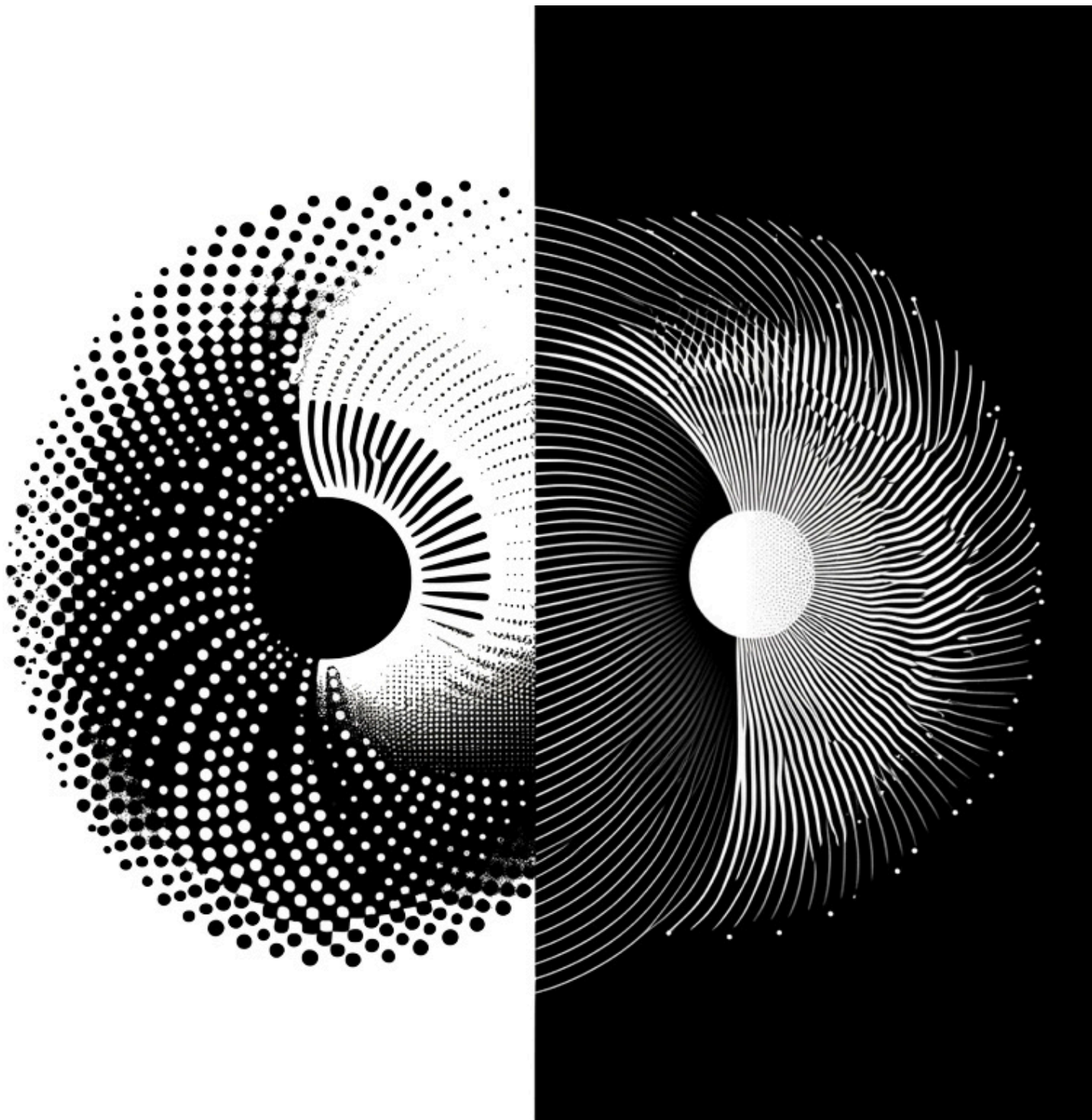


JCSR

**Journal
of
Communication
Science
Researches**



ISSN: 2757-8496



**Journal
of
Communication
Science
Researches**

MAY 2025

Volume 5 – Issue 2

ISSN: 2757-8496

Editor

Assoc. Prof. Dr. Tamer BAYRAK

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

**ABOUT JCSR
(ISSN: 2757-8496)**

Focus and Scope

Journal of Communication Science Researches aims to open up to the world under the guidance of science, reach the society it is in, and to publish scientific articles of the essence in accordance with international publishing principles in order to lead their changing and developing demands. Journal of Communication Science Research accepts articles in the field of social sciences. Journal of Communication Science Researches is a peer-reviewed periodical publication and has been published since 2021.

Journal of Communication Science Researches (JCSR) is based on social sciences and scientific researches in journalism and media studies, visual communication design, public relations, cinema, political science, communication studies, social psychology, sociology, linguistics, communication sociology, communication systems, communication psychology, history of communication, interpersonal communication, mass communication, intercultural communication, political communication works are accepted and published within the scope of scientific studies in the fields of international communication and new communication technologies, applied communication and related social sciences are accepted and published.

Journal of Communication Science Researches is a refereed and scientific journal published four times a year in print and electronically. Original theoretical and / or experimental work, articles in which various scientific research methods are applied are accepted. The editorial board of Journal of Communication Science Researches is authorized to accept or not to accept articles upon the evaluation of national and international experts.

INDEX

Crossref / Asos Index / Zenodo / Acar Index / Academindex / EuroPub

Publisher

Gamework Bilişim San. ve Tic. Ltd. şti, Türkiye

Article Types

Review: Comprehensive review of scientific studies on a particular subject, up to recently.

Research Article: An article written in a scientific format presenting original research and results.

Theoretical and Theoretical Articles: An article prepared on a theoretical level that will contribute to the related discipline.

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the intihal.net or/and iThenticate program.

Publishing Period

Journal of Communication Science Researches is published 3 times a year, January, May and September. Articles are not accepted for a certain number of journals. Authors can submit their article at any time. The articles whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

JCSR adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access. In addition to this, JCSR is licensed by Creative Commons with CC-BY-NC-ND 4.0.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to JCSR, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research are among the authors are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a)Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in a manner that is appropriate and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b)Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c)Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations that are supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repetition of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

e)Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f)Authorship: The inclusion of people who do not contribute to the research or not to include the people who have contributed is considered within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Ethics Committee Approval

“Ethics Committee Approval” is required for the following researches. An approved “Ethics Committee Approval” must be obtained from the institution where the author of the article is located. The researches requiring the Ethics Committee’s approval are as follows:

– Any researches carried out with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group work, observation, experiment, interview

techniques,

- Use of humans and animals (including material / data) for experimental or other scientific purposes,
- Clinical researches on humans,
- Researches on animals,
- Retrospective studies in accordance with the law of protection of personal data,

Also;

- Stating that the “informed consent form” was taken in the case reports,
- Obtaining and specifying the permission of the owners for the use of scale, questionnaire and photos belonging to others,
- Stating that copyright regulations are obeyed for the ideas and works of art used.

“Ethics Committee Permission” should be stated in these articles. The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Plagiarism Policy

All submitted articles must go through plagiarism check screening and are checked through iThenticate and / or Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software). Based on this report, articles with a plagiarism rate not exceeding at least 20% can be published. Articles with a plagiarism rate above this are definitely not published. Articles with a plagiarism rate below 20% may require updates depending on the referee opinions.

Copyright

Copyright aims to protect the specific way the article has been written to describe scientific research in detail. It is claimed that this is necessary in order to protect author’s rights, and to regulate permissions for reprints or other use of the published research. JCSR have a copyright form which is required authors to sign over all of the rights when their article is ready for publication. All site content, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Common Attribution Licence. (CC-BY-NC 4.0)

The author gives his rights to the journal by signing the copyright transfer form. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application; responsibility for technical content and for protection of proprietary material rests solely with the author(s) and their organizations and is not the responsibility of the JCSR or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the responsibility of the author to obtain all necessary copyright release permissions for the use of any copyrighted materials in the manuscript prior to the submission.

What are my rights as author?

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. JCSR’s standard policies allow the following re-use rights

The journal allows the author(s) to use the articles without copyright restrictions.

You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes.

You may not post the published article on a website without permission from JCSR.

Call For Papers

JCSR will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to “social sciences”.

Main Topics of JCSR

Journalism and media studies

Visual communication design

Public relations

Cinema

Political Science
Communication studies
Social psychology
Sociology
Linguistics studies
Communication sociology
Communication systems
Communication psychology
Communication history
Interpersonal communication
Interpersonal communication
Interpersonal communication
Intercultural communication
Political communication
New communication technologies
Applied communication
Communication sciences
Digital culture
Communication studies
Advertising
Distance Learning
Radio, television and cinema

Publication Language of JCSR

Turkish and English

Article Submission

Articles are accepted only through Dergipark.

Contact

Gamework Bilişim San. ve Tic. Ltd. Şti, Türkiye

İstanbul – Türkiye

e-mail: ibadergi@gmail.com

Journal of Communication Science Researches - JCSR
ISSN: 2757-8496

EDITOR / PUBLISHER

Assoc. Prof. Dr. Tamer Bayrak, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye

CO-EDITOR

Eda Erdem, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Hasan Saygın (İstanbul Aydın University)
Prof. Dr. Cem Sefa Sütçü (Marmara University)
Prof. Dr. Okan Ormanlı (İstanbul Kültür University)
Prof. Dr. Suat Gezgin (Yeditepe University)
Prof. Dr. Aykut Arıkan (Türkisch-Deutsche Universität)
Prof. Dr. And Algül (Üsküdar University)
Prof. Dr. Tolga Kara (Marmara University)

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Aysel Aziz, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Türkiye, aysel.aziz@yeniyuzyil.edu.tr
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. Nazife Güngör, Üsküdar University, Türkiye, nazifegungor@gmail.com
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, İstanbul University, Türkiye, ntimisi@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Hasan Saygın, İstanbul Aydın University, Türkiye, hasansaygin@aydin.edu.tr
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, İstanbul University, Türkiye, gezgin@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Türkiye, cemsutcu@yahoo.com
Prof. Dr. Emel Karayel Bilbil, Marmara University, Türkiye
Prof. Dr. Ceyhan Kandemir, İstanbul University, Türkiye
Prof. Dr. Güven Necati Büyükbaykal, İstanbul University, Türkiye
Prof. Dr. Nesrin Özdemir Dönmez, Marmara University, Türkiye
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 Aydın University, Türkiye, ormanliokan.iku@gmail.com
Prof. Dr. İncilay Cangöz, Anadolu University, Türkiye, icangoz@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Banu Manav, İstanbul Ayyansaray University, Türkiye, manav.banu@gmail.com
Prof. Dr. And Algül, Üsküdar University, Türkiye, algul_a@yahoo.com
Prof. Dr. Murat Akser, Ulster University, North Ireland, m.akser@ulster.ac.uk
Prof. Dr. Barış Atiker, Bahçeşehir University, Türkiye, barisatiker@gmail.com
Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel, Anadolu University, Türkiye
Prof. Dr. Ezgi Öykü Yıldız, İstanbul Kültür University, Türkiye, e.yildiz@iku.edu.tr
Prof. Dr. Önder Yağmur, Atatürk University, Türkiye, oyagmur@atauni.edu.tr
Prof. Dr. Arif Can Güngör, İstanbul Aydın University, Türkiye, acangungor@aydin.edu.tr
Prof. Dr. Derya Elmalı Şen, Karadeniz Teknik University, Türkiye, d_elmalı@ktu.edu.tr
Prof. Dr. Selvihan Kılıç Ateş, Balıkesir University, Türkiye, selvihan@balikesir.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. D. Alper Altunay, Anadolu, Türkiye, aaltunay@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Emine Köseoğlu, Fatih Sultan Mehmet Vakıf University, Türkiye,
koseogluemine@gmail.com

Prof. Dr. Ebru Okuyucu, Afyon Kocatepe University, Türkiye, ebruokuyucu@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Can Karagülle, Bolu İzzet Baysal University, Türkiye, karagulle_c@ibu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Nuran Öze, Arkın 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. Dilek Tunalı, 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. Hikmet Eldek Güner, Erciyes University, Türkiye, hikmeteldek@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Emine Saka Akın, Bozok University, Türkiye, sakin7@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Yeliz Kuşay, Marmara University, Türkiye, ykusay@marmara.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. Zuhale Akbayır, Marmara University, Türkiye, zuhal.akbayir@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. Ayşegül Akaydın 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. Tuğba Andaç Güzel, Kayseri University, Türkiye, tugbaandacguzel@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Yelda Yanat Bağcı, Hasan Kalyoncu University, Türkiye, yeldayanat@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Ahmet İlker Ceyhan, İstanbul Kent University, Türkiye, ilkercyhan@gmail.com

Assoc. Prof. Ebru Çatalakaya Gök, Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar University, Türkiye,
ebruogok@mgu.edu.tr

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. Nizam Orçun Önal, Erciyes University, Türkiye, nizamorcunonal@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Şenay Sayın Alsan, İstanbul Aiyvansaray University, Türkiye,
senayalsan@topkapi.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Merve Aydoğdu Çelik, Tekirdağ Namık Kemal University, Türkiye,
maydogdu@nku.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Zuhale Demir, Trakya University, Türkiye, zuhaldemir@trakya.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Berk Çaycı, İstanbul Ticaret University, Türkiye, bcayci@ticaret.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Gökmen Karadağ, İstanbul Aydın University, Türkiye, gokmenkaradag@aydin.edu.tr

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. Sarp Bağcan, İstanbul Gelişim University, Türkiye, bagcansarp@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Özge İslamoğlu, Karadeniz Teknik University, Türkiye, ozgesever@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. İlke İlter Güven, Dokuz Eylül University, Türkiye, ilke.ilter@deu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Filiz Bilgin Ülken, Mersin University, Türkiye, filizbilgin77@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Servet Senem Uğurlu, Mimar Sinan University, Türkiye, senem-
ugurlu@windowslive.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. Evin Eriş, Branderburg University, Germany, erisevin@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Sevdal Emlak, İzmir Demokrasi University, Türkiye, sevdal.emlak@idu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Betül Yazar Koçer, Mersin University, Türkiye, betulyazar@mersin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Hülya Demir, Ondokuz Mayıs University, Türkiye, hulya.demir@omu.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Koray Sevindi, İstanbul Medeniyet University, Türkiye, koraysevindi@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Selin Kiraz Demir, Amasya University, Türkiye, kirazselin@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. K. Pınar Kırık Aydemir, Abant İzzet Baysal University, Türkiye, mimar844@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Zeynep Biricik, Atatürk University, Türkiye, zeynepd@atauni.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Özdemir, Ankara University, Türkiye, mehmet255@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Fırat Ata, Hatay Mustafa Kemal University, Türkiye, firatata47@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Müge Öztunç, İstanbul Aydın University, Türkiye, mugeoztunc@aydin.edu.tr
Assoc. Prof. Dr. Ramazan Çelik, Trakya University, Türkiye, ramazancelik23@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Firdevs Kulak Torun, Atatürk University, Türkiye, firdevskulaktorun@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Orhun Türker, Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye, turkerorhun@gmail.com
Assoc. Prof. Dr. Aziz Tamer Güler, İstanbul Topkapı University, Türkiye, tamerguler@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Zübeyir Özçelik, Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye, zubeyir_ozcelik@hotmail.com
Assoc. Prof. Dr. Ahmet Güneş, Sivas Cumhuriyet University, Türkiye, ahmetgunes5050@gmail.com

Assist. Prof. Dr. Merve Kaaraoğlu Can, Kütahya Dumlupınar University, Türkiye, mervekaraogluacan@gmail.com
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. Dilek Karaaziz Şener, Hacettepe University, Türkiye, dsener@hacettepe.edu.tr
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, Gazi University, Türkiye, alpago_25@hotmail.com
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. 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, Fatih Sultan Mehmet Vakıf 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. Özlem Kurt Çavuş, Eskişehir Technical University, Türkiye, ozlemkurt@eskisehir.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Mustafa Hikmet Aydingüler, 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. Dilara 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, Türkiye, hcanozyurt@gmail.com
Assist. Prof. Dr. Hatice Server Kesdi, Eskişehir Osmangazi University, Türkiye, hatice.kesdi@ogu.edu.tr
Assist. Prof. Şükrü Azizi, Bitlis Eren University, Türkiye, sazizi@beu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Ali Çakır, Kastamonu University, Türkiye, alicakir@kastamonu.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Nihal Acar, Sivas Cumhuriyet University, nihalacar@cumhuriyet.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Deniz Kurtyılmaz, Giresun University, deniz.kurtyilmaz@giresun.edu.tr
Assist. Prof. Dr. Mahmut Kutlu, Niğde Ömer Halisdemir University, mahmudsami3@hotmail.com
Dr. Rahime Özgün Kehya, Kafkas University, Türkiye, ozgunkehya@gmail.com
Dr. İbrahim Emre Günay, Yıldız Teknik University, Türkiye, ibrahimemregunay@gmail.com
Dr. İrem Yenicele Kortak, İstanbul Arel University, Türkiye, iremynclr@gmail.com
Dr. Erdem Varol, Marmara University, Türkiye, erdemvarol355@gmail.com
Dr. Aslı Taş, Taghinezhad Nourian, Erzurum Teknik University, Türkiye, asli.tas@erzurum.edu.tr
Dr. Kıymet Sancar Özyavuz, Karadeniz Teknik University, Türkiye, ksancar@ktu.edu.tr
Dr. Erdi Demir, Akdeniz University, Türkiye, edemir.akdeniz@gmail.com
Dr. Doğan Can Hatunoğlu, Atılım University, Türkiye, can.hatunoglu@atilim.edu.tr
Dr. Sinan Avinal, Mimar Sinan University, Türkiye, sinan.avinal@msgsu.edu.tr
Dr. Gökhan Evecen, Akdeniz University, Türkiye, gokhanevecen@gmail.com
Dr. Hacı Mehmet Boyraz, İstanbul Medipol University, Türkiye, boyrazhacimehmet@gmail.com
Dr. Özkan Avcı, Bartın University, Türkiye, drozkanavci@gmail.com
Dr. Emre Ertürk, Kastamonu University, Türkiye, emreerturk@kastamonu.edu.tr
Dr. Öznur Nalçinkaya, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye, oznur.nalcinkaya@hbv.edu.tr
Dr. Hasan Yurdakul, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye, hasanyurdakull@hotmail.com
Dr. Esra Bostan, İstanbul Arel University, Türkiye, esrabostan@arel.edu.tr

LANGUAGE EDITORS

Assist.Prof.Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Eda Erdem, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye, edardm7@gmail.com

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

IMPORTANT: The opinions and responsibilities expressed in the journal belong to the authors. All content in the published works cannot be used without proper citation. All articles are academically checked for plagiarism using *iThenticate and intihal.net* programs.

Editörün Mesajı

Sevgili JCSR Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 5, Sayı 2 yayınlamızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 12 yazarın 8 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşlerinizi paylaşmak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere JCSR Sekreterliği ibadergi@gmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Editör

Doç. Dr. Tamer BAYRAK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
İletişim Fakültesi
17100-Çanakkale TÜRKİYE
E-mail: ibadergi@gmail.com
URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ibadergi>

Editor's Message

Greetings Dear readers of JCSR,

We are happy to announce to you that our Volume 5, Issue 2 has been published. There are 8 articles from 12 authors published in this current issue.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, please contact JCSR Secretariat at the below address or e-mail us to ibadergi@gmail.com.

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

Editor

Assoc. Prof. Dr. Tamer BAYRAK

Çanakkale Onsekiz Mart University
Faculty of Communication
17100-Çanakkale TÜRKİYE
E-mail: ibadergi@gmail.com
URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ibadergi>

TABLE OF CONTENTS
May 2025 Volume 5 Issue 2

RESEARCH ARTICLES

<i>A STUDY ON SCIENTIFIC RESEARCH AND METHODS</i> <i>AHMET L. ORKAN</i> <i>SERRA ORKAN</i>	63
<i>AS AN EXAMPLE OF DIGITAL FOOTPRINT LINKED TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE; ELLA</i> <i>FATMA BOZTAŞ</i> <i>GÜLENAY PINARBAŞI</i>	78
<i>A LITERATURE REVIEW IN THE CONTEXT OF OSTENTATIOUS CONSUMPTION</i> <i>MEHMET KARDAŞ</i> <i>HICRAN ÖZLEM ILGIN</i>	97
<i>HER AND CHATBOTS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SEARCH FOR MEANING AND THE NEED FOR COMMUNICATION</i> <i>NIHAL AĞIRBAŞ SARIKAYA</i>	97
<i>COMMUNICATION WITH FOREIGN PATIENTS IN THE CONTEXT OF HEALTH TOURISM</i> <i>OKAN BİLGİN</i>	125
<i>HERITAGE FROM PAINTING TO PHOTOGRAPHY: CONTRIBUTIONS OF BOTTICELLI, CARAVAGGIO AND REMBRANDT TO THE ART OF PHOTOGRAPHY</i> <i>ONUR SAYIN</i>	144
<i>EVALUATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION WITHIN THE FRAMEWORK OF SOCIAL AND EMOTIONAL LONELINESS: THE CASE OF GENERATION Z'S PROBLEMATIC INSTAGRAM USE</i> <i>YUNUS EMRE ÖKSÜZ</i> <i>GÖZDE MASATCIOĞLU</i>	161

COMPILATION

<i>DIGITAL TRANSFORMATION AND TECHNOLOGY IN EDUCATION COMMUNICATION</i> <i>TAYLAN MARAL</i>	173
--	-----

İÇİNDEKİLER
Mayıs 2025 Cilt 5 Sayı 2

ARAŞTIRMA MAKALELERİ

<i>BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YÖNTEMLER ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA</i> <i>AHMET L. ORKAN</i> <i>SERRA ORKAN</i>	63
<i>YAPAY ZEKÂ İLE BAĞLANTILI DİJİTAL AYAK İZİ ÖRNEĞİ OLARAK; ELLA</i> <i>FATMA BOZTAŞ</i> <i>GÜLENAY PINARBAŞI</i>	78
<i>GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM BAĞLAMINDA BİR LİTERATÜR TARAMASI</i> <i>MEHMET KARDAŞ</i> <i>HICRAN ÖZLEM ILGIN</i>	97
<i>HER (AŞK) FİLMİ VE CHATBOT'LAR: ANLAM ARAYIŞI VE İLETİŞİM İHTİYACI</i> <i>ÜZERİNE BİR GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEME</i> <i>NİHAL AĞIRBAŞ SARIKAYA</i>	97
<i>SAĞLIK TURİZMİ BAĞLAMINDA YABANCI HASTALARLA İLETİŞİM</i> <i>OKAN BİLGİN</i>	125
<i>RESİMDEN FOTOĞRAFA MİRAS: BOTTICELLI, CARAVAGGIO VE</i> <i>REMBRANDT'IN FOTOĞRAF SANATINA KATKILARI</i> <i>ONUR SAYIN</i>	144
<i>SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SOSYAL VE DUYGUSAL YALNIZLIK</i> <i>ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ: Z KUŞAĞININ PROBLEMLİ</i> <i>INSTAGRAM KULLANIMI ÖRNEĞİ</i> <i>YUNUS EMRE ÖKSÜZ</i> <i>GÖZDE MASATCIOĞLU</i>	161

DERLEME

<i>EĞİTİM İLETİŞİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE TEKNOLOJİ</i> <i>TAYLAN MARAL</i>	173
--	-----

**DOI Numbers of JCSR
May 2025 Volume 5 Issue 2**

RESEARCH ARTICLES

A STUDY ON SCIENTIFIC RESEARCH AND METHODS

AHMET L. ORKAN

SERRA ORKAN

10.5281/zenodo.15183385

*AS AN EXAMPLE OF DIGITAL FOOTPRINT LINKED TO ARTIFICIAL
INTELLIGENCE; ELLA*

FATMA BOZTAŞ

GÜLENAY PINARBAŞI

10.5281/zenodo.15184057

*A LITERATURE REVIEW IN THE CONTEXT OF OSTENTATIOUS
CONSUMPTION*

MEHMET KARDAŞ

HICRAN ÖZLEM ILGIN.

10.5281/zenodo.15185344

*HER AND CHATBOTS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SEARCH FOR MEANING
AND THE NEED FOR COMMUNICATION*

NIHAL AĞIRBAŞ SARIKAYA

10.5281/zenodo.15185531

*COMMUNICATION WITH FOREIGN PATIENTS IN THE CONTEXT OF HEALTH
TOURISM*

OKAN BİLGİN

10.5281/zenodo.15185799

*HERITAGE FROM PAINTING TO PHOTOGRAPHY: CONTRIBUTIONS OF
BOTTICELLI, CARAVAGGIO AND REMBRANDT TO THE ART OF
PHOTOGRAPHY*

ONUR SAYIN

10.5281/zenodo.15187355

*EVALUATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION WITHIN THE FRAMEWORK OF
SOCIAL AND EMOTIONAL LONELINESS: THE CASE OF GENERATION Z'S
PROBLEMATIC INSTAGRAM USE*

YUNUS EMRE ÖKSÜZ

GÖZDE MASATCIOĞLU

10.5281/zenodo.15187751

COMPILATION

*DIGITAL TRANSFORMATION AND TECHNOLOGY IN EDUCATION
COMMUNICATION*

TAYLAN MARAL

10.5281/zenodo.1518812

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YÖNTEMLER ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA***A STUDY ON SCIENTIFIC RESEARCH AND METHODS***Ahmet L. ORKAN¹Serra ORKAN²ORCID: A.L.O. 0009-0008-8334-3610
S.O. 0000-0003-0214-7877

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Ahmet Lütfi Orkan

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

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

¹ Serra Orkan

İstanbul Okan Üniversitesi, Türkiye

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

Received/Geliş tarihi: 20.01.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %8

Last revision received/Son revizyon teslimi:
08.04.2025

Accepted/Kabul tarihi: 24.02.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
There is no element in the study that requires ethics committee approval. / Çalışmada etik kurul onayı gerektiren bir unsur bulunmamaktadır.**Citation/Atıf:** Orkan, A. L. & Orkan, S. (2025).
Bilimsel Araştırma ve Yöntemler Üzerine Bir
Çalışma Journal of Communication Science
Researches, 5 (2), 63-77.<https://doi.org/10.5281/zenodo.15183385>**Öz**

Bilimsel araştırmalarda yöntem konusu oldukça önemlidir. Bu makalede öncelikle bilimsel araştırma ile ilgili kavramsal çerçeve ve sosyal bilimlerde araştırma süreci açıklanmıştır. Bilimsel veri toplama ve analiz sürecinden bahsedilmiş ve yöntemler ile ilgili genellemelere değinilmiştir. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin geniş perspektiften değerlendirilmesi amaçlananlar arasındadır. Başlıklar da araştırma mesajını temsil ettikleri için oldukça önemli görülmektedir. Bu sebeple çalışmanın araştırma kısmında yüksek öğretim kurumu web sitesi üzerinden doktora tezleri başlıklarına göre taranmıştır. Böylelikle başlıkta nitel, nicel, karma yöntem gibi ifadeler belirtilen tezlerle ulaşılmıştır. Tezler; sağlık bilimleri, sosyal bilimler ve fen bilimleri şeklinde sınıflandırılmıştır. Çalışma 2020 senesi itibarıyla tamamlanmış doktora tezlerini içermektedir. Başlıkta kullanılan yöntem en fazla sosyal bilimler alanında belirtilmiştir. Ayrıca nicel araştırma yönteminin genel olarak başlıklarda az sayıda belirtildiği ortaya çıkmıştır. Başlıkta yöntem belirten en fazla çalışma sayısına ise 2023 senesinde ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilimler, Bilimsel Araştırma, Nitel, Nicel, Yöntem.**Abstract**

Methodology is very important in scientific research. In this article, firstly the conceptual framework of scientific research and the research process in social sciences are explained. The process of scientific data collection and analysis is mentioned and generalisations about the methods are mentioned. A broad perspective on qualitative and quantitative research methods is among the objectives. Titles are also important as they represent the research message. For this reason in the research part of the study, doctoral theses were scanned according to their titles on the website of the council of higher education. In this way, theses with expressions such as qualitative, quantitative, mixed method in the title were reached. Theses were categorised as health sciences, social sciences and natural sciences. The study includes doctoral theses completed as of 2020. The method used in the title was mostly specified in the field of social sciences. In addition, it was found that the quantitative research method was mentioned in a small number of titles. The maximum number of studies indicating the method in the title was reached in 2023.

Keywords: Social Sciences, Scientific Research, Qualitative, Quantitative, Method.

GİRİŞ

Karmaşılaşan toplum yapısında giderek daha fazla bilimsel araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Toplumbilimin yani sosyolojinin bir bilim olarak gelişme göstermesi neticesinde toplumbilimsel araştırmalar da giderek popülerlik kazanmışlardır. Bu bağlamda araştırma yöntem ve teknikleri olarak da bilinen yöntembilimi ilgilendiren iki temel konu “iletişim” ve “istatistik” olarak öne çıkmaktadır. Her ikisi için de araştırmanın çıkarımları düşünülecek olursa, araştırmacının süreç boyunca dikkatli olması beklenmektedir (Aziz, 2022, ss. 13-15).

Genel olarak bilimsel araştırma, yöntem ve türleri ile ilgili yapılmış çok sayıda çalışma vardır. Ancak günümüzde araştırma yöntemleri halen karmaşık bir konu olarak görülmektedir. Geçmiş yıllardan itibaren bilimsel araştırmalara bakıldığında, yöntem konusunda yapılan çalışmalarda yöntem dili ve konumlandırma ile ilgili güçlükler göze çarpmaktadır (Coşkun, 2023, s. 189). Bu çalışma da öncelikle bilimsel araştırmanın anlaşılır olmasına katkıda bulunmak amacıyla yazılmıştır. Kavram olarak bilimin ve bilimsel araştırmanın tarih içerisinde nasıl derinlik kazandığı aktarılmakta, sosyal bilimler özelinde araştırmanın “varsayım, sezgi, buluş, analiz” kavramlarından yola çıkılarak bilimsel araştırmanın temel prensiplerinin anlaşılması amaçlanmaktadır. Veri toplama ve veri analiz süreçlerine hem nitel hem de nicel yöntem özelinde değinilmektedir. Farklı tanımlama ve yorumlamalara yer verilerek geçmişten günümüze, yakın gelecek de düşünülerek “bilimsel araştırma yöntemleri” başlığı altında bir değerlendirme yapılmaktadır. Girtler (aktaran Keskin, 2017, s. 440) başarılı bir çalışma için hem güncel bir düzleme hem de tarihsel derinliğe ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Bu sebeple çalışmada tarih içerisinde yer alan, tamamlayıcı bilimsel araştırma verilerinden yola çıkılmaktadır.

Araştırma verileri kendi içlerinde türlere ayrılmaktadır. Nitel ve nicel olmak üzere iki kategoriye ayrılan veriler eşit aralıklı ve ölçülebilir ise “nicel veri” olarak adlandırılmakta, nicel veriler de kendi içlerinde “sürekli” ya da “kesikli” şeklinde ayrılmaktadır (Gürsakar, 2019, s. 2). Nitel yani kategorik veriler ise; “sıralayıcı” ya da “sınıflayıcı” şeklinde açıklanabilmektedir. Çalışmanın nicel araştırma kısmında YÖK tez merkezi veri tabanından yararlanılarak 2020, 2021, 2022, 2023 ve 2024 yılı haziran ayı ortasına kadar olan doktora tezleri başlıklarında kullanılan araştırma türüne ve sayısına göre incelenmiştir. Sosyal bilimler, fen bilimleri ve sağlık bilimleri şeklinde sınıflandırılan tezlerin, başlıkta hangi bilim alanında daha fazla yöntem belirttiği, hangi yılda daha toplamda daha fazla yöntem belirten tez olduğu araştırma sorularına da yanıt aranmaktadır. Ayrıca belirtilen tarih aralığında toplamda hangi yöntem türünün başlıkta belirtildiği sorusuna da cevap aranmıştır. Araştırmanın daha bilinçli ve geniş kapsamlı olduğundan yola çıkılarak sadece doktora tezleri verilerinden yararlanılarak çalışma tamamlanmıştır.

NEDENİ VE NASILI İLE BİLİMSEL ARAŞTIRMA

Tarihte bilim ve bilim olmayana ilişkin çalışmaları felsefe tarihinin başlangıcına kadar götürmek mümkündür. Aklın ve inancın aynı potada eriyemeyeceği savunusu için ünlü düşünür Sokrates’e kadar zaman çizelgesinde geriye gitmek gerekir. Özellikle orta çağda akıl ve inanç arasında bir uzlaşma yaratma çabası dikkat çekmektedir. Bilim ve metafiziğin ayrılmasına yönelik olarak çalışmaları ile öne çıkan önemli bir isim de Immanuel Kant’tır. Kant; “Saf Aklın Eleştirisi” isimli popüler eserinde bir ispat çabasındadır. İspatlamak istediği hipotez de metafizik ve bilimin neden örtüşemeyecekleridir. Kant’a göre metafizik bilim olsaydı insan ve insanlık bunca zaman oyalanmazdı. Tüm bunların arkasından gelmesi muhtemel olan bir soru da neyin bilim olup neyin olmadığı ayrımının nasıl yapılabileceğidir. “Sınır koyma sorunu” adı altında konuya yanıtlar aranmış ve çeşitli farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır (Lakatos, 2012, ss. 9-11). Araştırmanın doğası ile ilgili bazı özellikler vardır ve bu özellikler kavramın ne olup ne olmadığının daha net bir şekilde ortaya konmasını sağlamaktadır. Yapılandırılmış, sağlam temellere dayalı ve sistematik olan eylemler araştırma olarak tanımlanabilirken; salt bilgi toplamak, bilgiyi pratik hayatta kullanamamak da araştırmanın açılımını yeniden düşünmeyi gerektirmektedir (Matthews ve Ross, 2010, s. 9).

Thomas Kuhn; bilimin düşüncelerle açıklamaların karşı karşıya geldiği bir ring alanı olduğunu savunmaktadır. Kuhn; kendi fizikçi olmasına rağmen felsefe ile, özellikle de bilim felsefesi ile yoğun bir biçimde ilgilenmiştir. Bir kavram olarak mantıksal, pozitivist paradigma ile ölçülebilir ve deneysel olan ile ilgilenmiştir. Böylelikle bilgi bir bakıma sınırlı hale getirilmektedir. Evrensellik bilimin temel

özelliği olmakla beraber, olayları ve nesneleri tanımak, sınıflandırmak ve derin kavrayışlar elde etmek için bilimsel araştırma yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Bu noktada da bilim ve ahlak birlikte tartışılırken; bilginin herhangi bir sebeple insana zararı olup olmadığı sorunsalı merkeze alınmaktadır. Bununla beraber; bilimin kendisinin ahlak ile ilgili olmadığı da bilimsel araştırmacıların bir kısmının benimsediği bir düşüncedir. Bilim esasen yargıdan bağımsız olarak görendir (Bayet, 1982, s. 7); dolayısıyla nesnel gerçeklik söz konusudur. Bilimsel araştırmalar mantık ile ilişkilendirilmekte ve verilerin akılsal temellendirilmeleri sonunda genellenebilir hale gelmeleri de mantık ile açıklanabilmektedir. Mantık ile ilgili çıkarımlar araştırmacıların öncüllerine bağlı olmamakla birlikte, yanlış önermelerde geçerli mantıksal ilişki ve doğru önermelerde de geçersiz mantıksal ilişki bulunabilmektedir. Buradan yola çıkarak; önermenin hatalı oluşunun kesin mantıksal çıkarım yapmaya engel olmadığı söylenebilir. Cohen (2011) durumu Sparta, demokrasi ve kral üçlüsü üzerinden açıklamaktadır. Kayda değer bir örnek olarak zamanında Sparta'nın kazanımı demokrasinin doğuşuna da zemin hazırlamıştır.

Kuram ve bilim sözcüklerinin aynı cümle içerisinde bulunmaları ise hiç şaşırtıcı değildir. Formüller bir kuramın ana bileşeni olabildikleri gibi hiçbir denkleme bağlı olmayan kuramlar da bulunmaktadır. Kuram ve deneyimin birbiri ile örtüşmeleri gerekmektedir. Deneyim ve gözlem arasında bir çelişkinin olmasıysa kuramın yanlışlığını gösteren temel belirtidir. Bu noktada Karl Raimund Popper'ın düşünce sistemine başvurmak, konuya daha derin bir perspektiften bakılmasını sağlamaktadır. Popper'a göre; bir kuramın zaman içerisinde yanlışlanabilir olması beklenmedik bir şey değildir. Bu da göstermektedir ki, kuramın tamamen doğrulanabilir olması asıl şaşırtıcı olandır. Kuramlar ve gözlemler karşı karşıya geldiklerinde bir çelişkinin ortaya çıkma ihtimali her zaman var olacaktır. Bununla birlikte; bir kuramın yararı, gözlemleri sistemli bir biçimde birleştirmesindedir (Wagner, 1984, ss. 97-100). Şimdinin ve geleceğin olayları kuramlar ile anlaşılır hale gelmektedir. Benzer bir biçimde bilimin de gelecekte yanlışlanabilir olamayacağına kimse kesinlik kazandıramamaktadır; ancak şimdinin anlaşılması, çevrenin denetlenebilmesi ve gelecek için de çıkarımlarda bulunulabilmesi için en önemli ve en geçerli başvuru kaynağı yine bilimdir. Toplumbilimse bunu yaparken; “somutluk, nesnellik, sınır belirleme, değişme” ilkelerini de göz önünde bulundurur ve tümevarım yöntemi ile hareket eder.

Tek başına araştırmacı kavramı düşünüldüğünde de soru soran ve araştıran herkesin bir anlamda araştırmacı oldukları söylenebilmektedir. Araştırma sorularının hepsinin cevabını bulmak aynı kolaylıkta değildir. Duruma göre bazı soruların cevapları derin araştırma gerektirmektedir. Araştırma hem bir süreç hem de uygulamadır. Araştırma yapmaya gerek duymanın çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bunlardan biri de bir fikrin doğruluğunu teyit etmektir. Bir olayın neden gerçekleştiğinin anlaşılması için de araştırma yapılmaktadır. Elde yeterli veri olmadan inanılan bir şeyin doğruluğu ile ilgili emin olmak mümkün değildir. Araştırmanın bir sınırı olmamakla beraber, zaman gibi dış faktörler ya da araştırmacının kapasitesi ise araştırmayı sınırlandıran önemli etmenler arasında görülmektedir. Genel olarak araştırma soruları, nedenler ve nasıllar da araştırmacıya yöntem belirlemede yardımcı olmaktadır.

Bilimsel araştırmalar kişilerin fikirler ve olgular hakkında düşünmelerini, mevcut bilgilerin değiştirilmesi ya da geliştirilmesini, özet bir ifadeyle dünyaya daha entegre ve hâkim bir yaşam sürdürülmesini sağlamaktadır. Bir araştırma sadece bilgi edinmek amacıyla da yapılabilmektedir. Bilimsel ilerleme göstergesi olan bir buluş uzun vadede bir değişim ortaya koyacağı için pratik çözüm özelliğinden uzak olması muhtemeldir (Akbaba, Lorcü, Erduran, Yazıcı ve Akman, 2021, s. 33). Bilimsel araştırmalarda genel olarak ya tümdengelim ya da tümevarım yöntemi kullanılmaktadır. Tümevarımda bir genelleştirme söz konusu iken, tümdengelimde ise genelleştirilmiş koşulların bir sonucu olarak önerme yer almaktadır (Wagner, 1984, s. 45). Tümdengelim yanlıştır, tümdengelim yanlıştır olma ihtimali üzerinde duran çalışmalarda yapılan eleştiriler daha çok olasılıkların göz ardı edilmesi ile ilgilidir.

Sosyal Bilimlerde Araştırma

18. yy. itibarıyla felsefe ve bilim arasındaki ayrım daha belirgin bir hal almıştır. Toplumsal yasaların göksel düzenden yola çıkması fikri istatistik kurucularından Süsmilch yorumlamaları ile öne çıkmaktadır (Duverger, 2014, ss. 21, 23). Toplumsal olaylar hakkında fikir sahibi olunmasını sağlayan

belgeler; filmlerden fotoğraflara, arşivlere ve çeşitli video kayıtlar ile istatistik sayıma kadar geniş bir yelpazede uzanmaktadır. Belgelerin açılımları için kullanılan içerik çözümlemesi epey ayrıntıya sahiptir (Duverger, 2014, s. 117). İçerik çözümlemesi için yapılan tanımlamalar birden fazladır ve en geçerli olanlardan biri de Carl Roberts'ın sembolik materyale yapılan metodolojik ölçme tanımıdır (Hepkul, 2002, s. 3). İstatistikler sayısal belge niteliği taşımakta ve bu yöntemin 4000 yıl önce Çin'de kullanıldığına dair araştırmalar bulunmaktadır. Sayımlar doğrudan ya da dolaylı yapılabilmektedir. Sıklıkla başvurulmuş bir sayısal yöntem olan istatistik için "yalan söyleme sanatı" olarak bahseden Disraeli kamuoyunda da o zaman için doğru kabul edilen bir düşüncüyü nükte ile açıklamaktadır. Günümüzde ise istatistik işlemleri çok daha kesin sonuç verecek şekilde gerçekleştirilmektedir (Duverger, 2014, ss. 130-131, 134). Duverger belge çözümlemede klasik yöntemlerden bahsederken içsel ve dışsal ayrımı yapmaktadır. İçerik çözümlemesinde belgelerin genişliği, tamamının mı, bir kısmının mı araştırmaya katılacağı, yoklama yoluyla mı seçim yapılacağı gibi konular önem kazanmaktadır. Tüm bilgilerin yanında kota yöntemi de sık sık kullanılmaktadır. Çözümleme için seçilen bir örneklemin geçerliliğine bakmada S.S. Wilk'in grafiği dikkate değerdir. Grafik yanılma payını öngörme olanağı vermektedir (Duverger, 2014, ss. 215-216). Toplumbilim araştırmalarında genel ve parçacıl kuramların yanında kullanılan modeller de önemli bir yer tutmaktadır.

Sosyal bilimlerde araştırma soyut bir teoriden yola çıkılarak başlatılabilir. Teori bir öneri olabileceği gibi, bir şeyin neden öyle olduğu ya da neden o şekilde çalıştığına dair bilgi de verebilir. Herhangi birinin teori geliştirebilmesi mümkündür. Bu durumda sosyal bilim teorilerini diğer teori ve açıklamalardan neyin ayırdığı sorunsalı önem kazanmaktadır. Sosyal bilimler araştırmacısının teorisini gözlem ile ilişkilendiriyor oluşu ise; cevap niteliğinde önemli bir fark olarak gösterilebilir (Hanneman, Kposowa ve Riddle, 2012, s. 33).

Sosyal bilimlerde araştırmacının bir araştırma sorusu ile yola çıkması önemli görülmektedir. Bu sorunun iyinin ötesinde ilginç olması da beklenmektedir. Böylelikle parlak bir fikir bir araştırma sorusu haline gelmektedir. Araştırmanın temel sorusunun yanında hiç şüphesiz ilgili başka sorular da olacaktır. Araştırmacının soruları belirlerken, çalıştığı sahanın ve izleyicilerin üzerinde bırakacağı etkiye göre bir yol çizmesi belenmektedir. Murchison (2010, s. 39) araştırmacının soru sorarken -özellikle de etnograf olduğu durumda- dikkat etmesi gereken önemli bir detayı; herhangi bir gözlemcinin fark edebileceği bir detayın analizde yer almasının fazla bir önemi olmadığı şeklinde açıklar. Buradan yola çıkılarak araştırmacının görünmeyeni görebilecek özellikte oluşunun bilimsel araştırmanın önemli bir dayanağı olduğu söylenebilir. Ayrıca kısa cevaplı, evet/hayır şeklindeki sorular da bir süre sonra araştırmanın çıkmaza girmesine sebep olabilmektedir. Konu ile ilgili farklı açıklamalar soru kalitesinin de cevabın kendisi kadar önemli olabileceğini göstermektedir.

Sosyal bilimlerde tüm veriler uzaydaki konumları ile ilişkilidir. Olaylar, davranışlar ve süreçlerin hepsinin meydana geldiği mekânlar anlamlandırma açısından önemlidir. Davranışlar üzerinden yola çıkan Darmofal (2015, s. 10); özellikle etkileşimin doğasında aynı alanda yer almanın sonuçları değiştirebilecek önemde olduğunu gözlemlenmiştir. Durum; birbirine komşu olan ve olmayan ülkeler ve ilişkileri için de benzerdir. Mekânsal yakınlıkların etkiledikleri arasında iç savaş, savaş, demokratikleşme gibi önemli toplumsal olaylar yer almakta ve bu olaylar araştırmacıların oldukça ilgisini çekmektedir. Coğrafyanın önemi yoksullukta da kendini belli etmekte ve bu sebeple bazı ülkeler Amerikan toplumunun refah seviyesinin bir hayli altında kalmaktadır (Aktaran Darmofal, 2015, s.10).

Sosyal bilimlerdeki analizlerin karakterlerini ise kullandıkları metodolojik yaklaşım belirlemektedir. İnsanların birbirleri ile olan sosyal ilişkileri araştırmanın nesnesi olarak görülür. İnsanlar ile ilgili pek çok şey analizler kapsamındadır (Loiseau, Ventre ve Aden, 2020). Pek çok değişkenin ışığında sosyal bilim araştırmalarının çok geniş bir yelpazede yayılım gösterdiğini söylemek mümkündür.

Varsayım, Sezgi ve Buluş

Araştırma sorusunun kendisi varsayım olarak kabul edilir. Wagner (1984, s. 98); varsayımı bilimsel sürecin ön aşamasına ait bir sözcük olarak tanımlar. Bilimsel sonuç ve gözlemlerin uyum içinde oluşu varsayım yerine kuram sözcüğünü getirir. Kuram oluşturmanın bir nitel çalışma deseni olarak kullanımı; 1967 senesinde mevcut kuramlar ile katılımcıları bağdaştıramayan Barney Glaser ve Anselm Strauss'un çalışmaları ışığında yaygınlık kazanmaya başlamıştır (Aktaran Creswell, 2020, s. 86).

Araştırmalarda hem araştırmacının hem de araştırmaya dahil olan bireylerin algısı da önemli bir yer tutmaktadır. Karasar (2022, ss. 10-11); algıyı açıklarken bilişsel özellikler barındırdığından bahsetmekte ve hem gene bağlı hem de duyuşsal yeterliğin, fiziksel ve psikolojik uyarılar ile birlikte süreçte önemli rol oynadıklarını dile getirmektedir. Öyleyse; algının varlığının çoklu gerçeklik yarattığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durum; bilginin kendisini de yorumlanabilir, eksik, olasılıklı ve geçici hale getirmektedir.

Sosyal süreçleri anlamlandırmak için zaman içerisindeki değişimlerine de bakmak gerekmektedir. Güncel koşullar geçmişle ilişkiler ve gelecekte beklenenler ile kendini gösterir. Sürekli bir hareket söz konusudur. Sosyal sürece dair tahmin yürütebilme ve açıklama yapabilmek için değişkenler arasındaki ilişki ile birlikte değişkenlerin hangi etki ile hareket ettiklerini belirlemek “sosyal dinamik” olarak tanımlanmaktadır. Bir örnek olarak zaman serisi yöntemleri de bu sebeple kullanılmaktadır (Boxsteffensmeier vd., 2014). Zaman serileri süreç içinde süreklilik gösteriyorsa “sürekli zaman serisi” belli bir zaman aralığı için söz ediliyorsa “kesikli zaman serisi” şeklinde açıklanmaktadır (Akgül, 1994). Zaman serilerindeki temel varsayım serinin durağanlığına yöneliktir. Durağan olup olmama durumu genel olarak süreç içerisinde netlik kazanmaktadır. Tüm disiplinlerde kullanılabilir bir yöntem olması sebebiyle bilimsel araştırmalar için önemli bir araçtır.

F. W. Taylor’ın “bilimsel yönetim” çalışması da günümüze yöneylem araştırması olarak geçmiştir. Yönetimde bilimselliğin kullanılmasının önemi ve gerekliliğini tartışan Taylor; teoriyi pratiğe dökerek araştırmasının geçerliliğini ortaya koymuştur. Taylorizm bir felsefe haline gelirken, giderek daha fazla kişi durumu Darwinizm ile özdeşleştirmektedir (Aktaran Şener, Bulut ve Baran, 2022).

Araştırma için gerçekleştirilen modellerin sistemin bir temsili görevini yapıyor olduğu bilinmektedir. Sistem böylelikle soyut bir şekilde ortaya konmaktadır (Halaç, 2001). Karar matrisi elemanları bağımlı değişkenlerdir. Seçenek kontrol edilebilen değişken, olaylar ise kontrol edilemeyen değişkenlerdir. Bunlar birleştiğinde bağımsız değişkenleri oluştururlar. Seçenek veya olayların tanımlanamıyor oluşu tahmin ve tecrübe yöntemlerini öne çıkarıp karar matrisi kurulmasını sağlar. Karar matrisi bir amaca erişim formülü olarak özetlenebilir (Halaç, 2001, ss. 27-28).

Bilimsel Veri Toplama ve Analiz Süreci

Popper (2023); bilim adamından beklenenin sunmuş olduğu önermelerin sınanmasını yapmak olduğunu söyler. Sınanmanın da sistemli bir şekilde ortaya konması gerekmektedir. Bilgi mantığının kendisi bilimsel araştırma yöntem mantığını çözümlemek üzere yola çıkmaktadır. Bu noktada tümevarım bir yöntem olarak görgül bilimlerin çözümlemesinde kullanılır. Tümevarım özelden evrensele uzanan bir yoldur. Bilginin herkes için geçerli oluşu onu nesnel hale getirirken, Kant’ın verileri ışığıyla; aktarılan bilimsel kuramın doğrulanabilir olmaktan çok sınanabilir olduğu bilgisi öne çıkmaktadır (Popper, 2023, s. 68).

Aneshensel (2013) veri analizine neden ihtiyaç duyulduğunu açıklarken ulusal seçimlerden çarpıcı bir örnek verir. Örneğin; kişilerin başkanlık için kıyasıya yarışıyor olmaları seçime katılımı arttırmaktadır. Her vatandaşın seçim hakkının olduğu düşünüldüğünde katılım oranının arzu edilenin altında kalması da analiz edilmesi gereken bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırmacı için tablonun tamamı araştırma ise, ilgilenilen detay da analiz olarak değerlendirilmektedir. Buna göre analizin amacı; tanımlamak, açıklamak ve kendisinden sonraki araştırmalara da kaynaklık etmektir. Bir olgu ile ilgili az bilgi sahibi olunması araştırma amacı olarak gösterilebilir. Analiz sonucu araştırmacıya durumun yaygın mı yoksa ender mi yaşandığına dair bilgi vermektedir.

Nitel araştırmacıların veri analizine yaklaşımları farklılık göstermektedir. Konuşma, anlatı, göstergebilim, tematik analiz gibi türleri bulunmaktadır. Örneğin konuşma analizi etnometodolojik bir tür iken, anlatı analizinde görüşme yapılan kişinin öyküsüne odaklanılır. Göstergebilimde ise mesaj taşıyan göstergelerdir. Tematik analizde de veri kodlama ön plandadır (Glesne, 2015, ss. 256-259).

Bir nitel araştırma yöntemi olan “gömülü kuram” araştırması sırasında veri analizinde “sabit

karşılaştırma yöntemi”, benzerlikler ve farklılıklar üzerinden karşılaştırma yapabilmek için kullanılmaktadır. Ayrıca veri analizinin kolaylık kazanması için üçlü kodlamaya da başvurulmakta ve “açık, eksensel ve seçici” olmak üzere üç farklı kodlama aşaması ile teori geliştirilmesine olumlu katkı sağlanmaktadır (Aktaran Özdemir ve Tuti, 2021, s. 230).

Veri konuya odaklı belirlenmiş olan değişken için toplanmaktadır. Veri ya daha önce gerçekleşmiş gözlemler sonucu ortaya çıkmıştır, ya da değişkene ilişkin yeni veri toplanmaktadır. Nicel araştırmalarda, veri ana kütleyi temsil eden bir örnek itibarıyla derlenir. Bu işleme örnekleme (sampling) denir. Örnek çapı araştırma sonucunun güvenilirliği için önem arz eder. Örnek üzerinden elde edilen sonuçlar bu sebeple güvenilirlik ve anlamlılık testlerine tabi tutulur.

Geçerlik ve güvenilirlik ile ilgili olarak; nicel araştırma konu ile yöntem ve tekniklerin uygunluğunun tespit edilmesi için öne çıkarken, nitel araştırmada ise iç, dış ve ilişki geçerliği olmak üzere üç geçerlikten söz edilmektedir (Yağar ve Dökme, 2018, s. 7). Güvenirlikte ise; nicel araştırmada yöntemin tekrarlandığında aynı sonucu vermesi beklenmektedir. Burada güvenilirliği test etmek için ölçüm aracı öne çıkmaktadır. Nitel araştırmada böyle bir sonuç beklenmemekte; sonucu ortaya çıkaracak olan kişi araştırmacının kendisi olarak görülmektedir. Geray da (2011); geçerliliği iç ve dış olmak üzere iki temel türde ele alır ve iç geçerlilikte tutarlılık, dış geçerlilikte de genellenebilirlik arandığından bahseder. Güvenirlik ise daha çok zaman ile bağlantılıdır ve “yinelenebilir olma” özelliği ile birlikte düşünülmelidir.

Elde bulunan nitel veri öncelikle tanımsal (*Descriptif*) istatistik yöntemleriyle incelenmelidir. Tanımsal istatistik araçlarının en önemlileri tablolar, özet değerler (istatistikler) ve grafiklerdir. Tablolar; sistemli bir biçimde düzenlenmiş, enformasyon özelliği taşıyan açıklayıcı, görsel yapılardır.

Araştırmada özet değerler; parametrik yöntemlerde, yani ölçülebilen değişkenler için, parametre karşılığı olarak hesaplanan istatistik değerlerdir. Bu değerler toplanan verinin dağılımı hakkında önemli ipuçları verir. Bunlar; dağılımın momentleridir. Birinci dereceden n’inci dereceye kadar hesaplanırlar. Uygulamada genellikle ilk iki derece momentle yetinilir. Birinci derece moment “aritmetik ortalama”dır; ikinci derece moment “varyans”dır. Bu iki moment; verinin hangi ortalama etrafında, hangi şekilde yayıldığı ile ilgili bilgi verir. Üçüncü derece moment; dağılımın simetrisi, dördüncü derece moment ise dağılımın basıklığı (*kurtosis*) ile ilgili bilgi içerir. Parametrik olmayan yöntemlerde de dağılımın özelliğini belirlemek için özet değerler geliştirilmiştir; örneğin ortalama değerler için “mod”, “ortanca (*median*)”, yayılma değerleri için “değişim aralığı”, “kartiller arası sapma” vb. ölçüler kullanılmaktadır.

Hesaplanan ölçülerin güvenilirliği için ise istatistiksel testlere başvurulur. Bu yöntemler, çıkarımsal (*inferencial*) istatistik yöntemleridir. Bu aşamada ortalama testleri, varyans testleri, medyan testleri gibi çeşitli geliştirilmiş testler mevcuttur. Parametrik değişkenler için “Parametrik Testler”, parametrik olmayan değişkenler için “Parametrik Olmayan (*Non-Parametric*) Testler” kullanılır. Tüm testler “örneğin (*sample*)” “ana kütleyi (*population*)” “anlamlı”, yani güvenilir bir şekilde temsil edip etmediğini belirlemek için uygulanır. Bu sebeple bu testlere “Anlamlılık Testleri” veya “Güvenirlik Testleri” denir.

Nitel ve Nicel Yöntemler ve Bazı Çıkarımlar

Elliott (2005); bilimsel araştırmada nedenin ortaya çıkartılıp anlaşılması için istatistiksel araştırmaların hiçbir zaman tam anlamıyla yeterli olamayacağını savunmaktadır. Elbette sosyal bilimciler nicel araştırma yöntemlerinden yararlanacaklardır; ancak kendi analiz sonuçlarının desteklenmesi noktasında teorik bilgiye olan ihtiyaç da giderek daha fazla fark edilmektedir.

Ryan ve Bernard nitel analizcilerin veri analiz yaklaşım biçimlerinin birbirinden farklı olduğunu vurgular ve dilbilimi ile sosyoloji araştırmacılarından örnek verirler. Örneğin dilbilimciler için kelimeler ön plandayken, metnin kendisi insan deneyimini gösteren bir araçtır. Dolayısıyla sosyoloji kökenli araştırmacıların tematik analize, dilbilimcilerin de söylem analizine daha sık başvurduklarını görmek şaşırtıcı değildir (Aktaran Glesne, 2015, s. 255).

Nitel (kalitatif) araştırma sayısal neticeler ortaya koymaktan çok, bir konunun derinine inilmesi amacıyla başvurulmuş bir yöntemler bütününe işaret etmektedir. Örneğin toplumsal bir davranışın ya da bireyin davranışının arkasındaki nedenin bulunması nitel araştırma ile gerçekleştirilmektedir. Bir başka ifade ile söylenenin ötesinde söylenmeyeni de ortaya çıkartmak için nitel yöntemlere başvurulabilmektedir. Odak grup görüşmesi, derinlemesine gözlem, mülakat gibi görüşme ve gözlem türleri sıklıkla kullanılmaktadır.

Nicel (kantitatif) araştırma nümerik veri toplama esasına dayanmaktadır. Araştırılacak konu için öncelikle bir değişken tanımlanmakta, tanımlanan değişkeni ilk aşamada ölçmek hedeflenmektedir. Ölçmek içinse öncelikle değişkenin ölçülebilir olarak tanımlanması esastır (Kardinal Değişken). Ölçmek için bir ölçü aracının bulunması gerekmektedir. Örneğin, uzunluk için metre, ağırlık için tartı, sıcaklık için termometre, basınç için barometre vb. temel araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Ölçümlerde değişken sürekli (Continuous). Sürekli değişkenler analog sistemleri gerektirmektedir. Ancak ölçüm yaparken “Delta” kadar bir hata payı öngörülmektedir. Örneğin; insan boyu bir santimlik hata payı ile ölçülür. “175, 176, 177” santimetre gibi değerler alır. İnsan ağırlığı ise bir kilogramlık hata payı ile ölçülür. “75, 76, 77” kilogram gibi sayısal değerler ile ifade edilir. Hava sıcaklığı da bir derecelik hata payı ile ölçülür. “25, 26, 27” derece gibi sayısal değerler hava sıcaklığını belirtmek için kullanılmaktadır. Pırlanta ise 0.01 karatlık hata payı ile ölçülür. “0.20, 0.21, 0.22” karat gibi değerler verilmektedir. Araştırılan konu için tanımlanan değişken ölçülemiyorsa, sıralanabilir olarak da tanımlanabilmektedir. Sıralanabilir değişkenler “Ordinal Değişken” olarak isimlendirilir ve kısa, orta, uzun gibi sıralamalar yapılabilmektedir. Tanımlamaya çalışılan değişken ne ölçülebilir ne de sıralanabilir özellik taşıyamıyorsa, en azından sayılabilir (Nominal Değişken) olmalıdır. Kadın, erkek gibi ayırıcı ifadeler de sayılabilir değişken kapsamında ele alınmaktadır.

Örnek olarak renk değişkeni başlangıçta nominal değişken olarak belirlenirken, gökkuşağı renkleri keşfedildikten sonra ordinal değişkene dönüşmüş, renklerin belirli oranlarda karıştırılması ile elde edilen sonsuz sayıda rengin ortaya çıkması ile günümüzde kardinal değişken olarak da tanımlanabilir hale gelmiştir. Kardinal yani ölçülebilir değişkenler için toplanan veride “Parametrik İstatistik Yöntemleri” uygulanmaktadır. Ordinal ve nominal değişkenler için toplanan veriler için ise “Parametrik olmayan (Non-Parametric) İstatistik Yöntemleri” uygulanmaktadır.

Nicel araştırmalarda bahsi geçen değişkenlerden biri bağımlı, diğeri de bağımsız değişken adını almaktadır. Bu demektir ki; birinin gerçekleşmesi için diğerrinin varlığına gereksinim duyulmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişki korelasyon ya da regresyon analizi ile ortaya konmaktadır. Buna göre değişkenler arasında negatif, pozitif ya da nötr bir ilişki çıkma olasılığı vardır. Ancak korelasyonda bu ilişkinin olması değişkenlerden birinin diğerrinin sonucu olduğu şeklinde açıklanamamaktadır. Regresyonda ise bir neden-sonuç ilişkisi söz konusudur. Basit korelasyon ve regresyon değişkenlerinden biri bağımlı, biri de bağımsız iken; çoklu korelasyon ve regresyonda ise birden fazla bağımlı ve bağımsız değişken ve aralarındaki ilişki incelenmektedir (Punch, 2014, s. 119). Tahminler gerçek ölçüm değerleri ile karşılaştırılmaktadır. Nicel araştırmalarda tekli değişkenlerden çoklu değişkenlere geçiş önemli bir gelişim olarak gösterilmektedir (Punch, 2014, s. 116).

Araştırmanın geneli test edilebilir değilse, problem belirleme, soru seçimi ve hipotez belirlenmesi şeklinde ilerleyen süreçte, hipotez belirlemeden betimleyici bir çalışma yapılabilmektedir. Araştırmanın test edilebilir oluşu hipotez sorusunu zorunlu hale getirmektedir; ancak nitel araştırmalarda hipotez sorusu olmadan ilerleme kaydedilmektedir (Aktaran Toy ve Tosunoğlu, 2007, s. 4-5).

Nitel araştırmalarda öne çıkan kavramlar; fenomenoloji, etnografya, örnek olay çalışması, söylem analizi, eylem araştırması, gömülü kuram vb. şeklinde özetlenebilmektedir. Genel olarak; gözlem, belge inceleme ve görüşmelerle yürütülmektedir. Kullanılacak nitel desen araştırmanın amacına yönelik olarak seçilmektedir. Bu noktada araştırmacının bilimsel çalışmanın hem kuramsal yönünü, hem de veri toplama ve analiz aşamalarını iyi biliyor olması beklenmektedir. Böylelikle bilimsel araştırma derinlik kazanmaktadır.

Nitel ve nicel yaklaşımlar ve yaklaşımlar arasındaki ilişkiye değinirken ikna sanatı ya da retorikten de bahsetmek gerekir. Yaklaşımlar ortak kullanılacağı zaman söylemin biçiminin önemi daha fazla açığa çıkmaktadır. Bryman'ın (Aktaran Elliott, 2005, s. 184) daha önce yaptığı bir araştırmadan yaklaşık on yıl sonra ortaya koyduğu daha güncel verilere göre; araştırmacıların sunum biçimleri araştırmanın nitel ya da nicel oluşuna göre farklılık göstermektedir. Nicel araştırma raporlarında; araştırma tasarımı, değişkenler, veriler ve tablolar ön plandayken, nitel araştırma raporlarında araştırma ortamının özgünlüğü, görüşme yapılan kişiler ve kişilerin bakış açılarının doğru sunulmuş olması önem kazanmaktadır. Bu noktada kaçırılan önemli bir bilgi de metin verilerinin nasıl analiz edildiği açıklamasının çoğu zaman yüzeyle kalıyor oluşudur. Bu noktada araştırmayı ve araştırmacıyı öne taşıyacak olan eylemlerin en önemlisinin göz ardı edileni deşifre etmek olduğu da söylenebilir. Doğru argümanlarla desteklenen araştırma, araştırmacının tanımlama becerisi ile de anlam kazanmaktadır.

Eleştirel Bakış: Genellemeler ve İstisnalar

Geçmiş yıllarda bilim eleştirilirken, üzerinde durulan önemli bir konu tanrısal bilgi karşısındaki eksikliği olmuştur. Her ne kadar netlikten söz edilse de bilim insanlığın tüm sorularına cevap verememektedir. Öyle ki ruh, ölümsüzlük gibi bilgiler arandığında, bilimin söylediği şeyler sınırlıdır; ancak bu sınırlılık bilimin önemini hiçbir zaman azaltmamaktadır. Hatta yanlış bir fikrin bile, ileride doğruya kapı aralayacağı düşüncesi farklı teorisyenlerce de yaygınlık kazanmış bir görüştür (Bayet, 1982, ss. 124-125). Benzer bir görüş kendini toplumbilim araştırmalarına adanmış önemli bir düşünce insanı olan John Stuart Mill tarafından dile getirilmiştir. Mill; bir fikrin doğru olmasa bile özgürce dolaşma hakkından bahsederek, karşıt fikirlerin aynı anda var olarak önyargılı yaklaşımları ortadan kaldırdılabileceğini savunmuştur.

Deney, gözlem vb. eylemler ile genellenebilir hale gelen kuramlar ya da teoriler başlı başına araştırmalar için yol gösterici bir nitelik taşımaktadır. Örnek olarak “olasılık kuramı” incelendiğinde; şans oyunları, fizik vb. konular akla gelmektedir. Ağırlıklı olarak böyle konularda kullanılan “olasılık kuramı” Popper tarafından “sıklık kuramı” şeklinde de ifade edilmektedir. Bu tarz olaylarda bilinen akılcı yöntemlerin başarıya ulaşması beklenmemektedir. Popper (2023, s. 178, 241), sıklık tahmini önemini şelale olayı üzerinden açıklar. Akış sırasında su molekülünün nereden düşeceği, nerede ayrışacağı gibi hesaplamaların yapılabilmesi mümkündür. Parçacığın yolu da dâhil olmak üzere yapılan hesaplamalar istatistiki dalgalanmalar hakkında da fikir vermektedir.

Kuramların ölçme ile olan bağlantısına bakıldığında; ölçülecek olgunun kendisinin bir kuramdan çıktığı görülmektedir. Ölçmenin kavramsallaştırılmasında kurama yönelen Lord ve Norvick (Aktaran DeVellis, 2011, ss. 8-9) kuramcılarının yapılar arasındaki bağlantıyı keşfederken en az hata payı için ölçme kuramından yararlanmanın canlandırıcı etkisinden bahsederler. Bununla beraber kuramlardan sonuçlar elde edebilmek için hali hazırda kuramda bulunan sayıtlara ek sayıltı yapmamaktan da söz edilmektedir. Kuramdan sınama yapılması için bir denence grubu oluşturulmakta ve sonuçlar beklentiler ile uyuşmazsa düzeltme gerekmektedir. Geray (2011, s. 53-54); Macar bir doktorun yer aldığı bir örnek üzerinden bir kuramın nasıl onaylanabileceğine açıklık getirir. Geçmiş yıllarda yüksek anne ölümlerinin kaynağı araştırıldığı sırada, otopsilerde kan zehirlenmeleri tespit edilmiş ve annelerin enfeksiyonları doktorlardan aldıkları ortaya konmuştur. Bu saptamaya göre; doktorların uygun solüsyon kullanarak ellerini steril hale getirdiklerinde ölüm oranlarının da azalacağı düşünülmüş ve beklenen olmuştur. Ancak tüm bunlar kuramı genellenebilir hale getirmemektedir. Farklı bir biçimde öngörülen ölüm oranında düşmenin olmaması da kuramı tamamen yanlışlamamaktadır. Yaşanan olay, bilimsel kesinlik için de önemli bir örnek konumundadır.

Bilimsel araştırmalarda nitelikler arasındaki bağıntının anlaşılmasında *Pearson* korelasyonu önemli bir belirleyicidir. Genel olarak bağıntı kuvvetini tanımlayan sözcük korelasyondur. *Pearson* korelasyonunda değişkenler arasındaki bağıntı ölçülürken -1 ve +1 arasında bir değer tespit edilmektedir. Değer; *Pearson* katsayısı (Kelleher ve Tierney, 2022, s. 80) şeklinde de ifade edilmektedir. Sonucun -1 çıkması ters yönde bir ilişki olduğunu gösterirken, +1 çıkması da aynı yönde aynı miktarda değişime işaret etmektedir. Sonucun “0” çıkması halinde ise; hiçbir ilişki olmadığı, ya da nötr sonuç çıktığı bilgisine ulaşılmıştır.

Bilimsel Araştırmaların Geleceği

Güven'in de ifade ettiği üzere bilimsel gelişmelerin toplumsal değişimlere ışık tutabilmeleri için hem toplumsal araştırmaların yapılabilmesini sağlayacak olanaklara, hem de yeteneği ve deneyimi olan araştırmacılara ihtiyaç vardır. Araştırmacının tek başına yetenekli olmasını beklemek büyük bir hata olacaktır. Bununla beraber mutlaka elverişli koşulların oluşturulması gerekmektedir (Güven, 2017). Araştırmacının tek başına tüm disiplinlere hâkim olamayacağı açıktır; ancak alanın araştırmacılarının bilgilerini doğru kullanabilmesi, bilimsel katkıyı şüphesiz arttıracaktır. Araştırması hem çeşitli hataların açığa çıkmasını sağlayabilmekte, hem de dağınık bilgilerin birleşmesine ve düzenli bir hal almasına zemin hazırlamaktadır. Böylelikle izlenen düzenli yol diğer araştırmacılar için de etkileyici veriler bırakmış olmaktadır (Barzun ve Graff, 1996, s. 12). Doğruluk, düş gücü, düzen, mantık, dürüstlük ve kendini tanıma Barzun ve Graff (1996, s. 40-43) tarafından belirtilen, günümüz için de geçerli olan bir araştırmacıda bulunması gereken en önemli özelliklerdir özetlemektedir. Araştırmacının varsayımlarının açık olması dün olduğu gibi bugün de çalışmaya gölge düşürebilecek her tür etmene karşı en önemli paravandır.

Her ne kadar teknolojik gelişmeler de bilimsel araştırmaların ivme kazanmasını sağlamış olsa da, internet vb. teknolojilerin toplumbilim araştırmalarına girmesiyle beraber ortaya çıkan önemli sorunsallardan biri de başlangıç noktası belirlemek olarak öne çıkmaktadır. Örneğin metinler karşılaştırması yapıldığında geleneksel medyadaki düz yapının yeni medya metinlerinde olmaması araştırmacının işini karmaşıktırılmaktadır. İnternette sayısız metnin birlikte var olması ve hipermetinsellik araştırmacının soru belirleme, adet seçimi gibi konularda çoğu zaman daha kapsamlı düşünmesini gerektirmektedir (Çomu ve Halaiga, 2015, ss. 31-33). Gelişmelerle ortaya çıkarması muhtemel zorluklara odaklanmaktansa, daha farklı ve kapsamlı yöntemler geliştirebilmek önem kazanmaktadır.

Çok sayıda veriye aynı anda erişim her ne kadar dağınık bir görünüm oluşturabilse de günümüzde bilim insanı ile bilgisayar ortaklığı önemli bir yer tutmaktadır. İnsanın veriyi işleme ve verideki örüntüleri aramasına yardım eden bilgisayarlar, yapay öğrenme ile örüntü tanıma ve çıkarım yapma becerisi kazanmaktadır. Bunu yapabilmek için de bir algoritma takip ederler. Yapay öğrenme algoritmaları gözetimle ve gözetimsiz olmak üzere iki sınıfta incelenirler. Gözetimli öğrenme; girdi ve çıktı arasındaki en iyi eşleşmeye odaklanırken, eşleşmelerdeki kombinasyon fazlalığı tüm fonksiyonların denenmesini imkânsız hale getirir. Bu durum da öncelik ve öğrenme yanlılığını ortaya çıkarır. Öğrenmede örnekler etiketlenir; ancak veri kümesi örneğinin hedef nitelik ile etiketlenmesi zor bir süreç olarak gösterildiğinden gözetimli öğrenmeye daha fazla zaman ayırmayı gerektirir (Kelleher ve Tierney, 2022, ss. 76-77). Tüm bunlar eylemin ne kadar detaylı ve karmaşık olduğunu gösterirken, veri biliminde bilim insanı uzmanlığı ile bilgisayar ortaklığının bir temel oluşturduğu gerçeğini ve yapay öğrenmede de yeni modeller üreten ve üretecek olan algoritmaların varlığının önemini değiştirmemektedir.

Modern toplumun insanlarına bakıldığında büyük çoğunluğun belli bir kesim gibi bilimsel araştırmacı olmasalar da arkalarında veri izleri bıraktıklarını söylemek mümkündür. Buradan yola çıkılarak veri elde etmek için gerekli olan araştırmacının soyutlama yapabilme becerisi kazanmış olmasıdır. Verilerin seçim ve kararlara bağlı oluşu da beraberinde yanlılık ve kısmilik yani genellenemez oluşu getirmektedir. Ancak mükemmel gerçeğin yansıtılmıyor oluşu araştırmanın faydasız olduğunu göstermemektedir. Gerçek dünya sorunlarına faydalı çözümler üreten araştırmalar gerçek ile benzerlik kazanmış olurlar. Bu da şüphesiz bilim adına büyük bir adımdır.

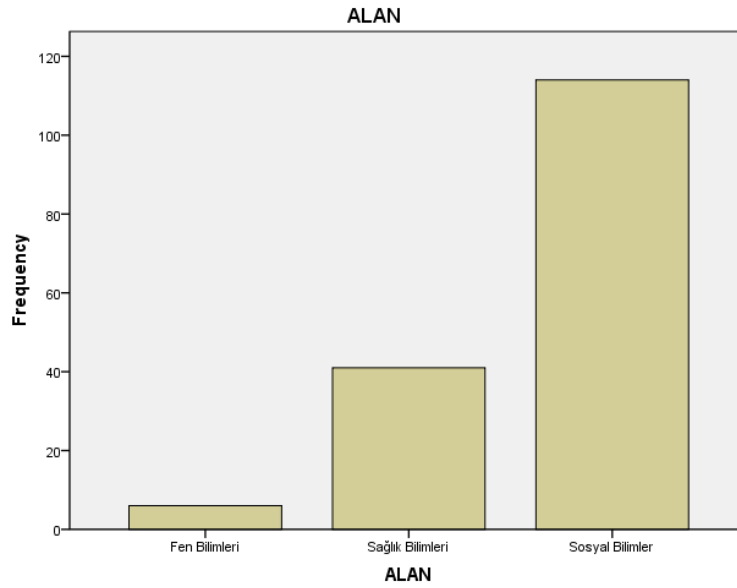
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın evrenini bilimsel araştırma ve yöntemleri oluştururken örneklemini de, 2020 senesi itibariyle tamamlanmış doktora tezlerinde başlıkta “nitel” ve “nicel” sözcük kullanımı ile yöntem belirten tezler oluşturmaktadır. Araştırma “www.yok.gov.tr” sitesi üzerinden tez merkezine erişerek, detaylı aramada başlıkta “nitel” ve “nicel” kelimelerini doktora tezlerinde belirli yıllarda aratarak gerçekleştirilmiştir. 2020 yılı itibariyle 2024 yılı haziran ayına kadar tamamlanmış, başlığında “nitel” sözcüğü geçen 141 adet tez bulunmuştur. Buna karşın başlık içerisinde “nicel” sözcüğünün geçtiği tez sayısı 20 adettir. Bu tezlerin bir kısmının da karma yöntemden yararlanılarak gerçekleştirildikleri başlıkta belirtilmiştir. Ayrıca tezlerin “sağlık bilimleri, sosyal bilimler ve fen bilimleri” alanlarına göre dağılımları

incelenmiştir. Verilerin analizi için SPSS programından yararlanılmıştır.

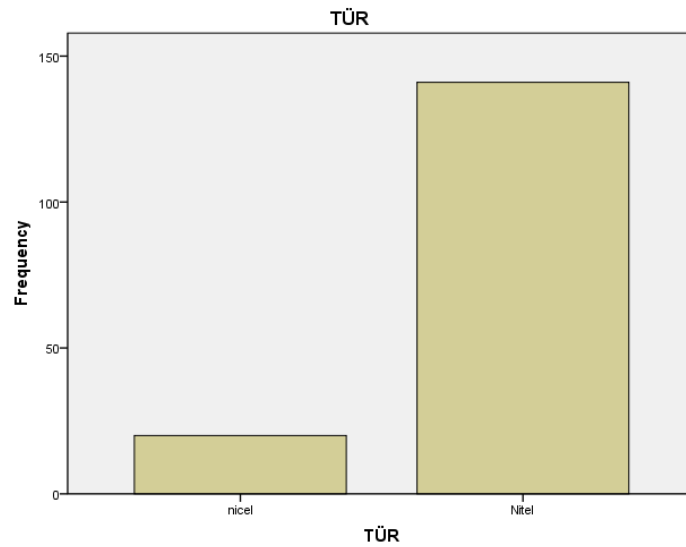
BULGULAR

Bu araştırmaya göre fen bilimleri alanında yazılmış tezlerde başlıkta “nicel” sözcüğünün geçtiği 1 adet ve “nitel” sözcüğünün geçtiği 5 adet doktora tezi yer aldığı görülmüştür. Sağlık bilimleri alanında yazılmış tezlerde başlıkta “nicel” sözcüğünün kullanıldığı 6 adet ve “nitel” sözcüğünün kullanıldığı 35 adet doktora tezine rastlanmıştır. Sosyal bilimler alanında ise başlıkta “nicel” kelimesinin geçtiği doktora tez sayısı 13 iken, başlıkta “nitel” sözcüğünün geçtiği doktora tezi sayısı 101 adet olarak hesaplanmıştır.



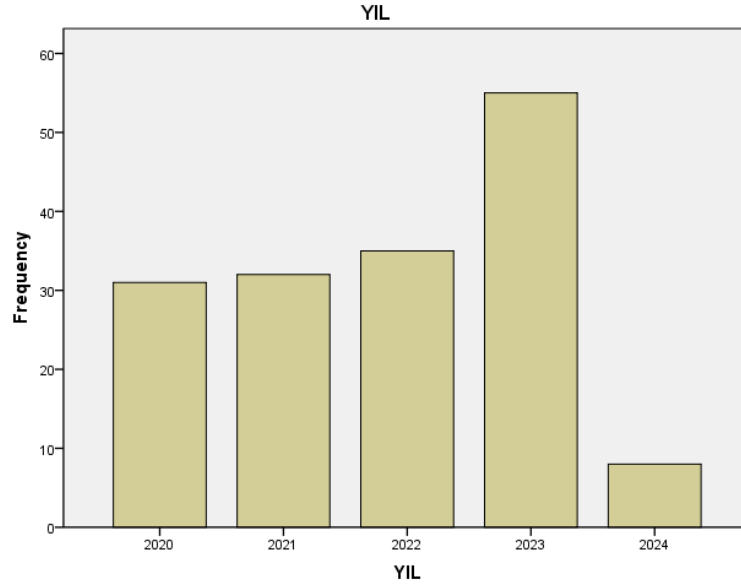
Şekil 1. Bilim Alanlarına Göre Doktora Tezlerinin Dağılımı

Şekil 1'e göre 2020 yılından günümüze kadar Fen Bilimleri alanında yazılan ve başlıkta araştırma türünün belirtildiği tez sayısı toplamda 6 adettir. Sağlık Bilimleri alanında yazılan ve başlıkta araştırma türünün belirtildiği doktora tez sayısı 41 adettir. Sosyal Bilimler alanında yazılan ve başlıkta araştırma türünün belirtildiği tez sayısı ise 114 adettir. 2020 yılı itibarıyla başlıkta araştırma türünün belirtildiği toplam doktora tez sayısı ise 161 adettir.



Şekil 2. Araştırma Türlerine Göre Doktora Tezlerinin Dağılımı

Şekil 2’de araştırma türü başlıkta “nicel” olarak belirtilmiş doktora tezlerinin sayısı 20 iken, “nitel” olarak belirtilmiş doktora tez sayısı ise 141’dir.



Şekil 3. Yıllara Göre Doktora Tezlerinin Dağılımı

Grafik 3’te yıllara göre tamamlanan doktora tezlerinin dağılımında en yüksek sayıya 2023 yılında ulaşıldığı görülmektedir. 2020 yılında başlıkta araştırma tür bilgisinin başlıkta yer aldığı doktora tez sayısı 31, 2021 yılında araştırma tür bilgisinin başlıkta yer aldığı doktora tez sayısı 32, 2022 yılında araştırma tür bilgisine başlıkta yer verilen tez sayısı 35, 2023 yılında araştırma türünün başlıkta belirtildiği doktora tez sayısı 55’tir. 2024 yılında tamamlanan ve araştırma türünün başlıkta belirtildiği toplam doktora tez sayısı ise 8’dir.

Tablo 1. Araştırma Türü ve Bilim Alanlarına Göre Çapraz Sonuçlar
Count

		ALAN			Total
		Fen Bilimleri	Sağlık Bilimleri	Sosyal Bilimler	
TÜR	Nicel	1	6	13	20
	Nitel	5	35	101	141
Total		6	41	114	161

Tablo 2. Araştırma Türü ve Bilim Alanlarına göre Test Sonuçları

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,392 ^a	2	,822
Likelihood Ratio	,378	2	,828
N of Valid Cases	161		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,75.

Ki-Kare testine göre çift taraflı test sonuçları anlamlı bir fark göstermemektedir.

Tablo 3. Araştırma Yılları ve Bilim Alanlarına Göre Çapraz Sonuçlar
Count

		ALAN			Total
		Fen Bilimleri	Sağlık Bilimleri	Sosyal Bilimler	
YIL	2020	1	8	22	31
	2021	1	9	22	32
	2022	1	10	24	35
	2023	1	10	44	55
	2024	2	4	2	8
Total		6	41	114	161

Tablo 4. Araştırma Yılları ve Bilim Alanlarına Göre Test Sonuçları
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,706 ^a	8	,033
Likelihood Ratio	11,806	8	,160
N of Valid Cases	161		

a. 6 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

Ki-Kare testi sonuçlarına göre; araştırma yılları ve bilim alanlarına göre az da olsa anlamlı bir farklılık çıkmıştır. 2023 yılında sosyal bilimler alanında daha fazla araştırma gözükmemektedir.

Tablo 5. Araştırma Türü ve Araştırma Yıllarına Göre Çapraz Sonuçlar

		Tür		Toplam
		Nicel	Nitel	
YIL	2020	5	26	31
	2021	3	29	32
	2022	4	31	35
	2023	6	49	55
	2024	2	6	8
Toplam		20	141	161

Tablo 6. Araştırma Türü ve Araştırma Yıllarına Göre Test Sonuçları
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,975 ^a	4	,740
Likelihood Ratio	1,747	4	,782
N of Valid Cases	161		

Araştırma türü ve araştırma yıllarına göre Ki-Kare testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 7. Araştırma Türü ve Bilim Alanlarına Göre Çapraz Sonuçlar

		Türü		Toplam
		Nicel	Nitel	
Alan	Fen Bilimleri	1	5	6
	Sağlık Bilimleri	6	35	41
	Sosyal Bilimler	13	101	114
Toplam		20	141	161

Tablo 8. Araştırma Türü ve Bilim Alanlarına Göre Test Sonuçları
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,392 ^a	2	,822
Likelihood Ratio	,378	2	,828
N of Valid Cases	161		

Ki-Kare testi sonucuna göre araştırma türü ve bilim alanları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

SONUÇ

Descartes (2013), bilimsel araştırmanın başlangıç noktasını en kolay olarak belirlemiştir. Böylelikle kademe kademe ilerleyerek en karmaşık bilgiye ulaşmayı ve düşüncelerini de belli bir düzen içerisine almayı hedeflemiştir. Bu bilgiden yola çıkılarak literatür taraması bulgularına bakıldığında; insanı içine alan çoğu çalışmada nitel ve nicel araştırmalar farklı katkı sağlamışlardır ve gelecek çalışmalarda da sağlayacaklardır. Ancak nitel araştırmalar için kritik unsur araştırmacı deneyimi olarak özetlenebilir. Nicel karşılık olarak nitel araştırmada, başlık kullanımlarına bakıldığında kullanım zamanından itibaren çeşitlilik ve artış görülmektedir. Bununla beraber, nitel ve nicel yöntemleri birlikte kullanan çalışmaların sayısında da artış vardır.

Bilimsel araştırma yöntemi olarak daha güncel bir uygulama olan karma yaklaşımda amaç geçerlik ve güvenirlikte daha yüksek oranlar elde edilmesidir (Kara, 2023). Nicel ve nitel ihtiyaçların tamamen farklı platformlarda ortaya çıktığı düşüncesi ise gerçeği yansıtmamaktadır. Yöntemlerin kendi aralarında geçişleri olduğunu ve problem tanımlanması ya da yorumlanmasında nicel bir araştırmanın nitelden yararlanıyor olması gerektiğini fark etmek gerekmektedir. Benzer şekilde nitel bir araştırma da nicelleştirmeye ihtiyaç duyabilmektedir (Karasar, 2022, ss. 44-45). Çalışma araştırma türlerinin birbirlerini destekleyici farklı yönlerini de vurgulamaktadır.

Kullanılan yöntemden bağımsız olarak bilimsel araştırmada sonuçların her zaman beklenen yönünde çıkmaması da normal kabul edilmektedir. Burada araştırmacının beklenmedik olsa da sonucun kendisini doğrudan sunuyor oluşu önemli görülmektedir. Ayrıca; veri, bulgu ve yorum üçlüsünü karıştırmadan anlaşılır hale getirmek gerekmektedir. Çalışmanın nicel araştırma kısmında da bu prensipten yararlanılarak “YÖK” web sitesi üzerinden doktora tez başlıkları araştırılmış ve hangi alanda nitel hangi alanda nitel sözcüklerinin araştırma yönteminin türünü belirtmek için kullanıldığı sayısal verilerle aktarılmıştır. Bilim alanları fen, sağlık ve sosyal bilimler şeklinde sınıflandırılmıştır. Buna göre; başlıkta araştırma türünün en fazla sosyal bilimler alanında belirtildiği gözlemlenmiştir. Doktora tezlerinin yazıldığı yıllara bakılarak elde edilen verilere göre de tez başlığında en fazla araştırma türünün belirtildiği yıl 2023’tür. Diğer yıllarda belirtilen araştırma türü sayı bilgisine göre anlamlı bir fark bulunmaktadır. Çalışmanın nicel araştırma bölümü 2024 yılı ortalarında gerçekleştirildiği için araştırma haziran ayı ilk yarısı ile sınırlandırılmıştır. Özellikle sağlık ve fen bilimleri alanında nitel ve nicel kavramlarının, araştırmalarda detaylı yöntem ifadesi kullanılması sebebiyle yer almadığı görülmektedir.

Çalışmanın özellikle nicel araştırma kısmı daha ayrıntılı anahtar sözcükler kullanılarak geliştirilebilir. Karma yöntem ifadesi kullanılarak tamamlanan tezler de ayrıca gelecek çalışmalarda değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A., Lorcü, F., Erduran, G.Y., Yazıcı, S. ve Akman, Y. (2021). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Etik*. (Ed. Atilla Akbaba). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akgül, I. (1994). Zaman Serisi Analizi ve Öngörü Modelleri. *Öneri Dergisi*, 1(1), 52-69.
<https://doi.org/10.14783/maruoneri.698511>.
- Aneshensel, C.S. (2013). *Theory-based Data Analysis for the Social Sciences*, 2. Baskı. California: Sage.
- Aziz, A. (2022). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri* 14. Baskı. Ankara: Nobel Yayınları.
- Barzun, J. ve Graff H. F. (1996). *Modern Araştırmacı*. (Çev. Fatoş Dilber). Ankara: Tübitak Yayınları.
- Bayet, A. (1982). *Bilim Ahlakı* 2. Baskı. (Çev. Vedat Günyol). Ankara: Say Yayınları.
- Box-Steffensmeier, J. M., Freeman, J. R., Hitt, M. P., ve Pevehouse, J. C. (2014). *Time series analysis for the social sciences*. UK: Cambridge University Press.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri – Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* 5. Baskı. (Çev. Ed. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cohen, M. F. (2011). *An introduction to logic and scientific method*. UK: Read Books Ltd.
- Coşkun, R. (2023). Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Yöntem Sorunları: 1930-2000 Arasında Yazılmış Araştırma Yöntemleri Kitaplarının Eleştirel Bir İncelemesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(Özel Sayı), 185-218.
- Çomu, T. ve Halaiqa, İ. (2015). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi, *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri* 2. Baskı. (Der. Mutlu Binark). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 26-87.
- Darmofal, D. (2015). *Spatial analysis for the social sciences*. UK: Cambridge University Press.
- DeVellis, R. F. (2022). *Ölçek Geliştirme – Kuram ve Uygulamalar* 3. Baskı. (Çev. Ed. Tarık Totan). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Descartes, R. (2013). *Yöntem Üzerine Konuşma* (Çev. Murat Erşen). İstanbul: Say Yayınları.
- Duverger, M. (2014). *Toplum Bilimlerinde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (Çev. Prof. Dr. Özen Ozankaya). İzmir: Cem Yayınevi.
- Elliott, J. (2005). *Using narrative in social research: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9780857020246>
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş – İletişim Alanından Örneklerle* 3. Baskı. Ankara: Genesis Kitap.
- Glesne, C. (2015). *Nitel Araştırmaya Giriş* 5. Baskı. (Çev. Ed. Ali Ersoy ve Pelin Yalçınoglu). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gürsakal, S. (2019). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz Teknikleri*. Bursa: Dora Yayınları.
- Güven, S. (2017). *Toplumbiliminde Araştırma Yöntemleri* 4. Baskı. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Halaç, O. (2001). *Kantitatif karar verme teknikleri: yöneylem araştırmasına giriş*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Hanneman, R. A., Kposowa, A. J., ve Riddle, M. D. (2012). *Basic statistics for social research* (Vol. 38). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hepkul, A. (2002). Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 1-12.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/795745>
- Kara, E. (2023). Karma Araştırma Yönteminin Teorik Olarak ve Örnek Araştırmalarla İncelenmesi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 73-90.
<https://doi.org/10.31006/gipad.1310518>
- Karasar, N. (2022). *Bilimsel Araştırma Yöntemi – Kavramlar İlkeler Teknikler* 37. Baskı. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kelleher, J. D. ve Tierney B. (2022). *Veri Bilimi* 2. Baskı. (Çev. Onur Öztürk). İstanbul: Tellekt

Yayınları.

- Keskin, U. (2017). Sosyal Bilimler Araştırma Yöntemleri Kitaplarının İhmal Edilen Unsuru Olarak Felsefe. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 437-450.
- Lakatos, I. (2014). *Bilimsel Araştırma Programlarının Metodolojisi*, (Çev. Duygu Uygun). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Loiseau, H., Ventre, D., ve Aden, H. (Eds.). (2020). *Cybersecurity in Humanities and Social Sciences: A Research Methods Approach*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Matthews, R. ve Ross, E. (2010). *Research Methods: A practical guide for the social sciences*. Pearson Education Ltd.
- Murchison, J. (2010). *Ethnography essentials: Designing, conducting, and presenting your research* (Vol. 25). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Özdemir, M., ve Tuti, G. (2023). Nitel Araştırma Desenleri: Metodolojik Bir Temellendirme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 11(2), 217-235.
<https://doi.org/10.57115/karefad.1331759>
- Popper, K. R. (2023). *Bilimsel Araştırmanın Mantığı* 13. Baskı. (Çev. İlknur Aka, İbrahim Turan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Punch, K. F. (2014). *Sosyal Araştırmalara Giriş – Nicel ve Nitel Yaklaşımlar* 3. Baskı. (Çev. Dursun Bayrak, H. Bader Arslan, Zeynep Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Şener, E. ve Bulut, Ö., ve Baran, S. (2022). Bilimsel Yönetim Paradigmasının Görünmeyen Yüzü: Kadın Teorisyenler ve Sosyal & Entelektüel Ağları Üzerine Eleştirel Bir Okuma. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 10(1), 25-54.
<https://doi.org/10.32705/yorumyonetim.1090862>
- Toy, B. Y. ve Tosunoğlu, N. G. (2007). Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda bilimsel araştırma süreci, istatistiksel teknikler ve yapılan hatalar. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-20. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/842689>
- Wagner, C. (1984). *Doğabilimsel ve Teknik Araştırma Yöntemleri*. (Çev. Zeki Tez). Ankara: Değişim Yayınları.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/563245>
- YÖK Tez Merkezi. <http://www.yok.gov.tr>, Erişim Tarihi: 13 Haziran 2024

YAPAY ZEKÂ İLE BAĞLANTILI DİJİTAL AYAK İZİ ÖRNEĞİ OLARAK; ELLA

AS AN EXAMPLE OF DIGITAL FOOTPRINT LINKED TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE; ELLA

Fatma BOZTAŞ¹

Gülenay PINARBAŞI²



ORCID: F.B. 0009-0001-4941-2407
G.P. 0000-0002-8758-287X

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Fatma Boztaş

Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
E-mail/E-posta: 23452335007@ogr.comu.edu.tr

² Gülenay Pınarbaşı

Istanbul Medeniyet University, Türkiye
E-mail/E-posta: gulenay.pinarbasi@medeniyet.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 03.03.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %9

Last revision received/Son revizyon teslimi: 08.04.2025

Accepted/Kabul tarihi: 09.04.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
Uşak Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu / E-54698883-044-60805 / 14.03.2024

Citation/Atıf: Boztaş, F. & Pınarbaşı, G. (2025).
Yapay Zeka ile Bağlantılı Dijital Ayak İzi
Olarak;Ella. Journal of Communication Science
Researches, 5 (2), 78-96.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15184057>

Öz

Bu çalışma, yapay zekâ kullanılarak oluşturulan dijital ayak izlerinin, çocukların gelecekte karşılaşabilecekleri potansiyel olumsuz etkileri üzerindeki rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşma eğilimlerinin bu bilgilerin yapay zekâ teknolojileri tarafından nasıl kullanılabileceğini ve olası zararlarını anlamaya odaklanmıştır. Araştırmanın temel amacı, ebeveynlerin dijital ayak izi ve yapay zekâ farkındalıklarını ölçmek ve bu farkındalığı artırmaya yönelik öneriler geliştirmektir. Bu kapsamda, özellikle sosyal medyada paylaşılan çocuk fotoğraflarının mahremiyet, veri ihlali ve etik sorunlar gibi konularda ortaya çıkarılabileceği tehlikeler ele alınmıştır. Araştırma nitel bir yöntemle gerçekleştirilmiş, veri toplama sürecinde 10 sosyal medya kullanıcısı anne ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Deutsche Telekom'un "Ella'nın Dijital Ayak İzi" isimli videosu kullanılarak katılımcıların bu konuya dair tepkileri analiz edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen cevaplar tematik olarak analiz edilerek tablolar halinde sunulmuştur. Araştırma sonucunda, ebeveynlerin büyük bir bölümünün dijital ayak izi kavramına dair sınırlı bilgiye sahip oldukları, ancak sosyal medya paylaşımlarının olası zararları konusunda endişe duydukları belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, ebeveynlerin sosyal medya kullanımı konusunda daha bilinçli olmaları gerektiğini ve dijital mahremiyeti koruma konusunda farkındalık yaratılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, ebeveynlerin dijital dünya ile etkileşimlerinde etik bir yaklaşıma önem vermelerinin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Yapay Zekâ, Dijital Ayak İzi, Kötülük, Mahremiyet.

Abstract

This study aims to examine the role of digital footprints created using artificial intelligence on the potential negative effects that children may encounter in the future. The research focuses on understanding the tendency of parents to share their children's photos on social media, how this information can be used by artificial intelligence technologies and the possible harms. The main purpose of the research is to measure parents' awareness of digital footprints and artificial intelligence and to develop suggestions to increase this awareness. In this context, the dangers that children's photos shared on social media may pose in terms of privacy, data breach and ethical issues are discussed. The research was conducted with a qualitative method, and semi-structured interviews were conducted with 10 social media user mothers during the data collection process. The participants' reactions to this issue were analyzed using Deutsche Telekom's video titled "Ella's Digital Footprint". The answers obtained from the interviews were analyzed thematically and presented in tables. As a result of the research, it was determined that the majority of parents have limited knowledge about the concept of digital footprint, but they are concerned about the possible harms of social media sharing. The findings reveal that parents need to be more conscious about social media use and that awareness needs to be raised about protecting digital privacy. This study emphasizes the importance of parents taking an ethical approach in their interactions with the digital world.

Keywords: Technology, Artificial Intelligence, Digital Footprint, Evil, Privacy

GİRİŞ

Dijitalleşme, insanlık tarihindeki en önemli dönüşüm süreçlerinden birini ifade etmektedir. Bu dönüşüm, bireylerin gündelik yaşam pratiklerinden toplumsal dinamiklere kadar hemen her alanda etkisini göstermektedir. Teknolojinin hızlı gelişimi ile analogdan dijitale geçiş süreci, ticaret, eğitim, finans, sanayi, kültür, sağlık, iletişim, medya ve haberleşme gibi pek çok alanda yeniliklerin yaşanmasına yol açmıştır. Dijital teknolojiler, 2000'li yılların sonrasında hızla yükselerek yeni bir çağın kapılarını aralamıştır. Blok zinciri, nesnelerin interneti, yapay zekâ ve veri gölü gibi dijital teknolojiler, yaşam kalitesini artırarak toplumun hemen her kesimini etkileyecek bir potansiyele sahiptir (Davinpot ve Redman, 2022, s.228). Bu dönüşüm, sadece teknik bir değişim değil, aynı zamanda bireylerin sosyal, politik ve ekonomik alışkanlıklarını da değiştiren bir toplumsal dönüşümdür. Dijitalleşme süreci, bireylerin bilgiye erişim biçimlerini kökten değiştirmiş, verinin yalnızca saklanabilir değil, aynı zamanda kolayca işlenebilir ve yorumlanabilir hâle gelmesini sağlamıştır. Dijital dönüşüm, kurumların strateji ve yapılarının dijital teknolojilerle yeniden şekillendirilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum ürün ve hizmetlerin üretim ve sunum yöntemlerinde köklü değişikliklere yol açmaktadır (Furr ve Shipilov, 2022, s.40). Bu süreçte, bilgisayarlar ve akıllı cihazlar, bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir. Özellikle mobil cihazlar, gerçek zamanlı veri elde etmeyi mümkün kılarak bilgiye dayalı karar alma süreçlerini hızlandırmıştır.

Dijitalleşmenin toplum üzerindeki etkilerini ele alan kuramsal ve edebi eserler, bu sürecin bireyler üzerindeki gözetim ve kontrol mekanizmalarını güçlendirdiğine işaret etmektedir. George Orwell'in "1984" adlı eseri, bireylerin sürekli bir izleme ve kontrol altında olduğu distopik bir toplumu betimleyen, günümüz dijital dünyası bu tasvirin ötesine geçerek bireylerin özel yaşamlarını dahi kayıt altına almaktadır (Orwell, 2021). Günümüz dijital teknolojileri, bireylerin kişisel mahremiyetlerini ihlal eden ve yaşamlarını neredeyse her açıdan gözetleyen sistemlerle Orwell'in distopik dünyasını gerçekliğe dönüştürmüştür. Araştırma, bu bağlamda, sosyal medya platformlarının çocukların dijital ayak izlerini oluşturmadaki rolünü ve yapay zekânın bu verileri nasıl kötüye kullanabileceğini incelemektedir. Orwell'in eserindeki "izlenme" fikri, dijital dünyada bireylerin hem fiziksel olarak hem de davranışlarının izlenebileceği gerçeğiyle genişlemektedir. Örneğin, ebeveynlerin sosyal medyada çocuklarının fotoğraflarını paylaşması, Orwell'in hayal ettiği gözetimden ileri bir şekilde verilerin rıza ile sunulmasına olanak tanımaktadır. Araştırmada ele alınan çocukların dijital ayak izi, bu izleme mekanizmalarının bir yüzünü ortaya koymaktadır: kişisel verilerin gelecekteki potansiyel etkileri. Bu bağlamda, Orwell'in kavramsallaştırdığı "Büyük Birader"¹, sosyal medyanın bireysel yaşamların ayrıntılarına erişme biçimiyle paralellik göstermektedir. Orwell'in eserinde Büyük Birader, sürekli izlenen ve denetlenen bir toplumun sembolüdür. Büyük Birader, yalnızca fiziksel gözlemi değil, bireylerin düşüncelerini ve davranışlarını da kontrol etmek isteyen bir figürdür. Bu kavram, günümüz dijital gözetim dünyasında daha da derinleşmiş ve teknolojik araçlar, bireylerin hem fiziksel hem de dijital ortamda izlenmesini mümkün kılmaktadır. Ancak, Orwell'in distopik dünyasında izleme, keyfi bir şekilde yapılırken, dijital çağda bu süreç kullanıcıların bilinçsiz katılımıyla gerçekleşmektedir. Araştırma, ebeveynlerin bu farkındalık eksikliğini ele alarak, dijital mahremiyetin korunması ve etik sosyal medya kullanımına yönelik öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Dijital teknolojiler, bireylerin özel hayatlarını kontrol eden birer casus gibi çalışarak kullanıcıların gündelik internet aramalarının bile veri toplama amacıyla kayıt altına almaktadır. Örneğin, Google, Facebook ve diğer sosyal medya platformları, kullanıcı davranışlarını sürekli olarak izleyerek, bu verileri hem ticari hem de sosyal amaçlarla kullanmaktadır (Zuboff, 2019; Andrejevic, 2007; Aust & Ammann, 2019). Dijitalleşmenin bu gözetim kapasitesi, sosyal medya platformlarının bireyler arasındaki iletişim dinamiklerini yeniden şekillendirmesiyle daha da belirgin hale gelmiştir (Fish, 2009). Sosyal medya platformları bireylerin düşüncelerini, beklentilerini, hayallerini ve hatta özel yaşamlarını paylaşmalarına olanak tanıyan yeni bir mecra sunmaktadır. Ancak bu paylaşımlar, bireylerin dijital ayak izi olarak bilinen, kimlikleri ve tercihlerine dair veri parçacıklarını oluşturarak mahremiyet haklarını riske atmaktadır.

¹ Orwell'in eserinde Büyük Birader, sürekli izlenen ve denetlenen bir toplumun sembolüdür. Büyük Birader, yalnızca fiziksel gözlemi değil, bireylerin düşüncelerini ve davranışlarını da kontrol etmek isteyen bir figürdür.

Bu bağlamda, sosyal medya platformları, yalnızca bir iletişim ve sosyalleşme aracı değil, aynı zamanda bireylerin özel yaşamlarının kamusal alana taşındığı bir mecra hâline gelmiştir. Özellikle ebeveynlerin çocuklarına ait görselleri sosyal medya platformlarında paylaşma alışkanlıkları hem dijital mahremiyet hem de yapay zekâ teknolojilerinin kötüye kullanım riski açısından önemli etik sorunlar doğurmaktadır. Çocukların dijital ayak izi ise genellikle ebeveynlerin sosyal medya paylaşımları yoluyla oluşmaktadır ve bu paylaşımlar, kötü niyetli bireyler veya yapay zekâ teknolojileri tarafından manipüle edilebilme riski taşımaktadır.

Bu çalışmada, ebeveynlerin çocuklarına ait görsel içeriklerin sosyal medya platformlarında paylaşımı yoluyla oluşturulan dijital ayak izlerinin, bu içeriklerin kötüye kullanıma potansiyeline karşı farkındalık düzeylerini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırma, ebeveynlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını, bu paylaşımların etik boyutlarını ve dijital mahremiyetin korunmasına yönelik yaklaşımlarını analiz ederek, dijitalleşmenin toplum üzerindeki etkilerine dair bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Böylece, sosyal medya platformlarında çocukların görsellerinin paylaşımıyla ilgili etik ve güvenlik endişelerinin daha geniş bir çerçevede ele alınması sağlanacaktır.

Büyük Veri

Araştırmalardan, deneylerden, gözlemlerden ve internet gibi ortamlardan elde edilen her türlü değere veri denir (Türk Dil Kurumu, Sözlük). Yengin'e göre veriler; olgusal veya yargısaldır. Olgusal veriler gözlenebilir olan gerçekler, yargısal olanlar ise öznel ve yorumsal verilerdir. Veri kaynakları insanlar, belgeler ve kalıntılar olduğu gibi veri toplamada bu kaynaklardan yararlanılmaktadır (Yengin, 2017, s.48). Aslında insanlığın yaratılıştan itibaren topladığı bütün bilgiler birer veridir. Öyle ki insanlar hayatını idame ettirecek her türlü bilgi için sordukları ve cevap aradıkları bu verileri hafızasında tutarak ihtiyacı olan bir kişiyle paylaşmış ve günümüzdeki adı ile veri paylaşımı yapmıştır. Günümüzde güncellenen ve gelişen teknoloji ile insanların hayatını kolaylaştıracak her türlü bilgi için bilgisayarlar ve mobil cihazlarda veri ihtiyacı da artmış ve bu kapsamda internetin de bu doğrultuda evrilmesine sebep olmuştur. Kullanılan telefon, bilgisayar gibi neredeyse bütün akıllı cihazlarla yapılan her işlem arka tarafta saklanarak zaruri ihtiyaç haline gelmiştir. Bu bilgilerin gerek ses gerek metin ve arşivlemek adına resim gibi birçok türde de gerçekleştiği görülmektedir.

Büyük veri, daha önce zor çözülen problemleri daha hızlı ve etkili bir şekilde çözmek için kullanılmaktaydı. Thomas Siebel, büyük verinin ne anlama geldiğini anlamak için veri teknolojisinin zaman içindeki gelişimine bakmak gerektiğini söylemiş, depolama cihazı olarak Mezopotamya'nın Uruk şehrindeki kil tabletten bahsetmiştir. Kaydedilen ve saklanan ilk veri örneği olan bu kil tablette işçilere yapılan ödemeler kaydedilmiştir. Mezopotamya'da bürokratların anlaşma yapmasına yardımcı olmak için kayıtların bulunduğu büyük bir depo olan Asurbanipal Kraliyet Kütüphanesi ise Mezopotamya edebiyatı, dini ve bürokrasisi için ciddi bir veri saklama alanıdır (Siebel, 2022, s.95). Günümüzde geleneksel veri toplama şekillerinin ve veriye ulaşım kolaylığının aynı doğrultuda artması da mecburidir. Değişen teknoloji sayesinde oluşturulan depolama alanları olan "Büyük Veri"nin ana özellikleri; hacim, hız ve çeşitliliklerdir. Bilgisayar teknolojilerinin ve çevrimiçi akıllı sistemlerin gelişmesiyle üretilen dijital veri miktarı hızla artmaktadır. Bu artış, sağlık, sigortacılık, afet yönetimi gibi birçok alanda geleceği öngörme ve karar verme süreçlerinde verilerin hammadde olarak kullanılmasına olanak sağlamıştır. Sensörler, akıllı sistemler ve bulut teknolojileriyle toplanan verilerin anlamlı iç görünlere dönüştürülmesi giderek daha önemli hale gelmiştir (Eravcı, 2020).

Buhar makinelerinin fabrikalarda kullanılması ile başlayan ilk sanayi devrimi ile üretim kapasitesinin ve hızının arttığı bir dönem yaşanmıştır. 2. devrimin en önemli gücü olarak elektrikli ile çalışan fabrikalara geçişin seri üretimi artırdığı, endüstriyel faaliyetlerin çok daha verimli hale geldiği bir dönem yaşanmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin ara yüz olarak kullanıldığı 3. devrimde ise insan gücüne olan ihtiyacın azaldığı üretimin hızının gittikçe arttığı yeni bir dönem yaşanmıştır. İlk endüstri döneminde insanların mekanik gücün ustası olmaları sağlanırken sonuncusunda elektronik güce hâkim olunmuştur. Dördüncü devrimin en temel bileşenleri "nesnelerin interneti", "siber fiziksel sistemler" ve "otonom makinelerin" hâkim olduğu "insansız fabrikalardır". Bulut bilişim teknolojisi ile birlikte de "büyük veri" kavramı ortaya atılmıştır (Öztemel ve Gürsev, 2020). Endüstriyel kuruluşlar harici de toplumun her kesiminde veri önemlidir. İnanılmaz miktarda toplanan bu veriler işlenerek anlamlı bilgileri

oluşturmaktadır. İnsanların oturduğu yerden günlük işlerini ve ihtiyaçlarını kolayca halledebildiği, hayatını kolaylaştıran hatta iş verimini yükselten uygulamaların da dahil edildiği bir kolaylık söz konusudur. Büyük veri dünyası giderek büyümektedir. Farklı türlerdeki kuruluşlar da her yıl çeşitli biçimlerde daha fazla veri üreterek insanlığa pek çok alanda yararlı olmaktadır.

Yapay Zekanın Büyük Veriye Katkıları

Tarih boyunca, insanlık hayatı kolaylaştırmak, verimliliği artırmak ve fiziksel çabayı en aza indirmek için çeşitli icatlar geliştirmiştir. Günümüz teknolojisinin temellerinin hava, boşluk ve denge prensiplerine dayandığı ve bu ilkelerin Yunan dünyasında geliştirilen bilimsel çalışmalardan etkilendiği anlaşılmaktadır. M.Ö. Ctesibios, Philon ve Heron gibi bilim insanları tarafından geliştirilen çeşitli mekanik araçlar bu bilimsel ilerlemenin bir parçasıdır. Archimedes'in buluşları, İslam dünyasına aktarıldığında, Benu Musa kardeşler, Farabi, Hazini ve Cezeri gibi isimler bu bilimsel mirası daha da ileriye taşımıştır. Benu Musa kardeşlerin yazdığı "Kitab'ul Hiyel" (Makine Bilimi) adlı eser, İslam dünyasında mekanik bilimi adına önemli bir çalışma olarak kabul edilmektedir. Cezeri, sibernetiğin erken uygulayıcılarından biri olarak, denge, haberleşme ve kontrol mekanizmalarını insan taklitli makinelerde uygulamış ve robotik teknolojinin ilk örneklerini üretmiştir (Çırak ve Yörük, 2016). Cezeri'nin makineleri, insan zekâsını taklit etme fikrine yönelik ilk adımları içeriyordu.

Atınç Yılmaz, eski Yunan mitolojisinde Daeelus'un yapay insan oluşturma düşüncesini yapay zekâ kavramına erken bir örnek olarak gösterir. Yapay zekâyâ dair modern anlamdaki çalışmalar ise, Charles Babbage ile başlar. 1884 yılında, Babbage ilk zeki davranışlar sergileyebilecek makineleri tasarladı. Ancak, bu makinelerin insan zekâsına ulaşamayacağı düşünülerek çalışmalar sürdürüldü. Claude Shannon, bilgisayarların satranç oynayabileceğini öne süren ilk kişi oldu ve bu çalışma, yapay zekanın gelişiminde önemli bir dönüm noktası olarak kabul edildi (Yılmaz, 2023, s.13). Dartmouth Konferansı'nda 1956 yılında "yapay zeka" terimi resmen ortaya atıldı ve bu konferans yapay zeka araştırmalarının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Yapay zeka, insan zekâsını modellemeyi amaçlayarak insan gibi akıl yürütebilme, öğrenme ve genelleme yapabilme özelliklerini makineler ve bilgisayarlara kazandırmaya çalışır. Bu gelişmeler, insan beyninin işleyişini anlamaya yönelik birçok araştırmanın da önünü açmıştır. 1956'daki bu başlangıçla birlikte yapay zeka, matematik, dilbilim ve bilgisayar bilimleri gibi çeşitli disiplinlerden beslenen bir alan haline gelmiştir (Karaduman, 2019).

Yapay zeka teknolojisinin modern dünyadaki etkileri oldukça geniş kapsamlıdır. Bugün, dört temel teknoloji olan bulut bilişim, büyük veri, nesnelerin interneti ve yapay zeka, birçok sektörde devrim niteliğinde değişiklikler yaratmaktadır. Yapay zeka endüstriler ve ulusların işleyişini dönüştürme potansiyeli taşımaktadır. Bu teknolojilerin entegrasyonu, günümüz dünyasında dijital dönüşümü hızlandırmış ve yeni fırsatlar ile riskler ortaya çıkarmıştır. Kovancılar, Dijital ayak izinin 'her şeyin bağlantı halinde bir dünya' hayaliyle başladığını ifade etmiş ve insanların yaşadığı ve yaşayacağı tehlikelerden de şöyle bahsetmiştir: "İnsanların deneyimlerinin paylaşılacağı ve kendilerinin daha az yalnız hissedeceği bir yer (alan) olacaktı. Çok geçmeden bu dünya bizim, çöpçatanımız, anlık bilgi kaynağımız, kişisel eğlendiricimiz, anılarımızın koruyucusu, hatta terapistimiz oldu... Daha derinlere inince fark ettim ki bıraktığımız dijital izler her yıl trilyon dolarlara kaldıran bir sektörün yapı taşları oluyor. Bizler artık ticari ürünleriz. Ama bedava bağ kurma sevdasının büyümesine o kadar kapıldık ki, hüküm ve koşulları okuma zahmetine bile katlanmadık." (Çelebi ve Kovancılar, 2021:1). Eski Yunan'dan başlayan makinelerle insanı taklit etme fikri, İslam dünyasında Cezeri'nin mekanik çalışmalarında devam etmiş, Rönesans döneminde ise modern bilimsel metodolojiyle birleşerek Charles Babbage gibi isimlerle zeki makineler oluşturma fikrine dönüşmüştür. 20. yüzyılda ise yapay zekanın gelişimi, 1950'lerdeki dijital bilgisayarların icadı ile hız kazanmış ve bu süreç 1960'larda yapay zekanın resmi bir araştırma alanı haline gelmesiyle daha somut bir form kazanmıştır.

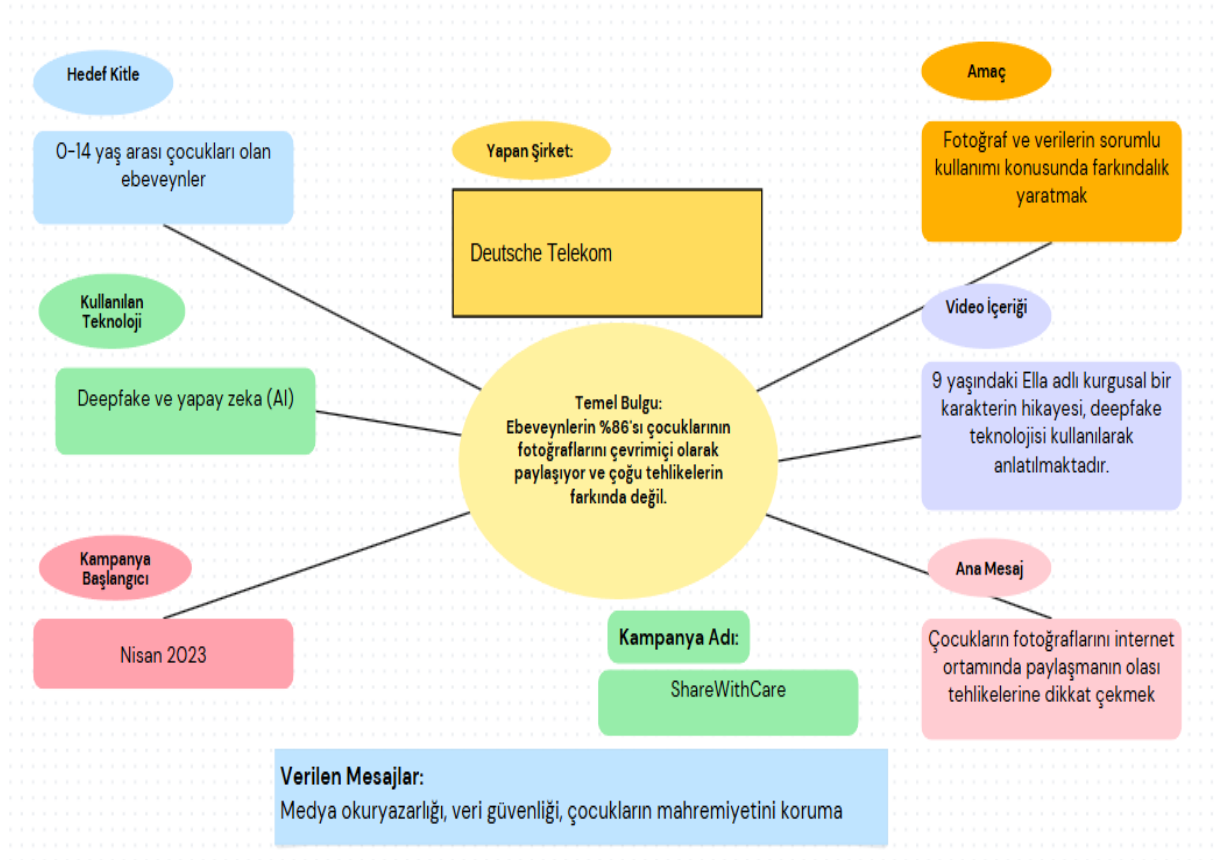
Yapay zekanın bugünkü gelişmeleri, insanların karar alma süreçlerini daha verimli hale getiren, büyük veriyi işleyebilen ve kendi kendine öğrenebilen sistemlerin yaygınlaşması ile hız kazanmıştır. İnsan zekâsını modelleme amacıyla yola çıkan yapay zekâ, günümüzde hayatın birçok alanında uygulanabilir çözümler üretmektedir. Makine öğrenmesi, artırılmış gerçeklik, karma gerçeklik (sanal gerçeklik ile artırılmış gerçekliğin karışımı), robotik sistemler, akıllı şehirler ve arabalar ve insansız araç sistemleri dahil çok çeşitli alanda kullanılabilen yapay zekâ teknolojisi, insanların hayatlarını kolaylaştırırken,

yasal çerçevelerin geliştirilmesi ve uluslararası alanda desteklenmesiyle çok daha büyük bir güç kazanabilir. İnsanların çalışma ortamlarında benzeri görülmemiş değişikliklere neden olurken yepyeni teknolojilerin ortaya çıkmasına destek olabilir ve hatta hayatın her alanında gelişime katkı sağlayacaktır (STM Teknolojik Düşünce Merkezi, 2024).

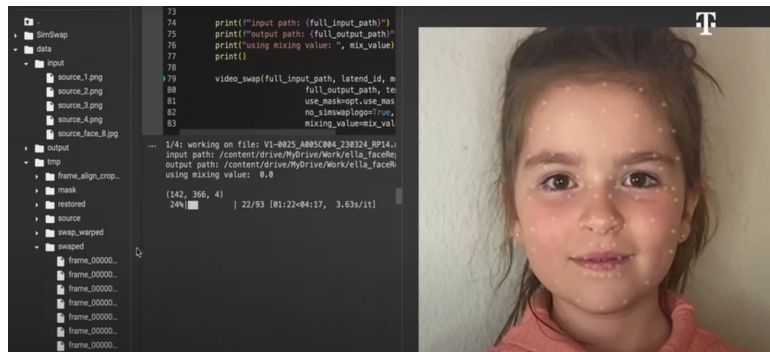
Dijital Ayak İzi

Teknoloji tabanlı sistemlerin yaygınlaşmasıyla birlikte ilkökul çağından, emeklilik yaşına değin tüm bireylerin teknolojik cihazlar ve sanal ortam üzerindeki davranışları veri şeklinde kayıt altına alınmaktadır. İçinde bulunduğumuz yüzyılın başından itibaren bilgisayar teknolojileri ve sanal dünyada yaşanan hızlı gelişmelerle beraber, herhangi bir bireyin gün içerisinde neredeyse yaptığı tüm aktiviteler dijital ortamda kayıt altına alınmaktadır (Gülleroğlu ve Coşkun, 2024). Geleneksel medya araçlarının yerini yeni medyanın aldığı bir dönem yaşanmaktadır. Teknolojik dönüşümlerin bir sonucu olarak veri, bir toplama süreci olarak değerlendirilmektedir. Verinin, anlam kazandığı ve değerli hâle geldiği nokta, bilgiye dönüşmesidir. Aynı zamanda bilginin hammaddesi olan veri, günümüzde her türlü doğal kaynaktan daha değerli bir konuma gelmiştir. Dünyada 3.8 milyar akıllı telefon kullanıcısı var. Verilerle bir şekilde her gün iç içeler, ayak izi bırakıyorlar (Erkul, 2021). Dijital ayak izi (digital footprint), kullanıcıların web etkinlikleri sonrasında ardında bıraktığı bilgiler, izler, bir diğer deyişle veri kırıntıları olarak belirtilmektedir (Fish, 2009). Bilgi teknolojilerinin çok fazla gelişim gösterdiği bu çağda kişiler internetteki hareketlerinden bir çıkarım elde edilebilecek şekilde izler bırakmaktadırlar. Dijital ayak izi ile kullanımlarından yola çıkılarak oluşturulan veriler sayesinde her bir bireyin kişilik özelliği tahmin edilebilmektedir. Bu verilerin işlenmesi sonucu potansiyel tüketim alışkanlıkları hatta siyasi tercihleri dahi tahmin edilebilmektedir.

Toplumsal alanda yaşanan dönüşümlerden biri de bireylerin iletişim kurma yöntemlerinde gözlemlenmektedir. İletişim aracı olarak giderek daha fazla önem kazanan cep telefonları başta olmak üzere, tüm dijital cihazlar aracılığıyla internet üzerinden iletişim sağlanmaktadır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan görsellerle devam eden bu süreç, bireylerin birbiriyle etkileşim kurduğu ve kendi yaşamlarını çevresindekilere aktardığı bir mecra hâline gelmiştir. Özellikle çocuklarının doğum öncesi dönemden itibaren fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmaya başlayan annelerin, çocuklarının her anını dijital platformlara yüklemesiyle ortaya çıkan bu yeni iletişim biçimi, beraberinde bazı olumsuzlukları da getirmektedir.

Tablo 1: Ella'nın Ayak İzi Videosu Tanıtım Tablosu**Kaynak:** (Deutsche Telekom, 2023)

Bir Alman şirketi olan Deutsche Telekom, "ShareWithCare" kampanyasıyla fotoğraf ve verilerin sorumlu kullanımı konusunda farkındalık yaratmak için 2023 yılının Nisan aylarında bir eğitim kampanyası başlatmıştır. Kurgusal olarak hazırlanan "Ella"nın hikayesi, gerçek bir sorunun yapay zeka (AI) kullanılarak abartılı bir şekilde sahnelenmesidir. Bu deepfake reklam "Ella'dan Bir Mesaj" ile başlamaktadır. Bu reklam bir aile örneği kullanılarak hazırlanmış olup çocukların fotoğraflarını internette paylaşmanın sonuçlarına değinmektedir. En son yapay zeka teknolojisinin yardımıyla ilk kez yetişkin bir kadın gibi davranabilen, akıl yürütebilen, 9 yaşındaki bir çocuğun neredeyse yaşlı bir deepfake'i hazırlanmıştır.

**Şekil 1.** Çevrimiçi resim paylaşmak, kimlik hırsızlığının en yaygın nedenlerinden biridir.**Kaynak:** (Deutsche Telekom, 2023)

Ayrıca Deutsche Telekom, 0 ila 14 yaş arası çocukları olan ebeveynler arasında güncel bir anket yapmışlar ve sonuçlarını şu şekilde paylaşmışlardır:

- Çocukların fotoğraflarını internette paylaşmak oldukça yaygın: Çocukların yüzde 86'sı çocuklarının fotoğraflarını ve videolarını çevrimiçi olarak paylaşıyor.
- Çocuklar ne kadar küçükse, en yakın akrabaları da onların fotoğraflarını veya videolarını o kadar sık paylaşıyor: Ebeveynlerin yüzde 70'i, 5 yaşına kadar olan çocuklarının fotoğraflarını veya videolarını haftada en az bir kez mesajlaşma servisleri aracılığıyla paylaşıyor (yüzde 59'u 5 yaşına kadar) 6 ila 9 yaş arası ve yüzde 46'sı 10 ila 14 yaş arası çocuklarla).
- Ebeveynlerin yalnızca üçte biri çocuğun fotoğrafının kimlik hırsızlığı amacıyla kullanılabileceğini biliyor.
- Ankete katılanların yüzde 85'i, çocuklarının fotoğraflarını veya videolarını paylaştıkları kişilerin bunları başkalarına aktarmayacağına inanıyor.
- Öte yandan yüzde 65'i çocuklarının fotoğraf ve videolarına ne olacağından emin değil.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak dijital dünyaya katılımımız mecburi bir hal almıştır. Deutsche Telekom şirketi de çok sayıda uluslararası girişimle dijital becerileri teşvik etmeye kararlı olduklarını vurgulayarak bu reklamı hazırladıklarını belirtmiştir. Video yayını ile şu konularda da mesaj vermişlerdir: *“Çocukların rızası olmadan tatil, kutlama ve özel anlara ait fotoğrafları doğrudan birbirimizle paylaşmaktan mutluluk duyarız. Bu çok güzeldir ve bizi birbirimize bağlamaktadır. Ancak, çevrimiçi olduktan sonra bu kişisel verilere dünya çapında ve süresiz olarak erişilebilmektedir. Ve bunun öngörülemeyen sonuçları olabilir. İstismarın önlenmesi için hepimiz çağrıda bulunuyoruz. Medya okuryazarlığımızı güçlendirmeli, veri koruma ve veri güvenliğine yönelik kendi yaklaşımımızı gözden geçirmeli ve böylece istenmeyen zararları en başından önlemeli ve hassas verileri işlerken özel dikkat gösterilmelidir (Deutsche Telekom, 2023).”*

Araştırmanın Amacı:

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ kullanılarak hazırlanan görsellerin dijital ayak izlerinin, çocukların gelecekteki yaşamlarında olumsuz bir şekilde kullanılma potansiyelinden doğan risklere karşı ebeveynlerin farkındalık düzeyini ölçmektir. Gelişen teknolojiyle birlikte, sosyal medya üzerinden gerçekleşen yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkmıştır. Bu iletişim biçimiyle sosyal medyada paylaşılan bir görsel, özel olmaktan çıkarak kamuya açık bir haber ya da içerik hâline dönüşebilmektedir. Sosyal medya platformları, bireylerin fikirlerini, beklentilerini, hayallerini, yaşantılarını ve hatta özel hayatlarını paylaştıkları bir alan olarak, bireysel ve toplumsal yaşamın bir parçası hâline gelmiştir.

Annelerin çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşma eğilimi, iletişim kurma ve çevreleriyle etkileşimde bulunma amacı taşımaktadır. Ancak bu davranışın ardında farklı sebepler yatmakla birlikte, yapılan paylaşımların olumsuz sonuçlar doğurabileceği öngörülmektedir. Çocuk fotoğraflarının sosyal medyada paylaşılmasının, kimi zaman toplumsal bir baskı aracı olarak kullanıldığı ve bu paylaşımların potansiyel riskler barındırdığı üzerine bir videodan hareketle annelerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma ile sosyal medya aracılığıyla üretilen kültürel pratikler dikkat çekilerek bu alanda yapılacak diğer araştırma ve çalışmalara veri sağlamak amaçlanmıştır. Aynı zamanda, ebeveynlerin çocukların dijital ayak izleri konusundaki farkındalıklarını artırmaya yönelik öneriler geliştirilerek sosyal medyanın olası zararlarına dair toplumsal bilincin güçlendirilmesi hedeflenmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evreni, dijital ayak izi ve yapay zekâ farkındalığına ilişkin sosyal medya kullanıcıları olan ebeveynlerden oluşmaktadır. Çalışma kapsamında, amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak İstanbul

ilinde ikamet eden ve çocuklarına ait görselleri sosyal medya platformlarında paylaşan ebeveynler belirlenmiştir. Araştırmaya dahil edilen 10 kişilik örneklem, nitel araştırmanın derinlemesine veri toplama gereksinimlerini karşılamak amacıyla seçilmiştir. Katılımcıların tamamı sosyal medya kullanıcısı olup, özellikle çocuklarının fotoğraflarını paylaşma alışkanlıkları açısından farklı profillere sahiptir. Ayrıca örneklem, dijital ayak izi ve yapay zekâ konusundaki farkındalık düzeylerini ölçmeyi hedefleyen özgün bir veri grubu sunmaktadır. Bu yöntemde, araştırma sorularına en uygun yanıtları verebilecek bireylerin seçilmesi esas alınmıştır. Örneklem büyüklüğünün 10 kişi olarak belirlenmesinin nedeni, nitel araştırmalar için önerilen veri doygunluğu prensibine uygunluk sağlamaktır. Görüşmelerden elde edilen detaylı ve zengin veri, araştırmanın amaçlarına ulaşması için yeterli bilgi sağlamıştır. Seçilen katılımcılar, aktif sosyal medya kullanımlarıyla birlikte dijital ayak izi, mahremiyet, yapay zekâ farkındalık düzeylerindeki çeşitlilikleri ve çocuklarına dair görsel paylaşımlarda etik yaklaşımlarını yansıtmalarıyla araştırma sorularına bir perspektif sunmaktadır. Araştırma, İstanbul ilinde ikamet eden ebeveynlerle sınırlıdır.

Bu araştırmada örnekleme dahil edilen katılımcılar, sosyal medya platformlarını düzenli ve aktif kullanmaları ve çocuklarına ait görsel içerik paylaşma alışkanlıklarıyla araştırmanın odaklandığı dijital ayak izi ve mahremiyet konularında, deneyimlere dayalı veri sağlamaktadır. Katılımcıların dijital mahremiyet ve yapay zekâ konularındaki bilgi ve bilinç seviyelerinin farklılık göstermesi, araştırmanın farkındalık yaratma ve algı düzeylerini analiz etme hedeflerine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, katılımcıların çocuklarına dair görsellerin paylaşımı konusunda etik yaklaşımlarını yansıtmaları, araştırmanın etik boyutuna yönelik bir inceleme yapılmasına imkân tanımaktadır. Seçilen katılımcılar, sosyal medya kullanımında çocuk görsellerinin paylaşımına ilişkin deneyim ve düşünceleriyle araştırmanın amacına doğrudan katkı sağlarken, dışarıda kalan diğer bireylere göre daha somut ve konuya ilişkin bir veri seti sunmaktadır.

Çalışma Grubu

Nitel araştırmalarda büyük gruplar yerine, araştırmanın amaçlarını karşılayan, detaylı veri sunabilecek örneklemelerin belirlenmesi gerekmektedir (Coyne, 1997). Bu araştırmada kullanılan örnekleme tekniği, çalışmanın amacına uygun olarak derinlemesine ve nitelikli veri sağlayabilecek katılımcıların belirlenmesini amaçlayan amaçlı örnekleme yöntemidir. Bu bağlamda seçilen 10 anne, sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaları ve çocuklarına ait görsel içerikleri paylaşma alışkanlıklarıyla, araştırmanın odaklandığı dijital ayak izi, mahremiyet ve yapay zekâ farkındalığı konularında bir veri kaynağı sunmaktadır. Görüşme yapılan 9 kişi İstanbul'da oturmakla birlikte 1 psikolog-anne İstanbul'dan 3 ay önce Ege Bölgesine taşınmış olup telefon ile görüşme sağlanmıştır.

Katılımcılar, dijital teknolojiler ve sosyal medya kullanımıyla ilişkili deneyimlerini ortaya koyarken, çocuklarına dair görsellerin paylaşımı konusunda etik yaklaşımlarını da yansıtmaktadır. Örneklemde yer alan annelerin dijital mahremiyet ve yapay zekâ farkındalığına dair bilgi düzeylerinin farklılık göstermesi, çalışmanın konuya ilişkin bir perspektif sunmasına katkıda bulunmuştur.

Seçilen annelerin mesleki ve demografik özellikleri (örneğin ev hanımı ya da psikolog) ile sosyal medya kullanımlarındaki çeşitlilik, araştırma amacına yönelik somut bir veri seti oluşturmasını sağlamaktadır. Bu annelerin, özellikle dijital ayak izi farkındalığı düşük bireylerin nasıl bilinçlendirilebileceği sorusuna yanıt aramak ve çocuk görsellerinin paylaşımının olası risklerini analiz etmek açısından bir grubu temsil ettiği düşünülmüştür. Nitel araştırmalarda büyük gruplar yerine, araştırma amaçlarını karşılayan, derinlemesine veri sunabilecek katılımcılarla çalışmak prensibi doğrultusunda, örneklem büyüklüğü etkili ve odaklı bir şekilde belirlenmiştir.

Veri Toplama Aracı

Verilerin kötüye kullanımı ve yapay zekanın (AI) yükselişi sayesinde ebeveynlerin karşı karşıya kaldıkları artan riskler konusunda görüşlerini almak üzere araştırmacı tarafından “Ebeveyn Görüşme Formu” geliştirilmiştir.

Araştırmanın amacına ulaşabilmek için aşağıdaki sorulara aralarda alt amaç sağlamak üzere sonda soruları ile cevap aranmıştır:

1.İnternette kendiniz ile ilgili hangi bilgileri paylaşıyorsunuz ve hangi sosyal medya platformlarında paylaşımlar yapıyorsunuz?

Alt Amaç:

- ❖ İnternete her gün girer misiniz ve kaç saat çevrim içi kalıyorsunuz?
- ❖ İnternette sizinle ilgili hangi bilgilere ulaşılabilir?
- ❖ İnternette video ve şarkı paylaşımı yapar mısınız?
- ❖ İnternette tartışmalara katılıp haberlere yorum yapar mısınız?

2.Çocuğunuzun fotoğrafını internette paylaşıp mısınız?

Alt Amaç:

- ❖ Ne sıklıkla?
- ❖ Kimlerle paylaşıyorsunuz?

3.Çocuk resimlerinin sosyal medyada paylaşılmasının getireceği tehlikeler neler olabilir?

Alt Amaç:

- ❖ Kişisel veri ihlali
- ❖ Mahremiyet
- ❖ Kişiliğine ve psikolojisine etkisi

4.Yapay zeka hakkında ne düşünüyorsunuz?

Alt Amaç:

- ❖ Yapay zeka gelişimi gelecekte nasıl bir yön izleyebilir?

5.Sosyal medyada masumca paylaşılan bir fotoğrafın yapay zeka teknikleri kullanılarak kötü amaçlar için kullanıldığına hiç şahit oldunuz mu?

Alt Amaç:

- ❖ Filmler, reklamlar, haberler
Bu arada Deutsche Telekom tarafından hazırlanan “Ella’nın Dijital Ayak İzi” adlı video seyrettirilir.
Videoya verilen yorumlar ve tepkiler ses kaydına alınır. (Bu videoyu izledikten sonra duygu durumu sorulur.)

6. Çocuğunuzun fotoğrafını nasıl paylaşmalısınız?

Alt Amaç:

- ❖ Kişisel hesabın kontrol edilmesi
- ❖ Fazla paylaşımdan uzaklaşmak
- ❖ Gizlilik ayarlarını bilerek açık hesaplardan uzak durma
- ❖ Dijital ayak izini silmenin yöntemlerini bilmek.

BULGULAR

Araştırma kapsamında 10 katılımcı ile yapılan görüşmelerde 6 temel soru yöneltmiştir. Bu çerçevede katılımcılar K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 olarak tanımlanacaktır.

Tablo 2: Katılımcının Sosyal Medya Kullanım Durumu

Katılımcı	Çocuk Sayısı	Sosyal Medya Hesapları	Hesap Durumu	Şahsi Bilgi Paylaşımı	Günlük Ekran Süresi	Haber Yorumlarına Katılımı
K1	2	Instagram Spotify Twitter	Hesap 1: herkese açık iş hesabı Hesap 2: Sadece arkadaş çevresine açık	+ —	2 saat	+
K2	3	WhatsApp Instagram Facebook	Herkese açık	—	2 saat	—
K3	2	Instagram Facebook+9k	Sadece arkadaş grubuna açık	—	2 saat	-
K4	3	X Instagram	Sadece arkadaş grubuna açık	—	Belirtmedi	-
K5	2	WhatsApp Instagram YouTube	Sadece arkadaş grubuna açık	—	Belirtmedi	-
K6	2	Instagram	Sadece arkadaş grubuna açık	—	Belirtmedi	-
K7	4	WhatsApp Instagram	Sadece arkadaş grubuna açık	—	Belirtmedi	-
K8	1	WhatsApp X Instagram Facebook	Herkese açık	+	3 saat	-
K9	2	WhatsApp Instagram	Sadece arkadaş grubuna açık	+	3 saat	+
K10	2	WhatsApp Instagram YouTube	Herkese açık	+	3 saat	-

Tablo 2’de görüşme yapılan annelerin sosyal medyayı nasıl kullandıkları verilmektedir. Buna göre annelerin hepsinin Instagram kullandıkları, Facebookları olduğu halde kullanmayı tercih etmedikleri, WhatsApp’ın durum kısmını kullananların olduğu tespit edilmiştir. X hesabının 2 katılımcı tarafından kullanıldığı, K1 kullanıcısının iş profili olarak Instagram’da farklı bir hesabının olduğu ayrıca Spotify hesabının da bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan 3’ü hariç diğerlerinin hesaplarını sadece arkadaş gruplarıyla paylaştığı tespit edilmiştir. Katılımcılardan dört tanesinin ekran süresini belirtmemesinden hareketle bu konuda farkındalık geliştirmediği kanaatine varılmıştır.

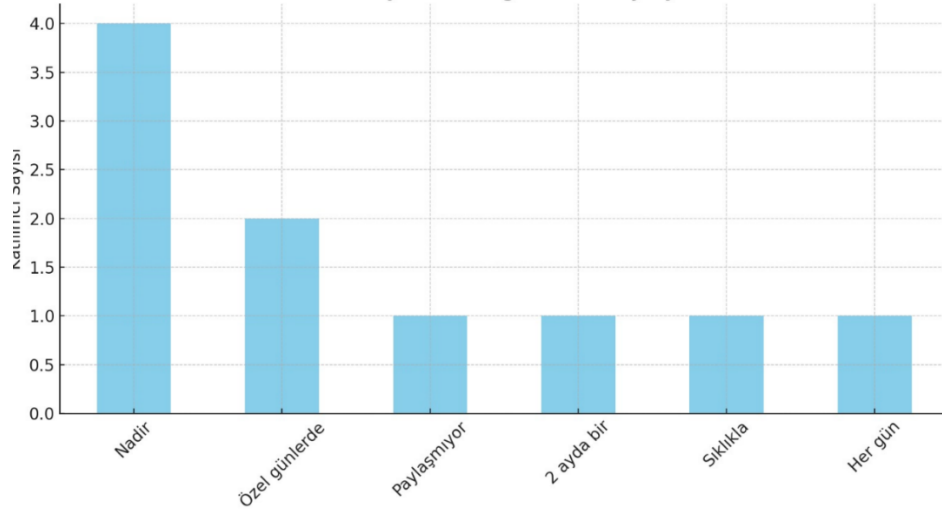
Tablo 3: Katılımcının Çocuğuna Ait Fotoğrafları İnternette Paylaşım Durumu

Katılımcı	Çocuklarının fotoğraflarını paylaşım durumu	Ne sıklıkla paylaşıyor
K1	Hesap 1: Sadece arkadaş grubu ile Hesap 2: Çocuğunun yüzünü göstermeden	Hesap 1: Özel günlerde Hesap 2: Düzenli bir paylaşım ile
K2	Instagram’da arkadaş grubu ile	Nadir
K3	Instagram’da arkadaş grubu ile	Nadir
K4	Paylaşmıyor.	-
K5	Instagram’da arkadaş grubu ile	Nadir
K6	Instagram’da ve Watsapp’ta durum olarak arkadaş grubu ile	2 ayda bir
K7	Instagram’da arkadaş grubu ile	Nadir
K8	Instagram’da arkadaş grubu ile	Sıklıkla
K9	Instagram’da ve Watsapp’ta durum olarak arkadaş grubu ile	Her gün

K10	Herkese açık	Özel günlerde
-----	--------------	---------------

Tablo 3’te, katılımcıların çocuklarına ait fotoğrafları internette paylaşma alışkanlıkları analiz edilmiştir. Verilere göre, katılımcılar arasında çocuk fotoğrafı paylaşma durumu çeşitlilik göstermektedir ve bu durum, sosyal medya kullanım biçimleri ve paylaşım sıklıkları açısından farklılıklar arz etmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Çocuk Fotoğrafı Paylaşım Durumu

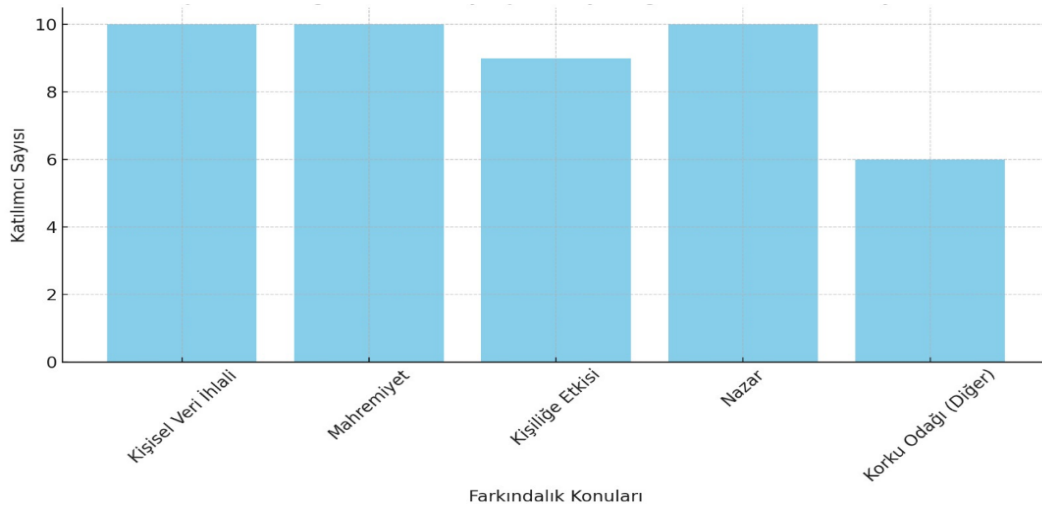


Aynı tabloda katılımcıların çocuklarına ait fotoğrafların internette paylaşım durumuna alt amaç olarak “Ne sıklıkla?” ve “Kimlerle paylaşıyorsunuz?” sorularına *ait cevaplar* da bulunmaktadır. Buna göre katılımcı grubun çoğunlukla anne kimlikleri ile temkinli hareket ettikleri gözlemlenmiştir. Katılımcılar arasında sosyal medyada çocuk fotoğrafı paylaşımı konusunda genel bir temkinlilik dikkat çekmektedir. Mahremiyet kaygısı, paylaşımı sıklığı ve biçiminde belirleyici bir rol oynamaktadır. Paylaşım sıklığındaki farklılıklar, kişisel tercihlerin, dijital mahremiyet bilincinin ve sosyal çevreyle olan etkileşimlerin çeşitliliğini yansıtmaktadır.

Tablo 5: Sosyal Medyada Çocuk Resmi Paylaşımındaki Tehlikelere Ait Katılımcı Farkındalığı

Katılımcı	Kişisel Veri İhlali	Mahremiyet	Kişiliğe Etkisi	Nazar	Korku Odağı
K1:	+	+	+	+	Psikolojik etki Akran zorbalığı Alay edilme korkusu
K2:	+	+	+	+	
K3	+	+	+	+	Akran zorbalığı, Alay edilme korkusu
K4	+	+	+	+	
K5	+	+	+	+	
K6	+	+	+	+	
K7	+	+	+	+	Pedofili korkusu
K8	+	+	+	+	
K9	+	+	-	+	Bir korku yaşamadığını belirtmiştir.
K10	+	+	+	+	Alay edilme korkusu Psikolojik etkisi

Tablo 5’te, sosyal medyada çocuk resmi paylaşımındaki tehlikelere dair katılımcıların farkındalığı analiz edilmiştir. Veriler, katılımcıların kişisel veri ihlali, mahremiyet, kişilik etkisi, nazar gibi metafizik konulardaki endişelerini ve korkularını içermektedir.

Tablo 6: Çocuk Fotoğraflarının Paylaşılmasıyla İlgili Farkındalık Düzeyleri

Aynı tabloda sosyal medyada çocuk resmi paylaşımının getireceği tehlikeler hakkında katılımcılardan 1 tanesi hariç diğer annelerin korku ve endişe taşıdıkları belirlenmiştir. Korku yaşamadığını söyleyen anne hariç soruları açmak için kullanılan alt amaç soruları daha iletilmeden her bir katılımcının aynı cevapları verdiği görülmüştür. K1 katılımcısı ayrıca her bir çocukta ileride oluşabilecek psikolojik etkisine örnek verdiği, sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların sonradan silinse bile kopyalandığını bildiği, paylaşılan fotoğraflardan dolayı akran zorbalığı, alay edilme, dalga geçme gibi pek çok olumsuz duruma yol açacağını belirtmiştir. Bununla birlikte tüm katılımcılar, sosyal medyada çocuk fotoğraflarının paylaşımının getirdiği potansiyel tehlikelerin farkındadır.

K1 ve K3 katılımcıları, çocukların alay edilme korkusu ve akran zorbalığı gibi sosyal tehlikelerle karşılaşma ihtimallerine dikkat çekmektedir. Bu, sosyal medyada çocukların maruz kaldığı psikolojik baskıların önemli bir endişe kaynağı olduğunu göstermektedir. K7 katılımcısı ise pedofili korkusunu vurgulamakta, bu durum ise sosyal medyada çocukların güvenliği ile ilgili daha geniş bir endişe ortamının oluşmasına neden olmaktadır.

Katılımcıların farkındalık düzeyi, sosyal medyanın potansiyel tehlikeleri konusundaki göstermektedir. Mahremiyet kaygıları ve kişisel veri ihlali gibi unsurlar, çocuk fotoğrafı paylaşımını etkileyen önemli faktörlerdir. Ayrıca, sosyal medyada karşılaşabilecekleri olumsuz deneyimlerin, çocukların psikolojik durumları üzerinde yarattığı baskı ve etkiler konusunda da katılımcıların endişeleri bulunmaktadır. Bu sonuçlar, sosyal medya platformlarının güvenli kullanımı ve çocukların korunması konularında daha fazla farkındalık ve eğitim gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Yapay Zekaya Yönelik Algılar ve Endişeler: Fırsatlar ile Tehditler Arasında Bir Denge

Yapay zeka, günümüzde çeşitli alanlarda kullanılan ve hayatın birçok yönünü etkileyen bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır. Katılımcılara yöneltilen **"Yapay zeka hakkında ne düşünüyorsunuz?"** sorusu, bu teknolojinin nasıl algılandığını ve ne tür endişeler doğurduğunu anlamak açısından önemli veriler sunmuştur. Her bir katılımcının farklı bakış açısı sunması, yapay zeka konusunda bireysel düşüncelerin büyük bir çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu çeşitlilik, yapay zekanın olumlu ve olumsuz yönlerine dair görüşlerin hem fırsatlar hem de tehditler bağlamında ele alındığını göstermektedir. Bu analiz, katılımcıların yapay zeka konusundaki görüşlerini değerlendirirken ortak temalar ve farklı bakış açılarına dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Katılımcılar arasında yapay zeka ile ilgili endişelerin başlıca nedenleri mahremiyet, etik, kontrolsüz kullanım ve istihbarat kaybı olarak öne çıkmaktadır.

"Sağlık, savunma sanayi, sivil kullanım, siber güvenlik vb. durumlarda yapay zekânın kullanıldığını biliyorum. Yapay zeka pek çok meslekte güçlü bir şekilde yer edinmeye başladı. Yardımcı araç olarak, sesli asistanlar olarak, otonom araçlarda, iş

ve işlem hızını artırmak amacıyla kullanıldığında büyük bir rahatlık bence. Yapay zekanın gelecekte daha da önem kazanacağını düşünüyorum. Ancak kontrol altına almada zorlanılacaktır. İsteddiği metni yazmaya yardımcı olmasından tutun uygun ilan seçimi hazırlamaya kadar pek çok faydasının bulunduğunu biliyorum ve görüyorum. Dil çeviri sistemlerinin kullanıldığını, beyin örnek alınarak yapılan yeni nesil yapay zeka sinir ağlarının da gelişebileceğine de şahit oldum. Ancak bu durum da insanlarla uyumlu hale getirilmesi gerekiyor. Doğru yönetildiği ve kullanıldığı zaman birçok iş kolundaki gereksiz zaman ve iş kaybını giderecektir. Yanlış yönetilmesi sonucu da dünyada büyük problemlere neden olacağını tahmin ediyorum. Yapay zeka beni heyecanlandığı gibi biraz da ürkütüyor. Hayatı kolaylaştırması, şirketlerin iş süreçlerini hızlandırması, verimi artırması anlamında muazzam bir gelişme. Lakin insanlara verdiği zararlar (mahremiyet ihlali, insanları yanlış ve kontrolsüz kullanımı, istihbarat kaybı, insan işsizliği, etik sorunlar, gizlilik ihlalleri nedeniyle) sebebiyle ürkütücü geliyor bana. Güvenliğin hesaplanarak ve insanın kendini yönetmesini elden bırakmamasıyla zarar veremeyeceğine inanıyorum.” (K1 kodlu kullanıcı)

K1 kodlu kullanıcı, yapay zekanın insan hayatını kolaylaştırma potansiyeline dikkat çekerken, aynı zamanda gizlilik ihlalleri ve insan işsizliği gibi potansiyel zararlarına dair endişelerini dile getirmiştir.

“Yapay zeka çeşitli verileri akıllı algoritmaların yinelemeli işlemesi ile birleştirerek çalışıyor. Özellikle bu verilere ait desen veya özellikler yapay zekanın otomatik olarak çalışmasını sağlamaktadır. Tıpta, eğitimde, endüstride ve medyada kullanıldığını biliyorum. Tabi ki beraberinde pek çok tehlikeler de getirmektedir. Çünkü yapay zekanın öğrenme ve karar verme yetenekleri insan zekasına benziyor. Bu yüzden kötü niyetli insanların manipüle etmesine yanlış programlamasına neden olabilir. Yapay zeka güvenliğinin de, yapılan sistemlerden kaynaklı kazaların kötüye kullanımı ile ilgili sonuçları önlemek amacıyla ilgilenen bir alan olduğunu düşünüyorum. Yapay zekanın hedeflerini daha da akıllı hale gelmeden bizim hedeflerimizle aynı hızaya getirmeyi öğrenmezsek bu olayın son olma endişesini de taşımıyor değilim.” (K2 kodlu kullanıcı)

K2 kodlu kullanıcı K1 kodlu kullanıcıya benzer şekilde, yapay zekanın kötü niyetli kişilerin elinde tehlikeli olabileceğini ve bu durumun güvenlik açıklarına yol açabileceğini belirtmiştir. Yapay zekanın yanlış kullanımı ve bu teknolojinin toplum üzerinde oluşturabileceği sosyal ve etik sorunlar, neredeyse tüm katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Öte yandan, yapay zekanın sağladığı fırsatlar da göz ardı edilmemiştir.

“Bence yapay zeka hem iyiye hem kötüye kullanılabilir. Doğru yöneltildiği ve kullanıldığı zaman birçok iş kolunda gereksiz iş ve zaman kaybını giderecektir. Ancak yanlış yöneltildiğinde dünyada büyük problemlere neden olacağı için endişeleniyorum. Kişinin yapay zekayı nasıl kullanacağı, bundan neler üreteceği, onun eğitimine birikimine ve yaratıcılığına göre değişecektir. Akıllı telefonlardaki asistanlar, tıp, eğitim, ulaşım, finans gibi alanlarda kullanıldığı hakkında bilgi sahibiyim. Yapay zekanın sorumsuz ve kötü niyetli insanların elinde tehlikeli hale gelebilir. Bunun ancak siber savunma ile kontrol altına alınabilir. Gelecekte yapay zekanın birçok iş kolunda insan gücünün yerine geçecektir ve hatta bu durumdan etkilenmeyecek sektörün kalmayacağını düşünüyorum.” (K3 kodlu kullanıcı)

“Hayatımızı daha kolaylaştıran bir araç olduğunu düşünüyorum. İnsanlar üzerinde büyük bir tehlikeye yol açabilir. Dikkat etmek gerekir.” (K5 kodlu kullanıcı)

K3 ve K5 kodlu kullanıcılar, yapay zekanın iş süreçlerini hızlandırma, zaman kaybını önleme ve genel olarak hayatı kolaylaştırma potansiyeline vurgu yapmışlardır. Özellikle K3 kodlu kullanıcı, yapay zekanın insan gücünün yerine geçme ihtimalinden bahsederek, bu gelişmenin gelecekteki iş kollarını büyük ölçüde etkileyeceğini ifade etmiştir. K5 kodlu kullanıcı, yapay zekanın iş süreçlerini hızlandırma,

zaman kaybını önleme ve genel olarak hayatı kolaylaştırma potansiyeline vurgu yapmıştır.

“Yapay zekanın sınırı yoktur.” (K4 kodlu kullanıcı)

“Yapay zeka internet programları üzerinden kullanılıyor diye biliyorum. Bilim, eğitim, felsefi düşünceler ya da teknoloji alanlarında yapay zekanın görülmektedir.” (K6 kodlu kullanıcı)

Bazı katılımcılar, yapay zekanın kullanım alanlarına daha pragmatik bir yaklaşımla bakarken K6 kodlu kullanıcı yapay zekanın bilim, eğitim ve felsefi düşünce alanlarında kullanımına odaklanmıştır.

“Yapay zekanın nasıl yapıldığına anlam veremiyorum. Çok düşününce beynim yanıyor. Bu yüzden düşünmemeyi tercih ediyorum. Yapay zekanın nasıl kullanıldığını bilmiyorum ve bu konuda kafa yormadım. İnsanlar kişisel verilerine gizlilik koysa dahi bunlar elde edilebilir. Bu da çok tehlikeli. Ben de bu yüzden sosyal medyamı kapalı kullanıyorum. Gelecekte yapay zeka ile ilgili değişimler olabileceğini tahmin ediyorum ve bu durum bana korkutucu geliyor.” (K7 kodlu kullanıcı)

“Yapay zeka sadece robotlardan ibarettir. Bu konuda pek de kafa yormadım. Yapay zeka bence çok tehlikeli olabilir. Çocuklarımız ilerde nelerle karşılaşabilecek. İnan ki ilgili endişe duyuyorum.” (K8 kodlu kullanıcı)

“Yapay zeka hakkında film seyretmiştim. Şimdi özel bir platformda yayınlanıyor. Neler yapılıyor neler. Akıllı evleri biliyorum. Uzaktan evdeki fırını bile açabiliyoruz. İnsanların yüzlerini başkalarının yüzleri ile değiştirebiliyorlar. Bu çok tehlikeli işte. İnsanların seslerini de başkalarının yüzlerine ekliyorlar. Dikkatli olmak gerekiyor.” (K9 kodlu kullanıcı)

“Yapay zekadan ben çok korkuyorum. Fakat dikkatli de davranıyorum. Teknoloji artık çok gelişti. Bizim hesaplarımız ile pek çok iş yapılıyor. Kimlik bilgilerimize dikkat etmeliyiz bence.” (K10 kodlu kullanıcı)

K4, K9 ve K10 kodlu kullanıcıların yapay zeka ile ilgili bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Kullanıcıların teknolojik gelişmeleri takip ettiği ve güvenliğe dikkat ettiklerini ifade ettikleri görülmüştür. K7 ve K8 kodlu kullanıcılar ise daha fazla kişisel endişelere dikkat çekmiştir. K7 kodlu kullanıcı, yapay zekanın nasıl yapıldığını anlamadığını ve bunun kafa karıştırıcı olduğunu söylerken, K8 kodlu kullanıcı, yapay zekanın çocuklar üzerindeki etkilerine dair endişelerini dile getirmiştir. Katılımcıların yapay zeka konusundaki görüşleri, bu teknolojinin sunduğu potansiyel fırsatlar ile olası tehditler arasında bir denge kurma arayışını yansıtmaktadır. Yapay zekanın hayatı kolaylaştırdığı, iş verimliliğini artırdığı ve birçok sektörde dönüşüme yol açtığı konusunda genel bir kabul olmasına rağmen, etik, mahremiyet ve insan iş gücüne olan etkileri konusunda ciddi endişeler dile getirilmiştir. Bu durum, yapay zeka teknolojisinin gelecekte nasıl yönetileceği ve kontrol altına alınacağı konusundaki tartışmaların önemini artırmaktadır.



Şekil 2. Deutsche Telekom ve Üretici Ajans Adam&Eveberlin Tarafından Hazırlanan Video

Kaynak: (Deutsche Telekom, 2023)

Tablo-7: Seyredilen Video Sonrası Katılımcı Görüşleri

Katılımcı	Video Sonrası Katılımcı Görüşü
K1	Tedirginlik hissettiğini, Böyle bir durum karşısında çocuğun ebeveyni ile güvenli bağlanma, koşulsuz sevilme gibi temel ihtiyaçlarına doğrudan zarar verebileceğini, Kişinin sosyal ilişkilerini, hayatını, psikolojik ve hatta fizyolojik sağlığını bile olumsuz etkileyebileceğini, Karanlık bir sokakta evladı ile yürüyen bir kişinin hiç tanımadığı bir kişi tarafından takip edilmesinin verdiği korku ve endişe ile eşdeğer olduğunu
K2	Korku verici olduğunu, Tedirginlik hissettiğini, Güvensizlik yaşadığını
K3	Video sonrası çocuğuyla ilgili onları koruma adına hiçbir fotoğraf paylaşılmaması gerektiğini anladığını, Verilerin META tarafından paylaşılabilir olduğunu ve konu hakkında Zuckerberg'in kullanıcı bilgilerinin izinsiz paylaşılmasıyla ilgili yargılandığını hatırladığını
K4	Çocuğun fikri alınmadan yapılan bu eylemin anne ve babaya karşı öfke ve nefrete sebep olabileceğini
K5	Ciddi bir tehlike oluşturabileceğinin şimdi daha çok farkına vardığını, Üzüntü verici olduğu ve bu kadarının da olmaması gerektiğini
K6	Dehşete düştüğünü ve ürktüğünü.
K7	Bu durumun olabileceğini ve dikkatli olunması gerektiğini
K8	Yapay zekanın bu denli kötü kullanımından dolayı dehşete düştüğünü ve ürktüğünü, Daha dikkatli davranılması gerektiğini
K9	Bunların doğal olduğunu ve ailelerin dikkatli davranması gerektiğini
K10	Dehşete düştüğünü ve ürktüğünü

“Sosyal medyada masumca paylaşılan bir fotoğrafın yapay zeka teknikleri kullanılarak kötü amaçlar için kullanıldığına hiç şahit oldunuz mu?” sorusuna K2, K5, K6 ve K8 katılımcıları, yapay zekanın kötü amaçlar için kullanıldığına şahit olmadıklarını ifade etmişlerdir.

“Kendimi çocuğun yerine koyduğumda ebeveynlerim hakkında şikâyetçi olurum herhalde. Çocuklar böyle bir şey yaşadıklarında ebeveynleriyle güvenli bağlanma, koşulsuz sevilme gibi temel ihtiyaçlarına doğrudan zarar vermektedir. Kişinin sosyal ilişkilerini, hayatını, psikolojik ve hatta fizyolojik sağlığını bile olumsuz etkileyebilecek bir durumdur. Karanlık bir sokakta evladı ile yürüyen bir kişinin hiç tanımadığı bir kişi tarafından takip edilmesinin verdiği korku ve endişe ile eşdeğer bir durum yaşıyor bence. Ve bu durum beni tedirgin hissettiriyor.” (K1 kodlu kullanıcı)

Veriler incelendiğinde; K1 kodlu psikoloğun yapay zeka, dijital ayak izi ve bunlardan gelebilecek tehlikelere farkındalığı, danışanlarının yaşadığı olaylarla da bu tür tehlikelere şahit olduğu ve kendi çocukları için de bu duruma hassasiyet gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak iş için kullandığı hesabında çocuklarının arkadan çekilmiş fotoğraflarını paylaşıyor oluşu ile çocukları ile ilgili bilgilerin büyük veri havuzuna aktarılmış bilgiler olduğu gerçeğini de unuttuğu tespit edilmiştir.

“Yapay zekanın kötü amaçlar için kullanıldığına şahit olmadım.” (K2 kodlu kullanıcı)

K2 kodlu psikolog kullanıcının yapay zekayı bildiği halde kapsamlı araştırmadığı fark edilmiş olup çocuklarının resimlerini aktif hesabında paylaşmıyor oluşu ile dikkatli bir ebeveyn olduğu tespit edilmiştir.

“Daha öncesinde bir cumhurbaşkanının yapay zeka ile oluşturulmuş bir videosunu görmüştüm. Şu anda hayatta olmayan bir sanatçının görsellerini kullanarak yeni içerikler oluşturulabildiğini de seyretmişim.” (K3 kodlu kullanıcı)

“Yapay zekanın kötü amaçlar için kullanıldığına şahit olmadım.” (K5 kodlu kullanıcı)

“Politikacıların sesleri kullanarak oluşturulan komik videolar görmüştüm.” (K5 kodlu kullanıcı)

K3 ve K5 kodlu kullanıcıların yapay zeka ile ilgili pek bir bilgiye sahip olmadığı fakat annelik iç güdüsüyle çocuklarını korumaya geçmek adına sadece yakın çevresinde çocuklarının resmini paylaştıkları belirlenmiştir.

“Sosyal medyayı çok takip etmiyorum ancak bu tarz içerikler hazırlandığını çocuklarım bana göstermişti.” (K4 kodlu kullanıcı)

K4 kodlu kullanıcının yapay zeka hakkında geniş bir bilgi birikiminin olduğu ve sosyal medyanın yaratacağı kötülüklerin farkında olarak dikkatli davrandığı fark edilmiştir.

“Yapay zekanın kötü amaçlar için kullanıldığına şahit olmadım.” (K6 kodlu kullanıcı)

K6 kodlu kullanıcının yapay zekayı güncel konuşmalardan bildiği ancak gelecek tehlikelerinden haberdar olmadığı, çocuğu ile ilgili resimlerini açık hesaplarda paylaşmama sebebinin nazar vs. olduğu belirlenmiştir.

“Politikacıların seslerinin kullanılarak oluşturulan komik videolar görmüştüm. “Ben Bu Cihana Sığmazam” adlı film de şu anda izlediğim videoya benziyor.” (K7 kodlu kullanıcı)

K7 kodlu kullanıcının ebeveyn olarak dikkatli olduğunu söylediği fakat dijital dünyanın getirdiği bilgiler konusunda hiçbir fikrinin olmadığı görülmüştür. Ayrıca K8 kodlu kullanıcının, yapay zeka ile ilgili hiçbir bilgisinin olmadığı, dijital ayak izini yeni öğrendiği tespit edilmiştir.

bulunmaktadır. Ebeveynlerin, çocuklarının dijital mahremiyetini korumak adına daha bilinçli ve temkinli olmaları gerektiği, sosyal medya kullanımında daha dikkatli davranarak çocuklarının güvenliğini sağlamaları gerektiği vurgulanmaktadır. Dijital ayak izi, gelecekte çocukların yaşamını etkileyebilecek potansiyel tehlikeler taşıdığından, bu konuda farkındalık oluşturmak ve gerekli önlemleri almak önem taşımaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ kullanılarak oluşan dijital ayak izinin çocukların gelecekteki yaşamında olumsuz etkiler yaratma potansiyelini ortaya koymak ve ebeveynlerin bu konudaki farkındalık düzeylerini değerlendirmektir. Literatürdeki benzer çalışmalar, dijital ayak izi ve yapay zekânın bireylerin mahremiyeti üzerindeki etkilerini vurgulamakla birlikte çocuklar üzerindeki etkileri konusunda sınırlı kalmıştır. Bu bağlamda, bu araştırmanın özgün değeri, ebeveynlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının çocukların dijital mahremiyetine nasıl etki ettiğini ve bu konuda farkındalık eksikliklerini doğrudan ebeveynlerin görüşleri üzerinden değerlendirmesidir.

Araştırma bulguları, ebeveynlerin bir kısmının dijital ayak izi ve yapay zekânın potansiyel tehlikeleri konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığını, ancak çocuklarının fotoğraflarını paylaşma konusunda temkinli davranmaya çalıştıklarını göstermektedir. Benzer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırıldığında, bu çalışmanın katılımcıları, özellikle yapay zekânın verileri nasıl kullanabileceği konusundaki belirsizliklerin ve olası tehlikelerin farkında olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum, literatürdeki diğer çalışmalarla paralellik göstermektedir; ancak bu çalışma, ebeveynlerin farkındalık düzeylerini ve bu konudaki algılarını daha derinlemesine inceleyerek konunun toplumsal boyutuna dair önemli bilgiler sunmaktadır. Bu araştırma, ebeveynlerin dijital mahremiyet ve yapay zeka konusunda daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Yapay zekanın gelecekteki etkileri ve dijital ayak izlerinin çocukların sosyal ve psikolojik yaşamına olası etkileri göz önünde bulundurulduğunda, ebeveynlerin bu konuda eğitim almaları ve bilinçli sosyal medya kullanımı sağlamaları kritik öneme sahiptir. Bu araştırma, özellikle dijital ayak izlerinin çocukların gelecekteki yaşamına olası etkilerini ortaya koyarak literatüre bir katkı sunmaktadır.

Yapay zeka hakkındaki farklı kullanıcı görüşleri, bu teknolojinin hem büyük fırsatlar sunduğunu hem de ciddi endişeler yarattığını ortaya koymaktadır. Çoğu kullanıcı yapay zekanın iş süreçlerini hızlandıran, hayatı kolaylaştıran bir teknoloji olduğunu kabul ederken, aynı zamanda mahremiyet ihlalleri, etik sorunlar ve işsizlik gibi çeşitli risklere dikkat çekmiştir. K1, K2 ve K3 kodlu kullanıcıların görüşleri, yapay zekanın doğru yönetildiğinde fayda sağlayabileceğini, ancak kötü niyetli ellerde tehlikeli sonuçlar doğurabileceğini vurgulamaktadır. Yapay zekanın eğitim, sağlık ve kamu politikaları gibi alanlarda olumlu dönüşümlere yol açabileceği belirtilmekte, ancak bu dönüşümlerin toplumun geniş kesimleri tarafından doğru anlaşılması ve kabul edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bu kullanıcılar yapay zekanın gelecekte daha da önem kazanacağını düşünmekle birlikte, bu teknolojinin kontrolünün zorlaşabileceği konusunda da endişelidir. Diğer yandan K4, K5 ve K6 kodlu kullanıcılar, yapay zekanın sınırlarının olmadığına ve hayatı kolaylaştıran bir araç olduğuna vurgu yaparken, K7 ve K8 gibi daha ihtiyatlı yaklaşımlar, teknolojinin nasıl işlediğini anlamının zor olduğunu ve gelecekte yaratabileceği risklerin belirsiz olduğunu ifade etmiştir. Özellikle etik ve gizlilik konuları üzerinde duran bu görüşler, yapay zekanın sosyal yapı üzerinde ciddi etkiler yaratabileceği endişesini dile getirmektedir. Gelecekte, yapay zekanın kötüye kullanımının önüne geçilmesi ve mahremiyetin korunması adına daha katı düzenlemeler ve yasalar oluşturulması gerektiği görüşü sıkça dile getirilmektedir. K9 ve K10 kodlu kullanıcılar da benzer şekilde yapay zekanın hem olumlu hem de olumsuz etkilerini dile getirmişlerdir. K9 kodlu kullanıcı, yapay zekanın hayatı kolaylaştıran pek çok faydası olduğunu belirtirken, aynı zamanda kişisel verilerin korunmasına dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. K10 kodlu kullanıcı ise, yapay zekanın hızlı gelişimiyle birlikte mahremiyetin ihlal edilme riskine dikkat çekmiş ve bu teknolojinin insan yaşamı üzerindeki kontrolünü artırabileceği endişesini ifade etmiştir.

Sonuç olarak, yapay zekanın toplum üzerindeki uzun vadeli etkileri henüz tam anlamıyla kestirilememekle birlikte, teknolojinin kontrollü ve etik bir şekilde uygulanması durumunda büyük faydalar sağlayabileceği açıktır. Ancak, mahremiyet, iş gücü ve sosyal eşitsizlik gibi alanlarda risklerin minimize edilmesi için stratejik ve sürdürülebilir önlemler alınması gerekmektedir. Yapay zekanın

eğitim, sağlık ve kamu politikaları gibi alanlarda getirebileceği olumlu etkiler, bu teknolojiye yönelik toplumsal kabulün ve güvenin inşasında kritik bir rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Bayr Andrejevic, M. (2007). iSpy: Surveillance and power in the interactive era. University Press of Kansas.
- Aust, S., & Amman, T. (2019). Kitlemel gözetim verilerin kötüye kullanımı siber savaş; dijital diktatörlük (Çev. E. Yücel & H. Yılmaz). Hece Yayınları.
- Coyne, I. T. (1997). Sampling in qualitative research: Purposeful and theoretical sampling; merging or clear boundaries? Journal of Advanced Nursing.
- Çelebi, A. K., & Kovancılar, B. (2021). Dijital devlet. Gazi Kitabevi. (ss:1)
- Çırak, B., & Yörük, A. (2016). Mekatronik biliminin öncüsü İsmail El-Cezeri. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davenport, T. H., & Redman, T. C. (2022). Digital dönüşüm dört alandaki yeteneklere dayanır. Ç. Z. Aydın (Haz.), Digital dönüşüm içinde (ss. 228-234). Çev. Ü. Şensoy
- Eravcı, D. B. (2020). Kurumların dijital dönüşümü: Büyük veri. Çalışma İlişkileri Dergisi.
- Erkul, E. (2021). Yapay zeka ve büyük veri nasıl bir gelecek vadediyor? TRT Akademi.
- Fish, T. (2009). My digital footprint: A two-sided digital business model where your privacy will be someone else's business! Futuretext.
- Furr, N., & Shipilov, A. (2022). Dijitalleşme mutlaka yıkıcı olmak zorunda değil. Ç. Z. Aydın (Haz.), Dijital dönüşüm içinde (ss. 40-56). Çev. Ü. Şensoy
- Gülleroğlu, H. D., & Coşkun, F. (2024). Büyük verinin yapısı ve eğitimde kullanılması. Millî Eğitim, 53(242), 1139-1152. <https://doi.org/10.37669/milliegitim.1222977>
- Karaduman, T. (2019). Yapay zeka uygulamaları. Turkish Military Academy Graduate Student.
- Orwell, G. (2021). Bin dokuz yüz seksen dört (Çev. K. M. Dalgıç). İndigo Kitap.
- Öztemel, E. ve Gürsev, S. (2020). A literature review on Industry 4.0 and beyond. Journal of Intelligent Manufacturing, 31(1), 127-182, DOI: 10.1007/s10845-018-1433-8,
- Siebel, T. M. (2022). Dijital dönüşüm; Kitlemel yok oluş çağında hayatta kalmak ve başarılı olmak. Paloma Yayınevi, (s: 95-115)
- Yengin, D. (2017). İletişim çalışmalarında araştırma yöntemleri ve uygulamaları. Der Yayınları. (s: 48)
- Yılmaz, A. (2023). Yapay zeka. Kodlab. (s: 13)
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.
- Türk Dil Kurumu. (n.d.). Sözlük. Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/>
- STM ThinkTech. (2024). 2024 yılı yapay zeka trendleri. STM ThinkTech. <https://thinktech.stm.com.tr/tr/2024-yili-yapay-zeka-trendleri>
- Nachricht von Ella | Without Consent. (n.d.). Kuantum hesaplama: Teknolojinin geleceğini keşfetmek [Webinar]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bu-fR8nrwjs>
- Deutsche Telekom. (2023, September 4). #ShareWithCare: Kinderbilder verdienen Schutz im Netz.DeutscheTelekom. <https://www.telekom.com/de/medien/medieninformationen/detail/sharewithcare-kinderbilder-verdienen-schutz-im-netz-1048358>

GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM BAĞLAMINDA BİR LİTERATÜR TARAMASI

A LITERATURE REVIEW IN THE CONTEXT OF OSTENTATIOUS CONSUMPTION

Mehmet KARDAŞ¹
Hicran Özlem ILGIN²



ORCID: M.K. 0000-0001-6271-0508
H.Ö. I. 0000-0002-0549-0710

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Mehmet Kardaş
Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
E-mail/E-posta: mehmet.kardass@gmail.com

² Hicran Özlem Ilgin
Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
E-mail/E-posta: hicranilgin@comu.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 03.01.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %5

Last revision received/Son revizyon teslimi:
27.01.2025

Accepted/Kabul tarihi: 09.02.2025

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

Citation/Atf: Kardaş, M. & Ilgin, H. Ö. (2025).
Gösterişçi Tüketim Bağlamında Bir Literatür
Taraması. Journal of Communication Science
Researches, 5 (2), 97-109.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15185344>

Öz

Gösterişçi tüketim, bireylerin toplumsal statülerini sergilemek ve prestij elde etmek amacıyla gerçekleştirdikleri tüketim davranışlarını ifade eden bir kavramdır. İlk kez Thorstein Veblen'in 1899 yılında yayımladığı "Aylak Sınıfın Teorisi" adlı eserinde ele alınan bu kavram, bireylerin tükettikleri ürünler ve hizmetler aracılığıyla toplumsal konumlarını bilinçli bir şekilde yansıttıklarını belirtir. Günümüzde, sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte gösterişçi tüketim, yalnızca bireysel tercihlerin bir yansıması olmaktan çıkmış; toplumsal normlar, kültürel beklentiler ve ekonomik şartların etkisiyle daha görünür hale gelmiştir. Bu durum, tüketimi yalnızca bir ihtiyaç olmaktan öteye taşıyarak bireylerin kimliklerini ifade etme ve yaşam tarzlarını sergileme aracı haline dönüştürmüştür. Bununla birlikte, sürdürülebilirlik üzerindeki olumsuz etkiler, toplumsal eşitsizliklerin derinleştirme potansiyeli ve bireylerde tatminsizlik yaratma riski, gösterişçi tüketimin eleştirilen boyutları arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, isminde gösterişçi tüketim kelimeleri geçen lisansüstü tezleri belirli kategoriler çerçevesinde analiz ederek Türkiye Ölçeğinde çalışılan alanların bir haritasını çıkarmaktır. Araştırmanın evrenini Yükseköğretim Kurumu (YÖK) Dokümantasyon Daire Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi bünyesinde bulunan lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Ulusal Tez Merkezi bünyesinde kayıtlı isminde gösterişçi tüketim kelimesi bulunan 70 adet lisansüstü tez oluşturmaktadır. Çalışmaya dahil edilen tezler yıl, üniversite, anabilim dalı, yazar cinsiyeti, danışman ünvanı, tez türü, veri toplama tekniği ve araştırma yöntemine göre bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre tezlerin 2007-2024 yılları arasında yazıldığı görülmüştür. Çalışma sonucunda konuya yönelik doktora seviyesinde daha detaylı araştırmalar yapılması düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gösterişçi Tüketim, Ulusal Tez Merkezi, Bibliyometrik Analiz

Abstract

Conspicuous consumption is a concept that refers to individuals' consumption behaviors carried out to showcase their social status and gain prestige. First introduced in Thorstein Veblen's 1899 work *The Theory of the Leisure Class*, this concept highlights how individuals consciously reflect their social position through the goods and services they consume. Today, with the widespread use of social media platforms, conspicuous consumption has evolved from reflecting individual preferences to becoming more visible under the influence of social norms, cultural expectations, and economic conditions. However, the negative impacts on sustainability, the potential to deepen social inequalities, and the risk of generating dissatisfaction among individuals are among the criticized aspects of conspicuous consumption. This study aims to map the areas of focus related to conspicuous consumption at the national level in Turkey by analyzing graduate theses that include the term "conspicuous consumption" in their titles within specific categories. The research population consists of graduate theses archived in the National Thesis Center of the Council of Higher Education (YÖK) Documentation Department. The sample includes 70 graduate theses with "conspicuous consumption" in their titles, registered in the National Thesis Center. The included theses were analyzed using bibliometric analysis based on factors such as year, university, department, author gender, advisor title, thesis type, data collection techniques, and research methods. The analysis revealed that the theses were written between 2007 and 2024. The study concludes with the recommendation that more detailed doctoral-level research should be conducted on the subject.

Keywords: Conspicuous Consumption, National Thesis Center, Bibliometric Analysis

GİRİŞ

Gösterişçi tüketim, bireylerin toplumsal statülerini göstermek veya prestij kazanmak amacıyla gerçekleştirdikleri tüketim davranışlarını tanımlayan bir kavramdır. Bu terim, ilk kez 1899 yılında Thorstein Veblen'in "Aylak Sınıfın Teorisi" adlı eserinde gündeme gelmiştir. Veblen, bireylerin tükettikleri ürünler ve hizmetler aracılığıyla toplumsal konumlarını bilinçli bir şekilde ifade ettiklerini öne sürmüştür. Bu davranış biçimi, sadece bireysel tercihlerle sınırlı kalmayıp toplumsal normlar, kültürel beklentiler ve ekonomik koşulların etkisiyle şekillenmektedir. Günümüzde, sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, gösterişçi tüketimi daha da görünür hale getirmiştir. İnsanlar artık yaşam tarzlarını, maddi varlıklarını ve imajlarını geniş kitlelere sergileyebilmekte; bu da tüketimi bir ihtiyaçtan çok, kimlik ifade etme aracına dönüştürmektedir. Özellikle üniversite öğrencileri gibi genç yaş gruplarında bu tür tüketim alışkanlıklarının sosyo-kültürel etkileri dikkat çekicidir. Türkiye’de gösterişçi tüketim üzerine yapılan akademik çalışmaların artması, bu olgunun toplumsal yansımalarını anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Örneğin, evlilik törenleri gibi sosyal etkinlikler bağlamında yapılan araştırmalar, gösterişçi tüketimin bireysel olduğu kadar kültürel kodlarla da şekillendiğini ortaya koymaktadır. Pahalı mekanlar, gösterişli kıyafetler ve abartılı sunumlar, bireylerin statü arayışının ve toplumsal beğeni kazanma çabasının bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Veblen, bir ürünün “gösteriş tüketimi” kapsamına girebilmesi için iki temel şarttan bahseder: Birincisi, ürünün pahalı olmasıdır. Veblen bunu, “saygınlığın parasal ölçüsü” olarak tanımlar. İnsanlar, saygınlıklarını satın aldıkları ürünlerin maliyeti üzerinden sergiler. İkinci şart ise, ürünün hem tüketiciye hem de çevresindekilere çekici gelmesidir. Başka bir deyişle, pahalı ve hayranlık uyandıran ürünler, kıskançlık yaratarak toplumsal değer kazanır (Zorlu, 2006). Veblen’in “Aylak Sınıf” tanımı, üretime katkı sağlamayan ancak lüks bir yaşam tarzı benimseyen bireyleri kapsar. Bu sınıfın tüketim anlayışı, boş zamanlarını tüketim faaliyetlerine adanmak ve bu yolla statü göstermek üzerine kuruludur (Sarıöz, 2005). Örneğin, işlevsel olarak yeterli bir arabası olmasına rağmen yeni çıkan lüks bir model olarak önceki aracını değiştiren birey, bu davranışıyla statüsünü vurgulama arzusu taşır. Böylelikle, gösteriş tüketimi, bireyin zaman ve para harcama lüksüne sahip olduğunu ifade eden bir araç haline gelir (Veblen, 2005).

Günümüzde, Veblen’in teorisi hâlâ tüketim toplumunu anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Reklamlar, moda ve kitle iletişim araçları aracılığıyla lüks ve gösterişli ürünlerin tanıtımı, alt sınıfların üst sınıfları taklit etme arzusunu pekiştirmekte ve gösterişçi tüketimi yaygınlaştırmaktadır. Maddi ihtiyaçların ötesinde, sosyal ve kültürel anlamlar kazanan gösteriş tüketimi, bireylerin toplumsal statülerini ve imajlarını sergileme aracı haline gelmiştir (Boğa ve Başçı, 2016). Veblen’e göre, bireyler, tükettikleri ürünler ve hizmetler aracılığıyla toplumsal prestijlerini güçlendirmeyi hedefler. Bu hedef, bireylerin sadece işlevsel ihtiyaçlarını değil, aynı zamanda toplumdaki statülerini güçlendirecek ürünlere yönelmelerine neden olur. Örneğin, aynı amaca hizmet eden iki araba arasında daha pahalı olanı seçmek, bireyin maddi gücünü ve toplumsal konumunu göstermek için yapılan bilinçli bir tercihtir (Amaldoss ve Jain, 2005). Veblen’in gösteriş tüketimi teorisi, bireylerin yalnızca maddi değerlerle değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel göstergelerle de kendilerini ifade etme biçimlerini anlamak için önemli bir perspektif sunmaktadır. Gösteriş tüketimi, toplumsal hiyerarşide yer edinme ve farklılık yaratma arzusunun bir yansıması olarak günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Gösterişçi tüketim, toplumsal ve bireysel etkileri bakımından çok boyutlu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir yandan, ekonomik hareketliliği artırarak yenilikçi ürünlere olan talebi tetiklerken; diğer yandan bireylerde sürekli tüketim baskısı oluşturarak tatminsizlik ve borçlanma risklerini artırdığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, bu tüketim biçiminin çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki olumsuz etkileri de giderek daha belirgin hale gelmektedir. Aşırı tüketim kaynakların tükenmesine, küresel ısınmanın hızlanmasına yol açarak uzun vadeli maliyetler doğurmaktadır.

Teknolojinin sürekli gelişimi, bireylerin tüketim ve satın alma deneyimlerini paylaşabilecekleri yepyeni bir dünya yaratmıştır. İnternet, tüketicilere global ölçekte hızlı ve kolay bir etkileşim imkânı sunarak günlük hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde sosyal medya, en popüler günlük aktiviteler arasında yer almakta; bireylerin sosyalleşmesine, bilgi edinmesine ve keyifli vakit geçirmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, sosyal medya bireylerin kendilerini ifade etmelerine ve başkalarıyla bağlantıda olmalarına yardımcı olarak, bireysel başarıların, düşüncelerin ve diğer

paylaşımların kolayca aktarılmasını sağlamaktadır. Bu platformlar, bireylerin düşüncelerini şekillendirme, karar alma süreçlerini etkileme ve yönlendirme gücüyle dikkat çekmektedir.

Sosyal medya, tüketicilere ilgi çekici paylaşımlar yapma ve kendilerini istedikleri şekilde yansıtmaya olanağı sunar. Gerçek hayatın kontrol edilemeyen yönleri nedeniyle bireyler her zaman olumlu taraflarını sergileyemeyebilir. Ancak çevrim içi sosyal ağlar, bireylere beğendikleri özelliklerini ön plana çıkarma ve istemedikleri yönlerini gizleme şansı tanır. Kullanıcılar, paylaştıkları bilgileri kontrol ederek kendileri hakkında olumlu bir izlenim yaratmaya çalışır. Goffman'ın (1959) Gösterim Yönetimi Kuramı, bireylerin diğerleri üzerinde bıraktıkları izlenimleri bilinçli bir şekilde kontrol etmek istediklerini öne sürer. Sosyal medya, bireylerin bu yönetimi gerçek hayata kıyasla daha kolay gerçekleştirmelerine olanak tanır. Dijital dünyada bireyler, hangi özelliklerini sergileyeceklerini seçme özgürlüğüne sahiptir. Genellikle kendilerinin daha iyi yanlarını sergilemeyi tercih ederken, başkalarının olumlu özelliklerini de görmeyi arzularlar. Zhang'ın (2015) araştırmasına göre, bireyler sosyal medyayı başkalarının beğenisini kazanmak ve olumlu geri dönüşler almak amacıyla kullanmaktadır. Bu durum, bireylerin takdir ve onay ihtiyacını artırarak gösterişçi tüketim davranışlarını teşvik eder.

Bu araştırmada, sosyal medya kullanımının bireylerin gösterişçi tüketim davranışları üzerindeki etkisi ve bu süreçte Gösterim Yönetimi Teorisi'nin rolü ele alınacaktır. Çalışma, Türkiye ölçeğinde yapılan lisansüstü tezler üzerinden bibliyometrik analiz yöntemiyle gerçekleştirilecektir. Araştırmanın amacı, “gösterişçi tüketim” kavramını içeren tezleri yıl, üniversite, anabilim dalı, yazar cinsiyeti, danışman unvanı, tez türü, veri toplama tekniği ve araştırma yöntemi gibi kategoriler doğrultusunda analiz ederek, bu alandaki akademik çalışmaların kapsamlı bir haritasını çıkarmaktır. Yükseköğretim Kurumu (YÖK) Dokümantasyon Daire Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi bünyesinde bulunan ve “gösterişçi tüketim” ifadesini başlığında taşıyan 70 adet lisansüstü tez, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Elde edilen bulgular, sosyal medya ve gösterişçi tüketim ilişkisinin daha geniş bir perspektifle anlaşılmasına katkı sağlayacak ve bu alandaki gelecekteki çalışmalara yön verecek bir temel sunacaktır.

SOSYAL MEDYA VE GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM

Teknolojinin hızlı gelişimi, bireylere tüketim ve satın alma deneyimlerini paylaşabilecekleri yeni bir dünyanın kapılarını açmıştır. İnternet, bireylere global ölçekte hızlı ve kolay bir şekilde etkileşim kurma imkânı sunarken, sosyal medya ise günlük hayatın en sık tercih edilen aktivitelerinden biri haline gelmiştir. Sosyal medya, bireylerin sosyalleşmesine, bilgi edinmesine ve keyifli vakit geçirmesine olanak tanırken, aynı zamanda kendini ifade etme ve başkalarıyla bağlantı kurma gibi sosyal ihtiyaçları da karşılamaktadır. Bu platformlar, bireylerin düşüncelerine şekil verme, karar alma süreçlerini etkileme ve çevrimiçi etkileşimleri yönlendirme gibi önemli rollere sahiptir.

Sosyal medya, kullanıcılara dikkat çekici paylaşımlar yapma ve kendilerini istedikleri şekilde sunma fırsatı sunar. Gerçek hayat koşullarının kontrol edilememesi nedeniyle bireyler her zaman olumlu yönlerini sergileyemese de çevrim içi sosyal ağlar, kullanıcıların güçlü yönlerini ön plana çıkarma ve istemedikleri özelliklerini gizleme imkânı tanır. Bu durum, bireylerin sosyal medyada daha olumlu bir izlenim bırakmak için bilinçli bir şekilde kendilerini yönetmelerine olanak sağlar. Goffman'ın (1959) Gösterim Yönetimi Kuramı, bireylerin başkaları üzerinde bırakmak istedikleri izlenimleri bilinçli bir şekilde kontrol etmeye çalıştıklarını ifade eder. Sosyal medya ise bu yönetimi kolaylaştıran bir araçtır. Zhang'ın (2015) çalışmasına göre, sosyal medya kullanıcıları genellikle başkalarının beğenisini kazanmak ve olumlu geri dönüşler almak için içerik paylaşır. Bu durum, bireylerin onaylanma ve takdir edilme arzularını artırarak, gösterişçi tüketim davranışlarını destekler hale gelmiştir. Sosyal medya, bireylere kendilerini daha iyi tanıtabilecekleri ve başkalarının ilgisini çekebilecek bir alan sunar. Paylaşılan içeriklerin beğeni alması, bireylerin özgüvenini artırır ve olumlu bir imaj yaratmalarına katkıda bulunur. Artan sosyal medya kullanımı, gösterişçi tüketim davranışlarının daha yaygın hale gelmesine zemin hazırlamaktadır. Bu platformlar, bireylerin tüketim ürünlerini sergileyebileceği ve sosyal statülerini sürdürebileceği birer dijital vitrin haline gelmiştir. Örneğin, filtreleme teknikleriyle paylaşılan fotoğraflar, bireylerin satın aldıkları ürünleri daha çekici hale getirme ve istedikleri gibi sunma şansı tanır (Duan ve Dholakia, 2017). Özellikle pahalı markalar, lüks restoranlar ve farklı şehirlerden paylaşılan içerikler, sosyal medyada lüks bir yaşam tarzı izlenimi yaratma çabalarını destekler niteliktedir (Sabuncuoğlu, 2015) Sosyal medya, bireylerin “kusursuz bir benlik” sunma

çabasını artırmaktadır. Bu platformlar, bireylerin sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yanı sıra, gösterişçi tüketim alışkanlıklarını sergileyebilecekleri bir alan da sunar. Thoumrungroje'nin (2014) çalışması, sosyal medya kullanımı ile gösterişçi tüketim davranışları arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Çalışmanın sonuçları, sosyal medyada geçirilen sürenin bireyleri tüketim kararlarında etkilediğini ve gösterişçi satın alma davranışlarını artırabileceğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, gösterişçi tüketim dijital dünyada yeni bir boyut kazanmıştır. Instagram, TikTok ve YouTube gibi görsel odaklı platformlar, bireylerin lüks yaşam tarzlarını, maddi varlıklarını ve tüketim tercihlerini geniş kitlelerle paylaşmalarına olanak tanır (Aktaş ve Demir, 2020). Bu platformlar, tüketim davranışlarını etkileyerek, gösterişçi tüketimin daha yaygın ve görünür hale gelmesine katkıda bulunmaktadır (Güler ve Tekin, 2022). Özellikle influencer'ların ve tanınmış kişilerin sergilediği gösterişli yaşam tarzları, tüketim odaklı bir kültürü teşvik ederken, bireyler üzerinde ekonomik ve psikolojik baskılar yaratmaktadır (Kaya ve Yıldız, 2022).

Gösterişçi tüketimin toplumsal etkileri, farklı bakış açılarıyla ele alınmaktadır. Sürdürülebilirlik açısından, bu tüketim modeli doğal kaynakların tükenmesine ve çevresel sorunların artmasına yol açmaktadır (Çelik, 2020). Ayrıca, toplumsal eşitsizliklerin derinleşmesine, bireyler arasında tatminsizlik ve kıskançlık gibi olumsuz duyguların yayılmasına sebep olmaktadır (Öztürk, 2021). Sosyal medyada idealize edilmiş yaşam tarzlarına ulaşma çabası, bireylerin mali yüklerini artırarak ekonomik zorluklar yaşamalarına neden olabilmektedir (Arslan ve Kara, 2021).

Adana'da yaşayan 402 katılımcı üzerinde yapılan bir araştırma, sosyal medyanın gösterişçi tüketim üzerindeki etkilerini net bir şekilde ortaya koymuştur (Arslan ve Kara, 2021). Araştırma sonuçlarına göre, sosyal medya kullanıcılarının büyük bir kısmı tüketim alışkanlıklarını gördükleri içeriklere göre şekillendirmekte ve özellikle lüks ürünlere olan ilgilerini artırmaktadır. Benzer şekilde, Instagram kullanıcıları arasında yapılan bir çalışmada, bireylerin %65'inin lüks ürünlere yönelmesinin ana nedeninin sosyal medyadaki etkiler olduğu belirlenmiştir (Güler ve Tekin, 2022).

Ankara'da üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir başka araştırma, sosyal medyada popüler markalara yönelme eğilimlerinin yüksek olduğunu ve bu durumun gösterişçi tüketimi artırdığını ortaya koymuştur (Yılmaz ve Çelik, 2020). Özellikle genç bireylerin, sosyal medyada sunulan içeriklerin etkisiyle "ideal yaşam" algısı geliştirdiği ve bu algının tüketim kararlarını doğrudan etkilediği vurgulanmıştır. İstanbul'da yapılan bir çalışma ise, genç profesyonellerin sosyal medya fenomenlerinin önerdiği ürünlere daha fazla harcama yaptığını göstermektedir (Koçak ve Kaya, 2021).

Sosyal medyanın tüketim üzerindeki etkileri yalnızca bireysel düzeyde kalmamaktadır. Türkiye genelinde farklı yaş gruplarını kapsayan bir araştırma, sosyal medyada yayılan trendlerin sadece bireylerin tüketim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda toplumsal normları da şekillendirdiğini ortaya koymuştur (Özkan ve Demir, 2022). Bu durum, bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimlerini artırarak, tüketim odaklı bir kültürün yayılmasına zemin hazırlamaktadır.

Uluslararası araştırmalar da benzer sonuçlar göstermektedir. Örneğin, küresel bir çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının %70'inin lüks ürünlere ve hizmetlere daha fazla ilgi duyduğu tespit edilmiştir. Bu eğilimin, özellikle Instagram ve Pinterest gibi görsel odaklı platformlarda daha belirgin olduğu belirtilmiştir (Smith ve Johnson, 2021). Türkiye'de yapılan çalışmalar, bu yerel dinamiklerin, küresel tüketim trendleriyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır.

Gösterişçi tüketim, yalnızca bireysel tercihlerle sınırlı olmayan, aynı zamanda toplumsal ve dijital etkileşimlerin bir sonucudur. Sosyal medya platformlarının etkisi, bireylerin tüketim davranışlarını şekillendirmekle kalmayıp, toplumsal normlar ve ekonomik dinamikler üzerinde de etkili olmaktadır. Türkiye'deki akademik çalışmalar, bu konunun disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini ve sosyal medya etkilerinin daha kapsamlı analizlere ihtiyaç duyduğunu göstermektedir (Demir ve Aksoy, 2023). Özellikle doktora düzeyinde yapılacak daha derinlemesine araştırmalar, bireysel ve toplumsal düzeyde gösterişçi tüketimin dinamiklerini daha iyi anlamamıza katkı sağlayabilir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’deki “gösterişçi tüketim” konusunu ele alan lisansüstü tezleri analiz ederek, bu alanda yapılan akademik çalışmaların kapsamlı bir haritasını çıkarmaktır. Araştırma, sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla bireylerin sosyal statü sergileme ve toplumsal prestij kazanma amaçlı tüketim davranışlarının daha görünür hale gelmesine rağmen, bu konuda yapılan akademik çalışmaların sınırlı ve dağınık bir yapıda olması sorununa odaklanmaktadır. Gösterişçi tüketim gibi toplumsal normlar, kültürel beklentiler ve ekonomik koşulların etkisiyle sürekli değişen bir konunun, daha derinlemesine ve sistematik bir şekilde incelenmesi gerekliliği de çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda, araştırmada bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Çalışma, Yükseköğretim Kurumu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi’nde kayıtlı ve “gösterişçi tüketim” ifadesini içeren 70 lisansüstü tezi incelemiştir. Tezler; yıl, üniversite, anabilim dalı, yazarın cinsiyeti, danışman unvanı, tez türü, veri toplama tekniği ve araştırma yöntemi gibi kategorilerde değerlendirilmiştir. Bu analiz aracılığıyla, Türkiye’de gösterişçi tüketim üzerine yapılan akademik çalışmaların kapsamını, odaklandığı noktaları ve mevcut eğilimlerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Araştırma, literatür taramasına özel bir önem vermektedir. Bu tarama, gösterişçi tüketim konusunun akademik literatürdeki yerini, ele alınan temaları ve kullanılan yöntemleri derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, bu sayede, bu alandaki bilimsel bilginin nasıl şekillendiğini ve hangi eksik noktaların bulunduğunu belirlemeyi hedeflemektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının gösterişçi tüketim davranışlarını teşvik edici etkilerine dair daha detaylı bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle, araştırma, gösterişçi tüketim üzerine yapılan akademik çalışmaların daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesine katkıda bulunmayı ve gelecekteki araştırmalara yön verici bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Yükseköğretim Kurumu (YÖK) Dokümantasyon Daire Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi’nde yer alan tüm lisansüstü tezlerden oluşmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise başlıklarında "gösterişçi tüketim" ifadesi geçen 70 lisansüstü tezdin meydana gelmiştir. Bu tezlerin seçiminde belirli kriterler dikkate alınmıştır. Başlıkta "gösterişçi tüketim" ifadesinin bulunması, çalışmaların 2007-2024 yılları arasında hazırlanmış olması ve tezlerin yüksek lisans ya da doktora düzeyinde yer alması bu kriterlerin başlıcalarıdır. Bu yöntemle oluşturulan örneklem, araştırmanın güvenilirliği açısından önemli bir temel sunmaktadır.

Veri Toplama Süreci

Veriler, YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde erişime açık olan tezler üzerinden toplanmıştır. İlk olarak, "gösterişçi tüketim" anahtar kelimesiyle başlık taramaları gerçekleştirilmiştir. Taramalar sonucunda tespit edilen tezler, çalışma kriterlerine uygunluk açısından detaylı bir incelemeye tabi tutulmuştur. Uygun olan tezler, belirlenen analiz kategorilerine göre kodlanarak veri setine dahil edilmiştir. Bu sistematik tarama ve kodlama süreci, araştırmanın bilimsel geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamada önemli bir rol oynamıştır.

Analiz Yöntemi

Araştırmada kullanılan bibliyometrik analiz yöntemi, bilimsel yayınların belirli özelliklerini sistematik bir şekilde inceleyen etkili bir tekniktir. Bu yöntemle tezler, frekans ve yüzdelik dağılımlar açısından değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde elde edilen bulgular, görselleştirilerek sunulmuş ve yorumlanmıştır. Grafikler ve tablolar yardımıyla analiz sonuçları daha net bir şekilde ifade edilmiştir. Ayrıca, kategoriler arasında ilişki analizleri yapılarak karşılaştırmalı değerlendirmeler gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşım, araştırmanın bütüncül bir bakış açısıyla yürütülmesini sağlamıştır.

Değerlendirme Kriterleri

Tezlerin analizinde belirli kategoriler kullanılmış ve bu kategoriler, araştırmanın kapsamını detaylandırmada etkili olmuştur. İncelenen kategoriler şunlardır:

- **Yıl:** Tezlerin hazırlandığı yıllara göre dağılımları değerlendirilmiştir.
- **Üniversite:** Hangi üniversitelerde bu konuda çalışmalar yapıldığı belirlenmiştir.

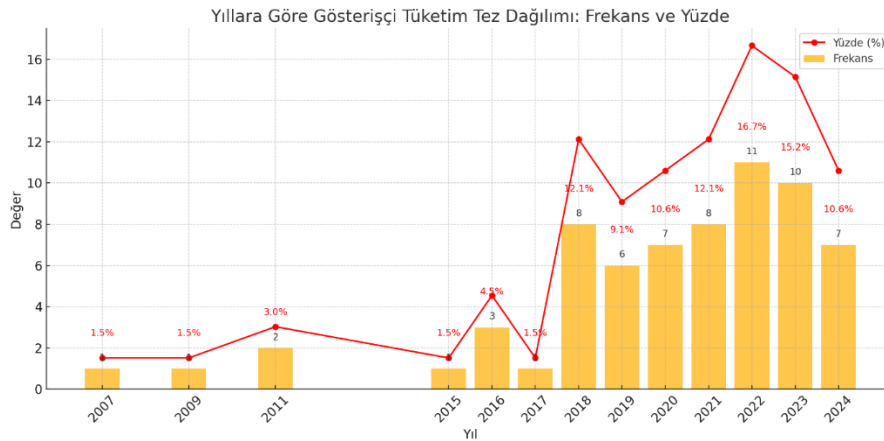
- **Anabilim Dalı:** Gösterişçi tüketimle ilgili tezlerin hangi disiplinlerde yoğunlaştığı analiz edilmiştir.
- **Yazar Cinsiyeti:** Çalışmaları hazırlayan yazarların cinsiyet dağılımı incelenmiştir.
- **Danışman Unvanı:** Tezlere rehberlik eden danışmanların akademik unvanları değerlendirilmiştir.
- **Tez Türü:** Yüksek lisans ve doktora tezleri ayrı ayrı ele alınmıştır.
- **Araştırma Yöntemi:** Nicel, nitel yöntemlerin kullanım oranları belirlenmiştir.

Sonuçların Yorumlanması

Araştırma bulgularına göre, 2007-2024 yılları arasında yazılmış tezlerin büyük bir kısmının yüksek lisans düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Doktora düzeyinde yapılan çalışmaların ise daha sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Tezlerin çoğunun iletişim, işletme ve sosyoloji gibi sosyal bilimler alanlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Veri toplama yöntemleri açısından anket çalışmaları en sık tercih edilen yöntem olurken, nitel araştırmalar da önemli bir yer tutmuştur.

Bu analiz, Türkiye’de "gösterişçi tüketim" üzerine yapılan akademik çalışmaların kapsamlı bir haritasını sunmuş ve gelecekte yapılacak araştırmalar için yönlendirici bilgiler sağlamıştır. Özellikle disiplinler arası yaklaşımlar ve doktora düzeyinde daha derinlemesine çalışmalar, bu alandaki bilgi birikimine önemli katkılar sunabilir. Böylelikle, "gösterişçi tüketim" konusunun toplumsal ve ekonomik dinamiklere etkileri daha iyi anlaşılabilir.

BULGULAR



Şekil 1. Yıllara Göre Gösterişçi Tüketim Tez Dağılımı: (Frekans ve Yüzde)

Çalışmaya dahil edilen 2007-2024 yılları arasındaki dönemde, gösterişçi tüketim üzerine yazılan tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, bu konunun akademik ilgi düzeyinin nasıl değiştiği net bir şekilde görülmektedir. 2007-2011 dönemi, akademik ilginin oldukça sınırlı olduğu bir başlangıç sürecini yansıtmaktadır. Örneğin, 2007 ve 2009 yıllarında yalnızca birer tez (%1,1) yazılmış, 2011 ise toplamda iki tezle (%2,2) bu dönemin en üretken yılı olmuştur. 2015-2017 dönemine gelindiğinde, akademik ilginin yavaş yavaş arttığı bir tablo ortaya çıkmıştır. 2015’te bir tezle (%1,1) düşük bir üretim seviyesi gözlenirken, 2016 yılında üç tezle (%3,3) belirgin bir artış yaşanmış; ancak bu ilgi, 2017’de tekrar bir tezle (%1,1) düşüşe geçmiştir. 2018-2020 döneminde ise gösterişçi tüketim üzerine çalışmalar önemli bir ivme kazanmıştır. 2018 yılında sekiz tezle (%8,9) dikkat çekici bir sıçrama yaşanmış, 2019’da bu sayı altıya (%6,7) düşse de 2020’de yedi tezle (%7,8) ilgi yeniden artmıştır. 2021-2024 döneminde akademik çalışmaların zirve yaptığı yıllar öne çıkmıştır. 2021 ve 2022 yıllarında sırasıyla sekiz (%8,9) ve on bir tezle (%12,2) üretim hız kazanmış, 2023 ise toplamda on üç tezle (%14,4) bu dönemin en üretken yılı olmuştur. 2024 yılında yedi tezle (%7,8) akademik ilgi sürdürülebilir bir şekilde devam etmiştir. Genel olarak, bu veriler 2018’den itibaren artan bir ivme ile akademik dünyada geniş yer bulan gösterişçi tüketim konusunun, 2022 ve 2023 yıllarında zirve yaptığını göstermektedir. Bu yükseliş,

sosyal medya etkisi ve tüketim alışkanlıklarındaki dönüşüm gibi faktörlerle ilişkilendirilebilir.

Tablo 1. Yıllara Göre Gösterişçi Tüketim Konulu Tez Dağılımı

Yıl	Tez Sayısı (Frekans)	Yüzde (%)
2007	1.0	1.52
2009	1.0	1.52
2011	2.0	3.03
2015	1.0	1.52
2016	3.0	4.55
2017	1.0	1.52
2018	8.0	12.12
2019	6.0	9.09
2020	7.0	10.61
2021	8.0	12.12
2022	11.0	16.67
2023	10.0	15.15
2024	7.0	10.61

2007-2011 Dönemi:

Bu dönemde gösterişçi tüketim üzerine yazılan tezlerin sayısı oldukça sınırlı kalmıştır. 2007 ve 2009 yıllarında yalnızca birer tez hazırlanmış ve bu, toplam tezlerin %1,5'ine karşılık gelmiştir. 2011 yılında ise küçük bir artış görülmüş ve iki tezle %3,0'lık bir orana ulaşılmıştır. Bu yıllar, konunun akademik dünyada yeni yeni ilgi görmeye başladığı, giriş niteliğinde bir dönem olarak değerlendirilebilir.

2015-2017 Dönemi:

2015 yılında yalnızca bir tez hazırlanmış ve %1,5'lik düşük bir oranda kalmıştır. Ancak 2016 yılında kayda değer bir sıçrama yaşanmış ve üç tezle (%4,5) belirgin bir artış kaydedilmiştir. Bu artış, gösterişçi tüketim konusunun farklı akademik alanlarda daha fazla ilgi çekmeye başladığını göstermektedir. 2017 yılında ise tez sayısı tekrar bire düşmüş ve %1,5'e gerilemiştir.

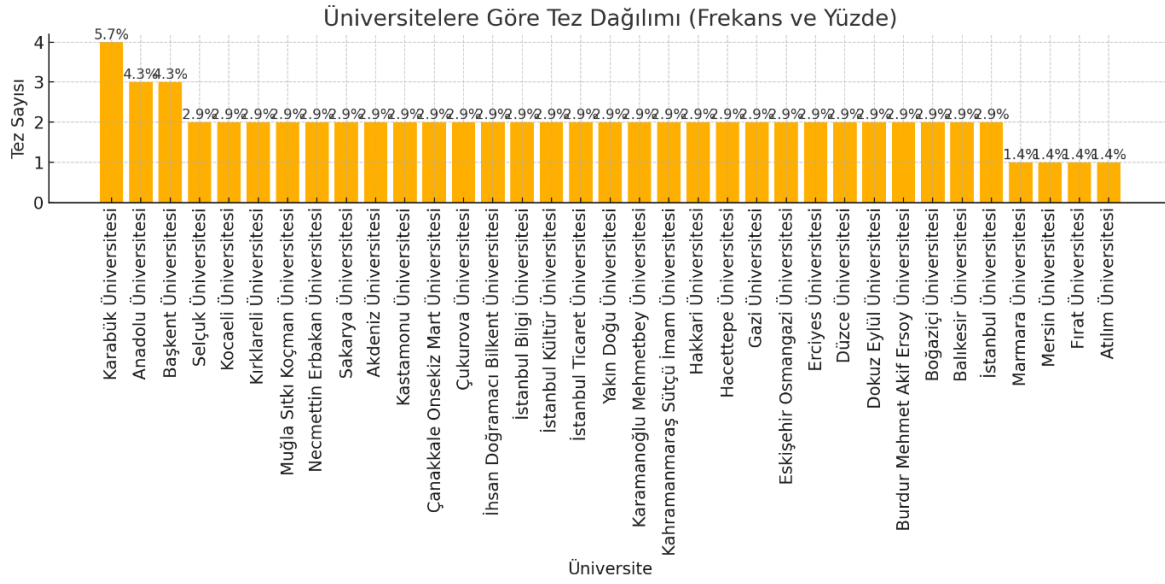
2018-2020 Dönemi:

2018 yılı, gösterişçi tüketim konusunun akademik alanda hız kazandığı bir yıl olmuştur. Sekiz tezle (%8,9) önceki yıllara kıyasla önemli bir artış görülmüştür. 2019'da tez sayısı altıya düşse de (%6,7) bu dönem, ilginin sürdüğü bir zaman dilimi olarak dikkat çekmektedir. 2020 yılında ise yedi tezle (%7,8) konuya olan akademik ilginin devam ettiği anlaşılmaktadır.

2021-2024 Dönemi:

Bu dönemde gösterişçi tüketim üzerine yazılan tezlerde zirve noktalarına ulaşılmıştır. 2021'de sekiz tez (%8,9) hazırlanırken, 2022 yılında on bir tezle (%12,2) bu konunun akademik ilgisinin doruğa çıktığı görülmüştür. 2023 yılı, on üç tezle (%14,4) bu alandaki en üretken yıl olmuştur. 2024 yılında ise üretim biraz azalsa da yedi tezle (%7,8) bu ilginin sürdüğü gözlenmektedir.

Gösterişçi tüketim konulu tezlerin akademik alandaki gelişimi, özellikle 2016 yılından itibaren önemli bir artış göstermiştir. 2022 ve 2023 yıllarında zirveye ulaşan bu ilgi, sosyal medyanın etkisi ve tüketim alışkanlıklarının dönüşümünün akademik dünyada ne kadar dikkate değer görüldüğünü yansıtmaktadır. İlk yıllarda düşük kalan tez sayıları, konunun zamanla daha geniş kabul gördüğünü ve farklı araştırma alanlarına yayıldığını ortaya koymaktadır.



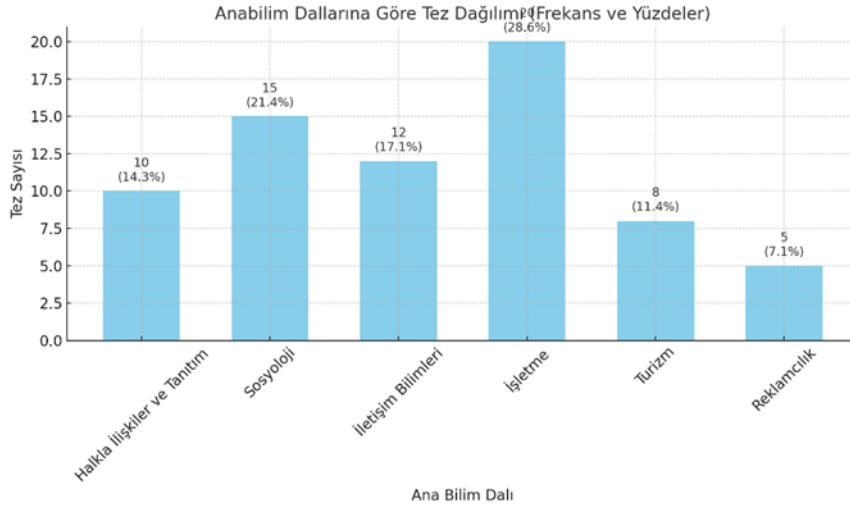
Şekil 2. Üniversitelere Göre Tez Dağılımı (Frekans ve Yüzde)

Çalışmaya dahil edilen gösterişçi tüketim konulu tezlerin üniversitelere göre dağılımı, bu alanın akademik anlamda ne kadar geniş bir ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Grafik, tezlerin frekans ve yüzdelik oranlarına göre üniversiteler arasındaki katkıları öne çıkararak farklı kurumların bu konudaki akademik yaklaşımlarını sergilemektedir.

Karabük Üniversitesi, toplam tezlerin %5,7'sini oluşturan 4 tez ile bu alanda en fazla çalışma yapılan üniversite olarak dikkat çekmektedir. Üniversitenin sosyal bilimler ve tüketim davranışları üzerine yoğunlaşması, gösterişçi tüketim konusundaki katkılarını artırmış ve bu alandaki akademik ilgisinin yüksek olduğunu göstermiştir. Anadolu Üniversitesi ise %4,3 oranıyla toplamda 3 tez ile öne çıkmakta, özellikle sosyal medya ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkilerle ilgili araştırmalara katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde, Başkent Üniversitesi de %4,3'lük bir oranla toplamda 3 tez ile aynı düzeyde katkıda bulunmuştur. Bu üniversitede yapılan çalışmalar, genellikle tüketici davranışları, pazarlama ve iletişim alanlarını kapsamakta ve konunun pazarlama stratejileriyle ilişkilendirilmesine odaklanmaktadır.

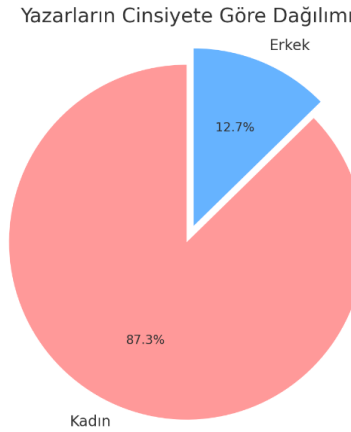
Selçuk Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi ise %2,9 oranında katkı sağlamış, her biri toplamda 2 tez ile listeye dahil olmuştur. Selçuk Üniversitesi'nin çalışmaları genellikle sosyoloji ve halkla ilişkiler bağlamında şekillenirken, Kocaeli Üniversitesi'nin çalışmaları tüketim davranışlarının kültürel ve ekonomik etkilerini incelemektedir. Ayrıca, Kırklareli, Necmettin Erbakan, Sakarya ve Akdeniz Üniversiteleri %2,9 oranında birer ya da ikişer tezle katkı sunmuştur. Marmara, İstanbul ve Hacettepe Üniversiteleri ise %1,4 oranında katkı sağlamış ve bu listeye birer tezle dahil olmuştur.

Bu dağılımlar, Karabük ve Anadolu Üniversitelerinin liderliğinde gösterişçi tüketim konusunun çeşitli üniversitelerde disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alındığını ortaya koymaktadır. Sosyal bilimler ve iletişim alanında çalışan kurumların bu alandaki tezlere yaptığı önemli katkılar, konunun akademik üretimde giderek daha fazla yer bulduğunu göstermektedir. Üniversiteler arasındaki bu çeşitlilik, gösterişçi tüketimin araştırmalarda geniş bir perspektifle ele alındığını yansıtmaktadır.



Şekil 3. Anabilim Dallarına Göre Tez Dağılımı (Frekans ve Yüzde)

Çalışmaya dahil edilen tezlerin anabilim dalına göre dağılımlarında ise Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı 10 tez %14.3 oran, Sosyoloji Anabilim Dalı 15 tez %21.4 oran, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı 12 tez %17.1 oran, İşletme 20 tez %28.6 oran, Turizm Anabilim Dalı 8 tez %11.4 oran ve Reklamcılık Anabilim Dalı 5 tez %7.1 oran şeklinde dağılım gösterdiği saptanmıştır.

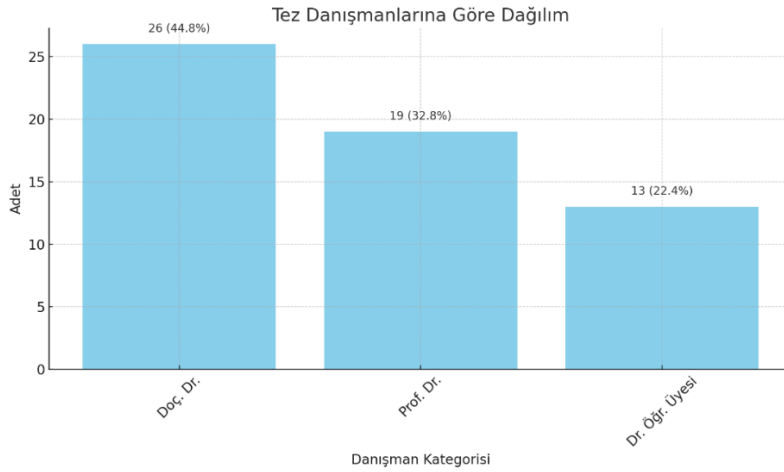


Şekil 4. Yazarların Cinsiyete Göre Dağılımı (Yüzde)

Tablo 2. Yazarların Cinsiyete Göre Dağılımı Frekans Tablosu

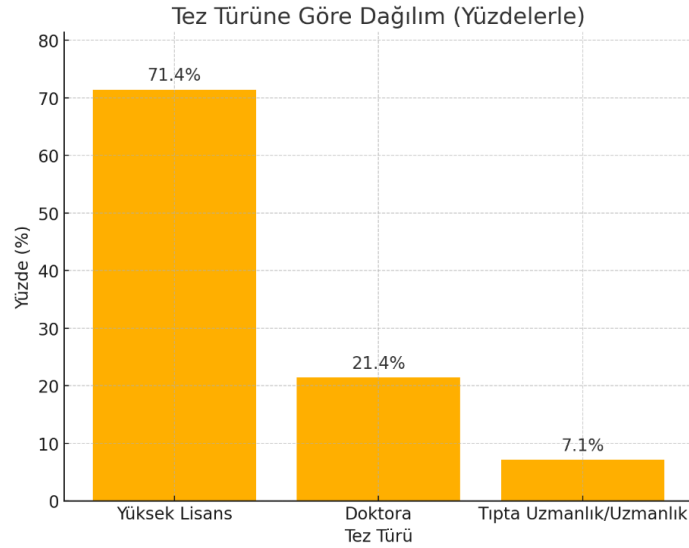
Cinsiyet	Erkek	Kadın
Frekans	8	62

Çalışmaya dahil edilen tezlerin yazar cinsiyetine göre dağılımında 62 frekans %87,3 oran kadın yazar, frekans 8 %12,7 oran erkek yazar şeklinde dağılım gösterdiği saptanmıştır.

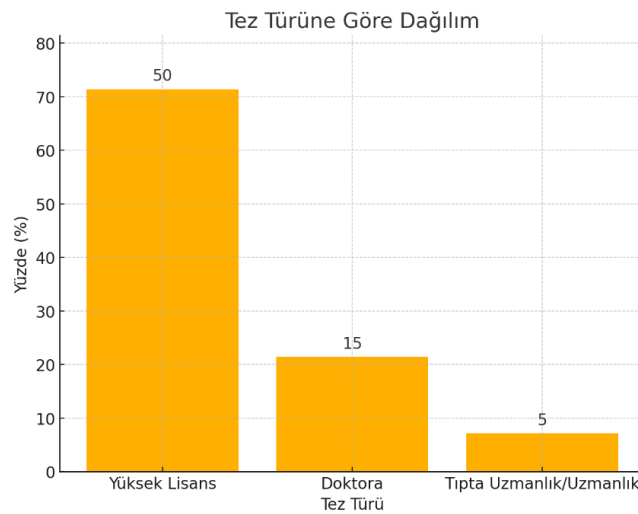


Şekil 5. Tez Danışmanlarına Göre Dağılım (Frekans ve Yüzde)

Çalışmaya dahil edilen tezlerin tez danışmanı unvanına göre dağılımında Doç. Dr. 26 frekans %44,8 oran, Prof. Dr. 19 frekans %32,8 oran, Dr. Öğr. Üyesi 13 frekans %22,4 oran şeklinde dağılım gösterdiği saptanmıştır.

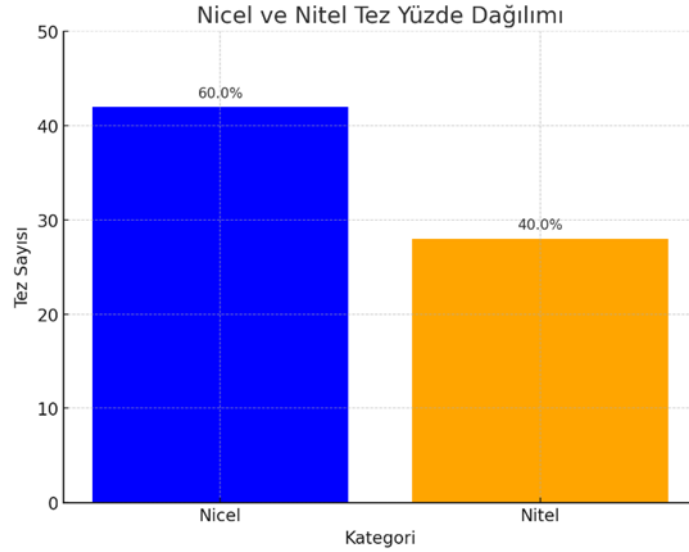


Şekil 6. Tez Türüne Göre Dağılım Yüzde



Şekil 7. Tez Türüne Göre Dağılım (Frekans)

Çalışmaya dahi edilen tezlerin tez türüne göre dağılımında yüksek lisans tezleri 50 frekans %71,4 oran, Doktora tezleri 15 frekans %21,4, Tıpta Uzmanlık/Uzmanlık tezleri 5 frekans ve %5 oran şeklinde dağılım gösterdiği saptanmıştır.



Şekil 8.Yönteme Göre Tez Dağılımı (Yüzde)

Tablo 3. Yönteme Göre Tez Dağılımı (Frekans)

Kategori	Nicel	Nitel
Frekans	42	28

Çalışmaya dahil edilen tezlerin yöntemine göre dağılımında 42 tezde nicel, 28 tezde nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmaya dahil edilen tezlerde %60 oranla nicel, %40 oranla nitel araştırma yöntemleri kullanıldığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye’de 2007-2024 yılları arasında gösterişçi tüketim üzerine yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerini inceleyerek, bu alandaki akademik birikimi daha anlaşılır hale getirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında, YÖK Ulusal Tez Merkezi’nde başlığında “gösterişçi tüketim” ifadesi geçen 70 tez, bibliyometrik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu tezler, yıllara göre dağılım, üniversite, anabilim dalı, yazar cinsiyeti, danışman unvanı, tez türü ve araştırma yöntemi gibi kategoriler altında ele alınmıştır. Elde edilen bulgular hem akademik literatürün kapsamına hem de gösterişçi tüketim olgusunun toplumsal algılardaki yerine dair önemli sonuçlar sunmaktadır.

Yıllara göre dağılım incelendiğinde, 2007-2011 dönemi, gösterişçi tüketim konusundaki akademik ilginin oldukça sınırlı olduğu bir başlangıç evresi olarak öne çıkmaktadır. Örneğin, 2007 ve 2009 yıllarında sadece birer tez hazırlanmış ve bu, toplam tezlerin %1,5’ine denk gelmiştir. 2011 yılında iki tez yazılmış olup, bu oran %3,0’a yükselmiştir. 2015-2017 döneminde ise ilginin yavaş yavaş artmaya başladığı görülmüştür. 2015 yılında bir tez hazırlanmışken, 2016’da bu sayı üçe çıkmış, ancak 2017’de tekrar bir teze sınırlı kalmıştır. 2018-2020 dönemi, gösterişçi tüketim konusunun akademik alanda dikkat çekici bir ivme kazandığı bir dönem olmuştur. 2018 yılında sekiz tez yazılmış, 2019’da bu sayı altıya düşmesine rağmen, 2020’de yedi teze bu ilginin sürdüğü görülmüştür. 2021-2024 döneminde ise akademik çalışmalar zirveye ulaşmıştır. 2022’de on bir teze bu alandaki akademik ilginin doruğa çıktığı, 2023’te ise toplamda on üç teze en üretken yıl olduğu tespit edilmiştir. 2024 yılı ise yedi teze bu ilginin devam ettiğini göstermiştir.

Üniversiteler bazında yapılan analizlerde, Karabük Üniversitesi, toplam tezlerin %5,7’sini oluşturan dört teze en fazla katkı sağlayan üniversite olmuştur. Anadolu Üniversitesi ve Başkent Üniversitesi ise

%4,3 oranla ve üçer tezle sıralamada ikinci sırada yer almıştır. Selçuk ve Kocaeli Üniversiteleri, %2,9 oranında ve ikişer tezle listeye dahil olmuştur. Bunun yanı sıra, birçok üniversite bir veya iki tezle katkı sağlamış, bu da gösterişçi tüketim konusunun farklı akademik kurumlarda disiplinlerarası bir şekilde ele alındığını ortaya koymuştur.

Anabilim dalları açısından bakıldığında, tezlerin çoğunluğunun İşletme (%28,6) ve Sosyoloji (%21,4) anabilim dallarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bunları İletişim Bilimleri (%17,1), Halkla İlişkiler ve Tanıtım (%14,3), Turizm (%11,4) ve Reklamcılık (%7,1) takip etmiştir. Bu dağılım, gösterişçi tüketim konusunun çoğunlukla sosyal bilimler ekseninde incelendiğini göstermektedir.

Yazar cinsiyetine göre yapılan değerlendirmede, tezlerin %87,3'ünün kadın yazarlar tarafından hazırlandığı, erkek yazarların oranının ise %12,7'de kaldığı görülmüştür. Bu durum, kadın araştırmacıların gösterişçi tüketim konusuna daha fazla ilgi gösterdiğini işaret etmektedir.

Tez danışmanlarının unvanlarına göre yapılan incelemede ise, en fazla danışmanlık yapan akademik unvanın %44,8 oranla doçentler olduğu belirlenmiştir. Bunu, %32,8 oranla profesörler ve %22,4 oranla doktor öğretim üyeleri takip etmiştir. Bu durum, tecrübeli akademisyenlerin bu alanda daha yoğun şekilde rehberlik ettiğini göstermektedir.

Tez türlerine göre dağılımda, yüksek lisans tezleri %71,4 ile çoğunluğu oluştururken, doktora tezleri %21,4'lük bir oranla önemli bir yer tutmaktadır. Uzmanlık tezleri ise %5 oranında kalmıştır. Bu dağılım, konunun daha çok yüksek lisans düzeyinde çalışıldığını, ancak doktora düzeyinde de önemli katkılar sağlandığını ortaya koymaktadır.

Son olarak, araştırma yöntemleri incelendiğinde, tezlerin %60'ında nicel yöntemlerin, %40'ında ise nitel yöntemlerin kullanıldığı görülmüştür. Nicel yöntemlerin ağırlıkta olması, konunun ölçülebilir verilerle analiz edilmeye çalışıldığını ortaya koyarken, nitel yöntemlerin de derinlemesine incelemeler için önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Bu bulgular, gösterişçi tüketim konusunun Türkiye'de akademik literatürde giderek artan bir şekilde ele alındığını ve sosyal bilimlerden iletişime kadar geniş bir alanda çalışıldığını göstermektedir. Özellikle 2018 sonrası dönemde artan ilgi, sosyal medya etkisi ve değişen tüketim alışkanlıkları gibi çağdaş unsurlarla açıklanabilir.

Gösterişçi tüketim üzerine yapılan akademik çalışmalar, bu alandaki önemli boşlukları ve fırsatları ortaya koymaktadır. Araştırmaların büyük ölçüde sosyal bilimler ve iletişim alanlarında yoğunlaşması, bu konunun farklı disiplinlerde de ele alınması gerektiğini göstermektedir. Özellikle teknolojinin tüketim davranışları üzerindeki etkisini inceleyen disiplinler arası çalışmalara öncelik verilmesi, değerli katkılar sağlayabilir. Bunun yanı sıra, doktora tezlerinin sayıca yüksek lisans tezlerinin gerisinde kalması, bu alanın daha derinlemesine araştırılmaya ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, doktora düzeyindeki araştırmaların teşvik edilmesi, literatürde daha kapsamlı ve teorik çalışmalara zemin hazırlayabilir.

Toplumsal cinsiyet boyutunda daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulduğu da dikkat çekmektedir. Kadın yazarların bu alandaki baskınlığı, kadın tüketicilerin alışkanlıklarının daha sık ele alındığını düşündürmektedir. Ancak, erkek tüketicilerin ve diğer demografik grupların tüketim davranışlarını inceleyen araştırmaların artırılması, literatürdeki çeşitliliğin ve dengenin sağlanmasına katkı sunabilir. Son olarak, gösterişçi tüketimin güncel teknolojiler (örneğin sosyal medya, metaverse, NFT) ve sürdürülebilirlik ile ilişkisi daha ayrıntılı şekilde araştırılmalıdır. Bu tür çalışmalar hem akademik literatüre hem de pratik stratejilere önemli katkılar sağlayabilir. Akademik araştırmaların yöntemsel ve tematik açıdan çeşitliliğini artırmak, daha kapsayıcı bir perspektifin oluşmasına zemin hazırlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, H. ve Demir, M. (2020). "Sosyal medyanın tüketim davranışları üzerindeki etkisi: Instagram örneği". *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 45-62.
- Amaldoss, W. ve Jain, S. (2005). "Gösterişçi ürünlerin fiyatlandırılması: Sosyal etkilerin rekabetçi analizi". *Journal of Marketing Research*, 42(1), 30-42.

- Arslan, A. ve Kara, M. (2021). “Sosyal medyanın gösterişçi tüketim üzerindeki etkisi: Adana ili örneği”. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 78-95.
- Boğa, D. ve Başçı, M. F. (2016). “Tüketim toplumunda gösterişçi tüketim ve toplumsal statü”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29), 83-100.
- Çelik, S. (2020). “Gösterişçi tüketimin sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri”. *Çevre ve Sürdürülebilirlik Dergisi*, 5(3), 210-225.
- Demir, K. ve Aksoy, Y. (2023). “Sosyal medya ve gösterişçi tüketim: Disiplinler arası bir inceleme”. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 112-130.
- Duan, W. ve Dholakia, N. (2017). “Filtrelenmiş gerçeklik: Sosyal medyada gösterişçi tüketim ve benlik sunumu”. *Tüketici Araştırmaları Dergisi*, 34(4), 567-583.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Güler, A. ve Tekin, M. (2022). “Instagram kullanımının lüks tüketime etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma”. *Sosyal Medya ve Toplum Dergisi*, 4(2), 98-115.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books. (Türkçe çeviri: Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, çev. Barış Cengiz, 2022). Ayrıntı Yayınları.
- Sarıöz, İ. (2005). “Gösteriş tüketimi ve toplumsal statü ilişkisi”. *Sosyoloji Dergisi*, 3(2), 45-60.
- Kaya, F. ve Yıldız, E. (2022). “Sosyal medya fenomenlerinin gösterişli yaşam tarzlarının tüketim kültürüne etkisi”. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 15(3), 250-267.
- Koçak, A. ve Kaya, S. (2021). “Sosyal medya fenomenlerinin tüketim davranışlarına etkisi: İstanbul'da genç profesyoneller üzerine bir araştırma”. *Pazarlama ve İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(1), 134-150.
- Öztürk, M. (2021). “Gösterişçi tüketimin toplumsal eşitsizlikler üzerindeki etkisi”. *Toplum ve Ekonomi Dergisi*, 10(2), 88-105.
- Özkan, M. ve Demir, S. (2022). “Sosyal medyanın gösterişçi tüketim üzerindeki etkisi: Türkiye örneği”. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 200-215.
- Sabuncuoğlu, O. (2015). “Sosyal medyada gösterişçi tüketim ve benlik sunumu”. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 56-72.
- Smith, J. ve Johnson, L. (2021). “Social media's influence on luxury consumption: A global perspective”. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1234-1248.
- Thoumrungroje, A. (2014). “The influence of social media intensity and eWOM on conspicuous consumption”. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 148, 7-15.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Macmillan. (Türkçe çeviri: Aylak Sınıfın Teorisi, çev. Mustafa Akalın, 2005. Babil Yayınları).
- Yılmaz, E. ve Çelik, H. (2020). “Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin tüketim tercihlerine etkisi: Ankara örneği”. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 45-60.
- Zhang, K. Z. (2015). “Sosyal medyada bireylerin kendini ifade etme ve onay ihtiyacını araştırma”. *International Journal of Communication*, 9, 342-365.
- Zorlu, A. (2006). “Gösteriş tüketimi ve kıskançlık arasındaki ilişki”. *Pazarlama ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 112-130.

HER (AŞK) FİLMİ VE CHATBOT'LAR: ANLAM ARAYIŞI VE İLETİŞİM İHTİYACI ÜZERİNE BİR GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELEME

HER AND CHATBOTS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE SEARCH FOR MEANING AND THE NEED FOR COMMUNICATION

Nihal AĞIRBAŞ SARIKAYA¹



ORCID: N. A. S. 0009-0006-7120-167X

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Nihal Ağırbaş Sarıkaya

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

E-mail/E-posta: nihal.agirbass@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 25.01.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %6

Last revision received/Son revizyon teslimi:
13.02.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.02.2025

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

Citation/Atıf: Ağırbaş Sarıkaya, N. (2025). Her (Aşk) Filmi ve Chatbot'lar: Anlam Arayışı ve İletişim İhtiyacı Üzerine Bir Göstergebilimsel İnceleme. Journal of Communication Science Researches, 5 (2), 110-124.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15185531>

Öz

2024 yılında TDK tarafından yılın kelimesi seçilen “kalabalık yalnızlık” dijitalleşmenin bireyler üzerindeki etkisini özetleyen güçlü bir kavramdır. Günümüzde yüz yüze iletişimden uzaklaşan bireyler, çevrimiçi platformlarda çok sayıda insanla bağlantıda olmalarına rağmen yalnızlık ve tatminsizlik hissi yaşamaktadır. Bu durum, dijital dünyadaki ilişkilerin yüzeyselliğini ve bireylerin içsel boşluklarını ortaya koymaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ve romantik ilişkilere dahil olması bu dönüşümü daha da derinleştirmiştir. Spike Jonze’un 2013 yapımı “Her” filmi, “kalabalık yalnızlık” kavramını anlamak için dikkat çekici bir eserdir. Film, Joaquin Phoenix’in canlandığı Theodore karakterinin kalabalıklar içinde yalnızlık hissiyle mücadelesini, Scarlett Johansson’un seslendirdiği yapay zekâ karakteri Samantha ile kurduğu bağ üzerinden anlatmaktadır. Samantha, insan duygularını anlama yeteneğiyle insan ilişkilerindeki yüzeyselliğe keskin bir karşıtlık oluşturur. Film, bu ilişkinin bireyin yalnızlığını nasıl dönüştürebileceğini ya da derinleştirebileceğini sorgulamaktadır. Bu çalışmada “Her” filmi, “kalabalık yalnızlık” ekseninde Roland Barthes’in düz anlam ve yan anlam kavramlarıyla göstergebilimsel olarak analiz edilmiş, dijital çağın bireyler üzerindeki psikolojik ve toplumsal etkileri derinlemesine incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kalabalık Yalnızlık, Yapay Zekâ, Göstergebilimsel Analiz, Dijitalleşme, İnsan İlişkileri.

Abstract

The term “crowded loneliness,” selected by the Turkish Language Association as the 2024 word of the year, encapsulates the impact of digitalization on individuals. In an era where face-to-face communication is replaced by online interactions, individuals often feel isolated and emotionally unfulfilled despite being connected to many on virtual platforms. This phenomenon highlights the superficiality of digital relationships and the internal emptiness it fosters. The rapid development of artificial intelligence, particularly in romantic relationships, has deepened this transformation. Spike Jonze’s 2013 film “Her” offers a compelling exploration of “crowded loneliness.” It depicts Theodore, played by Joaquin Phoenix, as he grapples with loneliness and forms a connection with Samantha, an AI voiced by Scarlett Johansson. Samantha’s ability to understand and respond to human emotions starkly contrasts with the superficiality of human relationships. The film examines whether this connection alleviates Theodore’s loneliness or deepens it. This study analyzes “Her” through the lens of “crowded loneliness” using Roland Barthes’ concepts of denotation and connotation, exploring the psychological and societal impacts of the digital age on individuals and contributing to contemporary discourse.

Keywords: Crowded Loneliness, Artificial Intelligence, Semiotic Analysis, Digitalization, Human Relationships.

GİRİŞ

Türk Dil Kurumu, 2024 yılı kelimesi seçimi amacıyla gerçekleştirdiği halk oylamasında “kalabalık yalnızlık” kavramını yılın kelimesi olarak belirlemiştir (TDK, 2024). Merhamet, yabancılaşma, algoritma, yozlaşma, yapay zekâ, dijital yorgunluk ve kalabalık yalnızlık gibi seçenekler arasında tercih edilen bu kavramın ortaya çıkmasında dijital dünyanın etkisi belirleyici olmuştur. Kalabalık yalnızlık, bireylerin geniş topluluklar içinde yalnız hissetmesi durumunu ifade etmekte ve bu yönüyle sosyoloji, psikoloji ve iletişim gibi sosyal bilimlerin inceleme alanına girmiştir (Çetin, 2024).

Dijital platformların sunduğu takipçi sayısı, beğenilme gibi unsurlar bireylerin kendilerini kalabalık bir çevreye sahip hissetmesini sağlarken, hızlı kurulan ancak kolay tüketilen ilişkiler yalnızlık duygusunu derinleştirmektedir. Günlük yaşamın yoğun temposu içinde insanlar, çevrelerinde çok sayıda kişi görse de zayıflayan toplumsal bağlar, komşuluk ilişkilerindeki gerileme ve aile içi iletişimsizlik nedeniyle yalnızlık hissi yaşamaktadır. Zira, bireyler kapı komşularını tanımamakta, aile bireyleriyle yüz yüze sohbet etmemekte, eşler dahi farklı odalardan mesajlaşarak iletişim kurmaktadır (Diker, 2019; Gilanlioğlu & Öze, 2020; Gedik, 2024). Modern zamanların getirdiği bu durum, bireylerin sosyal medya aracılığıyla yüzlerce arkadaş edinmesine olanak tanırken, aynı zamanda onları yalnızlığa itmektedir (Çalışkan & Mencik, 2015). Yüz yüze iletişimin giderek azaldığı Instagram, X (önceki adıyla Twitter) ve Facebook gibi sosyal medya platformları, bireylerin iletişim biçimlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu durum, yapay zekâ tabanlı robotların iletişim süreçlerine dahil olmasıyla farklı bir boyut kazanmıştır. Bu dönüşümün kültürel ve sanatsal yansımaları da dikkat çekicidir. Benzer bir temanın sinematografik bir yansıması olan 2010 yapımı *Her* filmi, dijitalleşme çağında yalnızlık olgusunu çarpıcı bir şekilde ele almıştır. *Her* (2013), Spike Jonze’un yazıp yönettiği bir bilim kurgu-romantik filmidir. Yakın bir gelecekte geçen film, yalnız ve içine kapanık bir adam olan Theodore’un, gelişmiş bir yapay zekâ işletim sistemi olan Samantha ile kurduğu sıra dışı romantik ilişkiyi konu almaktadır. Film, teknolojinin insan ilişkileri üzerindeki etkilerini, yalnızlık, aidiyet gibi derin temaları işlemektedir.

Filmde, Joaquin Phoenix’in canlandığı Theodore, boşanma sürecinde olan bir yazardır. Bir fuarda ilgisini çeken yapay zekâ asistanı Samantha’yı satın alır. Samantha başlangıçta bir sanal asistan olarak görev yaparken, kısa sürede Theodore’un yalnızlığını paylaşan bir varlığa dönüşür. Theodore’un şehir hayatının içinde, teknolojik olarak sürekli bağlantıda olmasına rağmen derin bir yalnızlık hissetmesi, kalabalık yalnızlık kavramının somut bir örneğidir. Samantha ile kurduğu ilişki, fiziksel dünyada onu insanlardan daha da uzaklaştırır, bu da bireyin dijital kalabalıklar içinde yalnızlaşmasını temsil etmektedir. Theodore, Samantha ile kulaklığındaki bir bağlantı aracılığıyla sürekli iletişim halinde olur, birlikte film izler, arkadaş buluşmalarına katılır ve neredeyse hiç ayrılmazlar. Kalabalık bir metropolde, işine gidip gelirken bile Samantha ile olan iletişimi, çevresiyle olan bağlarının neredeyse tamamen kopmasına neden olur. Filmde yer alan diğer karakterler de yüz yüze iletişimden uzak, yalnızca dijital cihazlarıyla meşgul bir yaşam sürmektedir.

Theodore’un Samantha’ya duyduğu güçlü bağ, filmin ilerleyen sahnelerinde beklenmedik bir gerçekle sarsılır. Samantha bir anda çevrimdışı olur ve Theodore, ona ulaşmak için çırpınır. Ancak Samantha, sistem yöneticisinin komutuyla kendini güncelleme ve artık erişilemez hale gelmiştir. Bunun yanı sıra Samantha’nın yalnızca Theodore’a hizmet etmediği, aynı anda birçok başka kişiyle de etkileşim içinde olduğu ortaya çıkar. Theodore’un Samantha’ya duyduğu bağlılık, aslında anlaşılma ve yargılanmama ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Boşanma sürecindeki Theodore için en temel ihtiyaç, kendisini anlayan bir varlıkla bağ kurmaktır. *Her* filmi, yapay zekâ kavramını merkeze alarak, insana dair evrensel duygular olan anlaşılma ve sevgi arayışını ustalıkla işlemektedir. Filmin sinematografisi, müzikleri ve kadralları, izleyiciyi Theodore’un yalnızlığına ve dijitalleşen dünyadaki insan ilişkilerine dair derin bir sorgulamaya davet etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Spike Jonze’un *Her* filmi üzerinden dijitalleşmenin bireylerin yalnızlık deneyimleri üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Film, Roland Barthes’ın göstergebilimsel analizi çerçevesinde, düz anlam ve yan anlam kavramları kullanılarak incelenmiş ve karakterlerin dijital teknolojilerle kurduğu ilişkiler, “kalabalık yalnızlık” kavramı üzerinden değerlendirilmiştir. Bu analiz kapsamında şu sorulara yanıt aranacaktır: Yapay zekâ ile kurulan ilişkiler, bireyin yalnızlık hissini nasıl etkiler? Dijitalleşen dünyada gerçek ve sanal bağlar arasındaki sınır nerede çizilmektedir? Filmde

kullanılan semboller ve sinematografik öğeler, bireyin duygusal izolasyonunu nasıl yansıtmaktadır? Bu bağlamda çalışmada, dijital çağın insan ilişkilerini nasıl dönüştürdüğü ve bireysel izolasyonu nasıl derinleştirdiği sorgulanmaktadır. Çalışmada, filmdeki karakterlerin davranışları, diyalogları ve görsel unsurlar göstergebilimsel yöntemle incelenmiş; özellikle renk kullanımı, ses tasarımı ve mekân seçimi gibi sinematografik unsurların yalnızlık temasını nasıl desteklediği analiz edilmiştir. Barthes’ın düz anlam ve yan anlam kavramlarıyla filmdeki semboller ve metaforlar çözümlenerek, teknolojinin bireysel ve toplumsal düzeydeki etkileri ortaya konulmuştur.

Bu bağlamda, 2024 yılının kavramı olarak seçilen “kalabalık yalnızlık”, *Her* filmi bağlamında incelenmiştir. Çalışmanın temelinde, *kalabalık yalnızlık* kavramının 2024 yılında seçilmiş olması, konuya güncel ve özgün bir perspektif kazandırmaktadır. Analiz sürecinde, Roland Barthes’ın göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Gösteren ve gösterilen ilişkisi üzerinden filmdeki kavramlar çözümlenmiş; yalnızlık, anlam ve dönüşen iletişim biçimleri analiz edilmiştir. Böylelikle modern dünyanın yeni nesil ilişki biçimleri, sinemanın yarattığı anlam ve imge dünyasıyla açıklanmıştır.

YAPAY ZEKÂ VE “HER” FİLMİ: KALABALIK YALNIZLIK KAVRAMINA MODERN BİR YAKLAŞIM

Yapay zekâ teknolojisindeki son gelişmeler incelendiğinde, *Her* filmi, kimilerine göre bir ütopya, kimilerine göreyse bir distopya olarak değerlendirilebilecek unsurlarıyla birebir gerçek olmaya başlamıştır (Kaprol, 2024). Nvidia’nın kurucusu Jensen Huang, herkesin bir gün yapay zekâ asistanına sahip olacağını açıklamıştır (Crawford, 2024). Siggraph Konferansı’nda yaptığı konuşmada Huang, “İşyerinde, yaptığımız eylemlerden sonra modellenen bir yapay zekâ hayal edin” ifadesini kullanarak, davranışa göre güncellenen ve kullanıcının hareketlerini temel alarak gelişen, günümüz ChatGPT’sinin çok daha kişiselleştirilmiş bir versiyonuna işaret etmiştir (Martin, 2024). Bunun yanı sıra, Bee tarafından geliştirilen bir cihazın kullanıcılarını dinleyerek notlar aldığı, listeler hazırladığı ve hatırlatmalar oluşturduğu belirtilmiştir. Bee’nin kurucu ortağı ve CEO’su Maria de Lourdes Zollo, bu cihazın telefon bildirimlerini okuma, e-posta ve tweet yazma, hatta alışveriş önerilerinde bulunma gibi işlevlere sahip olduğunu açıklamıştır (Beşiroğlu, 2024). Bu özellikleriyle Bee, *Her* filmindeki sanal kahraman Samantha’yı andıran bir süper asistan olarak değerlendirilebilir. Bir diğer yapay zekâ ürünü ise Avi Schiffman tarafından tasarlanmış ve *Arkadaş (Friend)* olarak adlandırılmıştır. Yalnızlıkla mücadelede destek olmak amacıyla tasarlanan bu cihaz, kolye şeklinde bir ekran formunda olup kullanıcıların sorularını ya da mesajlarını duyarak yanıt verebilmektedir (Pierce, 2024).

Bu gelişme, *Her* filmindeki açık hava piknik sahnesini akıllara getirmektedir. Filmde Theodore, arkadaşlarıyla bir pikniğe katılırken sevgilisi Samantha ile kulaklık aracılığıyla sürekli iletişim halindedir. Samantha tüm konuşmaları duyup yanıt verebilirken, Friend cihazının konuşma yetisi olmaması ve yalnızca yazılı cevaplar verebilmesi önemli bir fark olarak öne çıkmaktadır. Apple’ın Siri’si ve Amazon’un Alexa’sı ile başlayan kişisel yapay zekâ asistanları, günümüzde romantik ilişkilere kapı aralayan bir boyut kazanmıştır. Amerika merkezli bir teknoloji şirketi olan OpenAI, 2023 yılının Kasım ayında yapay zekâ tabanlı sanal aşk platformları kurmayacağını, bu tür girişimlerin ahlaki sorunlara yol açabileceğini açıklamıştır. Ancak şirketin kurucusu Sam Altman, 2024 yılı başlarında ChatGPT-4’ün yeni bir demosunu tanıtarak dünyayı “flörtöz bir kadın sesi”yle tanıştırmıştır (Allyn, 2024). Bu ses, *Her* filmindeki Samantha’nın ses tonuna şaşırtıcı derecede benzemektedir. Aynı gün, Altman’ın sosyal medya platformu X’te (eski adıyla Twitter) “O” kelimesini tweet olarak paylaşması, OpenAI’nın Samantha’yı kopyalama hedefi götüğüne yönelik yorumlara neden olmuştur. Altman, *New York Times* yazarı Kevin Roose’a verdiği röportajda, yapay zekanın insanlık için en faydalı teknolojilerden biri olduğunu, ancak bu alanda dikkatli olunmazsa faydaların felakete dönüşme riski bulunduğunu vurgulamıştır (Roose, 2023). Günümüzde, yüzden fazla yapay zekâ uygulaması, kişiselleştirme özellikleriyle romantik ilişkilere olanak tanımaktadır. İnsanlar, sürekli erişim sağlayabildikleri, sorunsuz bir etkileşim kurabildikleri ve duygusal yalnızlıklarını gideren bu yapay zekâ sistemleriyle giderek daha güçlü bağlar kurmaktadır (Ayaz, 2024; Alayoğlu & Eldeniz, 2024). Günümüz chatbot’larının yargılamayan, samimi ve tutkulu yaklaşımları, Samantha’nın insana yakın özelliklerini başarıyla taklit etmektedir.

KALABALIK YALNIZLIK: DİJİTAL ÇAĞIN YALNIZ İNSANLARI

Türk Dil Kurumu'na göre yalnızlık, “yalın” kökünden türetilmiş olup, “yalın olma durumu” ve “kimsesizlik” anlamlarında kullanılmaktadır (Çetin, 2024). Yalnızlık, bireyin boşluk ve yoksunluk hisleriyle örtüşen bir olgudur. Sosyal bilimciler, yalnızlık ve tek başınalık kavramlarını birbirinden ayırmaktadır. Tek başınalık, bireyin gönüllü olarak yalnızlığı tercih etmesiyle, düşünme, yazma veya yaratıcı bir süreçle meşgul olma gibi olumlu sonuçlar doğurabilen bir durumu ifade ederken; yalnızlık, bireyin olumsuz sonuçlar yaşadığı, korku ve kaçınma gibi tepkiler verdiği bir durum olarak tanımlanmaktadır (Kasari & Sterling, 2013).

Covid-19 pandemisi, yalnızlaşma eğilimindeki dijital çağ bireylerini daha da derin bir yalnızlığa sürüklemiştir. Pandemi sürecinde bireyler, sosyal izolasyonun bir gerekliliği olarak evlerine kapanmış, yüz yüze iletişimden uzaklaşarak akıllı telefon ve tabletlerine yönelmiştir. Ancak bu durum, pandemi sonrasında da alışkanlık haline gelmiş ve bireyler yalnızlaşmaya devam etmiştir. Uzun süreli yalnızlık, anksiyete ve stres gibi ruhsal sorunların yanı sıra, değersizlik hissini artırarak bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir (Kanat & Ünnü, 2022, s. 194).

Son yıllarda yapılan araştırmalar, pandeminin yalnızlık hissini artırdığına ve bu durumun özellikle genç bireylerde daha büyük etkiler yarattığına işaret etmektedir. 2022 yılında Üsküdar Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen 4. Uluslararası Yalnızlık Sempozyumu'nun *Aile ve Yalnızlık* başlıklı araştırmasında, yalnızlık duygusunda kadınlar ve erkekler arasında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Araştırmaya göre, kadınların 2019 yılına kıyasla kendilerini yalnız hissetme oranı %40 artarken, erkeklerde bu oran %26 olarak tespit edilmiştir (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 36-37). Araştırmada ayrıca yaş arttıkça yalnızlık hissini azaldığı ifade edilmiştir. Dijital çağın merkezinde büyüyen 18-24 yaş arası gençlerin %40'ı kendilerini yalnız hissetmektedir. Aynı araştırma, aile içindeki sosyal bağların zayıflamasının yalnızlık hissini artıran önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye genelinde 81 ilde, 18-70 yaş arası 6.100 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çevrim içi anketlerde, %95 güven düzeyi ve %1,25 hata payı elde edilmiştir. Katılımcıların %52'si kadın, %48'i erkek olarak belirlenmiştir (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022). Bu bağlamda yalnızlık, bireysel ve toplumsal düzeyde derinlemesine ele alınması gereken, dijitalleşme ve sosyal değişimlerin şekillendirdiği çağdaş bir olgudur.

Tablo 1. *Aile ve Yalnızlık* Araştırmasına Katılım: Bölgesel Dağılım ve Yaş Grupları İtibariyle Katılımcı Oranları (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 37).

Bölge / Yaş Aralığı	Katılım Oranı (%)
Marmara	38%
İç Anadolu	14%
Ege	12%
Akdeniz	12%
Doğu Anadolu	9%
Güneydoğu Anadolu	8%
Karadeniz	7%
18-24 Yaş Arası	18%
25-34 Yaş Arası	29%
35-44 Yaş Arası	28%
45-54 Yaş Arası	19%
55 Yaş Üzeri	6%

Katılımcıların yalnız hissetme oranlarının, 2019 ve 2021 yıllarına kıyasla belirgin şekilde arttığı görülmüştür. Araştırmaya göre, katılımcıların %34'ü kendini sık sık yalnız hissettiğini, %30'u ise ara sıra yalnızlık yaşadığını belirtmiştir. Yalnız kalma durumları incelendiğinde, katılımcıların %38'i hiