popüler dergi yazısı

Dempsey, L. (2006, Nisan). Libraries and the long tail: Some thoughts about libraries in a network age. *D-Lib Magazine*, 12(4). <http://www.dlib.org/dlib.html>

Değerlendirme ve eleştiriler

Değerlendiren, A. A. (2000). Değerlendirme yazısının başlığı [... başlıklı, A. A. Yazar kitabın değerlendirmesi]. Dergi adı, xx, xxx-xxx.

Değerlendirilen materyal türü (kitap, televizyon programı, sinema filmi vb.) köşeli parantez içerisinde belirtilir.

Schaefer, J. C. (2015). Must we burn Hitchcock? (Re)viewing trauma and effecting solidarity with the Birds (1963) [A. Hitchcock'un yapımcısı ve yönetmeni olduğu Birds filminin değerlendirmesi,

1963]. Quarterly Review of Film and Video, 32, 329-343. 10.1080/10509208.2015.999220

Stapleton, D. (2015, 21 Temmuz). Turning south [Telltale Games tarafından piyasaya sürülen Game of Thrones: Episode 5 adlı video oyununun değerlendirmesi]. <http://www.ign.com/games/game-of-thrones-episode-5/pc-20028656>

Sokolova, I. V. (2004). The power of gender biases [I. V. Sokolova tarafından “Why women are more susceptible to depression: An explanation for gender differences” başlıklı makaleye yapılan eleştiri]. <http://www.personalityresearch.org/papers/mule.html#sokolova>

Meta-analizde kullanılan kaynakların gösterimi

Bir meta-analizde kullanılan yayın sayısı 50 ve daha az ise kaynakçada verilir. Ancak bunun meta-analiz için kullanılan bir makale olduğunu belirtmek için başına “*” işareti konur; atıflarda “*” işareti kullanılmaya gerek yoktur.

*Yılmaz, A. (2009). Public policies and public library-emergent literacy relationship in the USA. Bilgi Dünyası, 10, 80-94. <http://www.bd.org.tr/>

(Yılmaz, 2009)

Genel yazım kuralı aşağıdaki gibidir:

Author name. (Year). *Image title* [Format]. Retrieved from URL or Museum, Location.

Eser sahibi soyadı, Adının ilk harfi. (Yıl). *Eser ismi* [Eser türü]. Hyperlink... /Müze ismi, Yer.

Bkz. <https://www.scribbr.com/apa-citation-generator/new/image/>

11. Metin dışı materyaller

Kullandığınız görseller hakkında aşağıdaki temel bilgiler dahil olmak üzere mümkün olduğunca fazla bilgi verilmelidir:

- Yaratıcının adı (yazar, sanatçı, fotoğrafçı vb.),
- Çalışmanın yayınlandığı veya oluşturulduğu tarih,
- İşin başlığı,
- Yayın yeri,
- Yayımcı,
- Malzeme türü (fotoğraflar, çizelgeler, çevrimiçi görüntüler için),
- Web sitesi adresi ve erişim tarihi,
- Eserin bulunduğu kurum veya müzenin adı (sanat eserleri ve müze sergileri için),
- İşin boyutları (sanat eserleri için)

11.1. Görsellere metin içinde atıf

Şekil yazılarında eserin özgün dildeki adını yazınız.

Basılı kaynaktaki (kitap, dergi...vb.) görsele atıf

Aşağıdaki örnekte şekil altı yazısı (*caption*) sanat eserinin reproduksiyonuna dair bilgiyi içermektedir. Kitaptaki şekil altı yazısı eser adını, sanatçıyı ve üretildiği tarihi vermektedir (kitapta üretim tarihi 1794/1824 olarak verilmesinin nedeni eserin 1794’te üretilmesi ve 1824’te sanatçı tarafından revize edilmiş olması nedeniyledir). Şekil altı yazısının sonunda ilgili görselin alındığı kitaba atıf yapılır.

Bu teknik *The Ancient of Days* eserinde görülebilir (bkz. Şekil 1).



Şekil 1. The Ancient of Days, W. Blake, 1794/1842 (Bell, 2007: 305)

(Müzede, galeride...vb.) Şahsen görülen bir görsele atf

Bosch, H. [c. 1482]. *The last judgement* [Triptych]. Brugge, Belçika: Groeningemuseum.

Sanatçı bilinmediğinde görsele atf

Eğer ele alınan eserin sanatçısı bilinmiyorsa, bu bilgiye şekil altı yazısında yer vermeyin. Şekil altı yazısının sonunda ilgili görselin alındığı kitaba atf yapılır.

Bu teknik *Menkaure ve Khamerenebty kraliyet heykeli* eserinde görülebilir (bkz. Şekil 2).



Şekil 2. Menkaure ve Khamerenebty kraliyet heykeli, c. 2470 BCE (Bell, 2007: 42)

Eser ismi/tarihi bilinmediğinde görsele atf

Tarih bilinmiyorsa “n.d./t.y.” ifadeleri; eser ismi bilinmiyorsa eser ismi yazılacak yere köşeli parantez içinde açıklama eklenebilir:

Google. (n.d.). [Google Maps map of Utrecht city center]. Retrieved January 10, 2020, from <https://goo.gl/maps/keKNQZHZTS7ticwb8>

Bir web sitesindeki görsele atf

Sıradaki örnekte metin içi atıfta görselin alındığı web sitesine referans verilir.

Thompson, M. (2020). *Canyon wren* [Photograph]. Flickr. <https://flic.kr/p/2icfzq4> Bu teknik *Androgyny*'de görülebilir (bkz. Şekil 3).



Şekil 3. *Androgyny*, N. Burson, 1982.

Sokak sanatındaki görsellere atf

Metin içi atıfta görselin alındığı kaynağa (örn. web sitesi) referans verilir. Grafiti örneği olarak *Sleeping Man*'e bakılabilir (bkz. Şekil 4).



Şekil 4. *Sleeping Man*, Blek Le Rat, 2008.

Sanatçısı bilinmeyen bir web sitesindeki görsele atf

Sıradaki örnekte hem sanatçı bilinmediği hem de web sitesinde sayfa olmadığı için metin içi atıfta bu iki bilgi verilmez.

Bu teknik *Chair of Reniseneb*'te görülebilir (bkz. Şekil 5).



Şekil 5. Chair of Reniseneb, ca. 1450 B.C.

11.2. Görsellerin kaynakçada gösterimi

Müze ya da sergi alanındaki Özgün Çizim/Resim/Heykel/Fotoğraf/vb. Yapıtlar

(bkz. <https://bit.ly/3vYuTtK>)

Sanatçı bilinmiyorsa eser adı ile başlayın. Yıl bilinmiyorsa tarih yok ibaresi için (t.y./n.d.) kısaltmasını kullanın. Müze:

Sanatçı. (Yıl). Eser Adı [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış İl/Eyalet.

Pratt, C. (1965). *Young girl with seashells* [Tuval üzerine yağlıboya]. Memorial University Art Gallery Permanent Collection, Corner Brook, NL.

van Gogh, V. (1889). *The starry night* [Painting]. The Museum of Modern Art, New York, NY, United States. https://www.moma.org/learn/moma_learning/vincent-van-gogh-the-starry-night-1889/

(van Gogh,

1889) Sanat Sergisi:

Design for eternity: Architectural models from the ancient Americas [Exhibition]. (2015–2016). The Met Fifth Avenue, New York, NY, United States. <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2015/design-for-eternity>

(Design for Eternity, 2015–2016)

Martinez, J.-L., & Douar, F. (2018–2019). *Archaeology goes graphic* [Exhibition]. The Louvre, Paris, France. <https://www.louvre.fr/en/expositions/archaeology-goes-graphic>

(Martinez & Douar, 2018–2019)

Bilgilendirici müze plakası:

[*Plaque with background information about American Gothic*]. (n.d.). Art Institute Chicago, Chicago, IL, United States.

Bir Sanat Veritabanında (örn. Artstor) yer alan görsel

APA’da genel olarak kaynakçada doğrudan web adresi kullanılmaz. Bu nedenle veritabanı adı veya

Copyright © The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication

Sanatçı. (Yıl). Eser Adı [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış Şehir. XXX (Veritabanı Adı) Veritabanı veya hyperlink:....

veritabanının web adresi ancak şu şekilde verilmelidir:

Landing of atlantic cable in Newfoundland, 1866 [Transparency, collodion on glass]. (1900). George Eastman House, Rochester, NY. ARTstor.

Bir kitaptaki reproduksiyon

Sanatçı. (Kitabın basım yılı). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış Şehir. Yazar/Editör adı içinde. *Kitap Adı* (sf. #). Yayıncı (Özgün eserin yılı).

Jacque, H. (2010). *Labrador black duck* [Clay tile]. Lawrence O'Brien Auditorium, Goose Bay, NL. In D. Brown, *Uncommon clay: The labradoria mural* (p. 18). St. John's, NL: Creative Publishing. (Original work 2009).

Basılı bir dergideki reproduksiyon

Sanatçı. (Yıl). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış Şehir. Yazar adı içinde. (Yıl). Makale adı, *Dergi adı*, cilt # (sayı #), sayfa #.

Carr, E. (1935). *Scorned as timber, beloved of the sky* [Oil on canvas]. Vancouver Art Gallery, Emily Carr Trust, Vancouver, BC. In S. R. Udall. Georgia O'Keeffe and Emily Carr. Health, nature and the creative process. *Women's Art Journal*, 27(1), 23.

Çevrimiçi bir dergideki reproduksiyon

DOI numarasını vermek yeterlidir. DOI numarası yoksa derginin web adresi verilir.

Sanatçı. (Yıl). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış Şehir. Yazar adı içinde. (Yıl). Makale adı, *Dergi adı*, cilt # (sayı #), sayfa #. Hyperlink...

Sherman, C. (1980, July/August). *Untitled film still #56* [Photograph]. Collection of M. Harron. In C. Townsend. Art as commodity as art. *Art Monthly* (368), 2. Retrieved from: <http://www.artmonthly.co.uk>

Bir web sitesindeki reproduksiyon

Eğer web sitesi için tarih bilgisi yoksa tarih yok ibaresi için (t.y.) kısaltmasını kullanın. Yazar bilgisi yoksa eserle başla ve ardından tarihi verin.

Sanatçı. (Yıl). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış İl/Eyalet. Web sayfası/döküman Yazar. (Yıl, Ay gün). Web sayfası /döküman adı. Hyperlink...

Shepherd, H. P. (1962). *Sunday morning* [Oil]. Collection of Memorial University of Newfoundland, St. John's, NL. The rooms. (n.d.). Retrieved from: <http://www.therooms.ca/artgallery/shepherds.asp>

Burson, N. (1982). *Androgyny* [Gelatin silver print]. J. Paul Getty Museum, Malibu, CA. Retrieved from: <http://www.getty.edu/art/collection/objects/296434/nancy-burson-androgyny-american-1982/>

Bir sokaktaki görseller

Sokak sanatına dair görseller de diğer görseller gibi Kaynakça'da şu şekilde verilmelidir:

Sanatçı. (Yıl). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış İl/Eyalet.

Graffiti için boyandığı sokak ve şehir ismi veriniz.

Blek Le Rat. (2008). *Sleeping Man* [Grafiti]. Leake street, London.

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/4c/Blek_le_Rat_-_Sleeping_man.jpg

11.3. Müzik notası: Kaynakça gösterimi ve metin içinde atıf

Temel olarak müzik notası kitaba benzerdir ve aşağıdaki biçimde gösterilir:

Besteci Soyadı, A. (Tarih). <i>Eser adı</i> . Yayıncı.
--

Hangi tür notanın (örn. vokal part veya orkestra partı) kullanıldığını belirtmek için parantez içinde daha fazla bilgi verilir:

Picker, T. (Composer), and McClatchy, J. D. (Librettist). (1995). *Emmeline: An opera in two acts* [Score and parts]. Mainz, Germany: Schott Helicon.

Metin içinde: (Picker ve McClatchy, 1995)

Eğer eski bir notanın yeniden basımı söz konusuysa özgün yayıncı hakkında bilgi verilmesine gerek yoktur ancak özgün basım tarihi verilmelidir:

Haydn, F. J. (2001). *The creation*. Mineola, Dover. (Original work published 1798) Metin içinde: (Haydn, 1798/2001)

Bazı bestecilerin eserleri katalog numaraları vardır ve bu numaralarda verilmelidir:

Mozart, W. A. (1970). *Die Zauberflöte* [The magic flute], K. 620 [Vocal score]. Becksche Verlagsbuchhandlung. (Original work published 1791)

Metin içinde: (Mozart, 1791/1970)

11.4. Görsel-işitsel kaynaklar: Kaynakça gösterimi ve metin içinde atıf

(bkz. https://bit.ly/384Avuw)

Televizyon programı

Serling, R. (Executive Producer). (1959–1964). *The twilight zone* [TV series]. Cayuga Productions; CBS Productions.

(Serling, 1959–1964)

Film

Alfredson, T. (Director). (2008). *Låt den rätte komma in* [Let the right one in] [Film]. Magnolia. (Alfredson, 2008)

Bir televizyon dizisinden tek bir bölüm

Favreau, J. (Writer), & Filoni, D. (Director). (2019, November 12). Chapter 1 (Season 1, Episode 1) [TV series episode]. In J. Favreau, D. Filoni, K. Kennedy, & C. Wilson (Executive Producers), *The Mandalorian*. Lucasfilm; Golem Creations.

Video

Akan, T. (Yönetmen). (2011). *Köy enstitüleri/Bir meçhul öğretmen* [DVD]. Tedarik edilebileceği adres: <http://www.dr.com.tr/>

Cuddy, A. (2012, June). *Your body language may shape who you are* [Video]. TED Conferences.

https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_shapes_who_you_are

Youtube

TED. (2019, November 13). The danger of AI is weirder than you think | Janelle Shane [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OhCzX0iLnOc>

Harvard University. (2019, August 28). *Soft robotic gripper for jellyfish* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=guRoWTYfxMs>

APA Publishing Training. (n.d.). *Home* [YouTube channel]. Retrieved February 20, 2020, from <https://www.youtube.com/user/PsycINFO/>

Müzik kaydı

Writer, A (Telif yılı). Parça adı [Sanatçı tarafından kaydedilmiştir]. Albüm adı içinde [Kayıt ortamı: CD, plak, kaset, vb.] Yer: Şirket adı. (Kayıt tarihi)

Iang, K.D. (2008). Shadow and the frame. On *Watershed* [CD]. Nonesuch Records. Metin içinde: "Shadow and the Frame" (Iang, 2008, track 10).

Görsel-İşitsel Transkript (Konuşma-Radyo-Podcast metin deşifreleri):

(bkz. <https://bit.ly/3MXCtMd>)

Konuşma

Bryan, W. J. (2010). *Against imperialism* [Speech transcript]. American Rhetoric. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/PDFFiles/William%20Jennings%20Bryan%20-%20Imperialism.pdf> (Original work published 1900)

Podcast

Cornish, A. (Host). (2017, May 17). This simple puzzle test sealed the fate of immigrants at Ellis Island [Audio podcast transcript]. In *All things considered*. NPR. <http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId=528813842>

Radyo

Mottram, L. (2020, January 8). *Hazard reduction burning is not a panacea to bushfire risk: Expert* [Radio broadcast transcript]. ABC. <https://www.abc.net.au/radio/programs/pm/thinned-forests-can-be-more-prone-to-fire,-expert-says/11853280>

Online Ders

(bkz. <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples/online-course-references>)

Jackson, M. O., Leyton-Brown, K., & Shoham, Y. (n.d.). *Game theory* [MOOC]. Coursera. <https://www.coursera.org/learn/game-theory-1> (Jackson et al., n.d.)

Bölüm:

Tangen, J. (2016). Episode 2: I heard a tapping somewhat louder than before [MOOC lecture]. In E. MacKenzie, J. Tangen, & M. Thompson, *The science of everyday thinking*. edX. <https://www.edx.org/course/the-science-of-everyday-thinking> (Tangen, 2016)

Slayt:

Jones, J. (2016, March 23). *Guided reading: Making the most of it* [PowerPoint slides]. SlideShare. <https://www.slideshare.net/hellojenjones/guided-reading-making-the-most-of-it>

Belirli bir sınıfın websitesinden slayt (Sakai, Canvas...vb. ile):

Mack, R., & Spake, G. (2018). *Citing open source images and formatting references for presentations* [PowerPoint slides]. Canvas@FNU. <https://fnu.onelogin.com/login>

Podcast /Radyo yayını

Radyo ODTÜ (Yapımcı). (2015, 13 Nisan). *Modern sabahlar* [Podcast]. <http://www.radyoodtu.com.tr/>

Mottram, L. (2020, January 8). *Hazard reduction burning is not a panacea to bushfire risk: Expert* [Radio broadcast]. ABC. <https://www.abc.net.au/radio/programs/pm/thinned-forests-can-be-more-prone-to-fire,-expert-says/11853280>

12. Kaynakça ile göndermelerin uyumu

Metin içerisinde gönderme yapılan her kaynak kaynakçada yer almalı, kaynakçada yer alan her kaynağa da metin içerisinde mutlaka gönderme yapılmış olmalıdır.

Göndermedeki yazar adı ve tarih bilgisi kaynakçadaki yazar adı ve tarih bilgisi ile birebir aynı olmalıdır.

İncil ve Kur'an gibi klasik yapıtlara ve kişisel iletişimlere metin içerisinde gönderme yapılması yeterlidir, ayrıca kaynakçada belirtmeye gerek yoktur.

13. Sayfa düzeni

Üst 2,5 cm / Alt 2,5 cm / Sol 2,5 cm / Sağ 2,5 cm / Cilt Payı 0 cm olmalıdır.

Sayfa Aralığı Önce 0 nk / Sonra 0 nk / Satır Aralığı Tek olmalıdır.

CONTACT US

EDITOR

Prof. Dr. Deniz YENGİN

E-MAIL

tojdac@gmail.com

ADDRESS

Çanakkale Onsekiz Mart University

e-mail: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac>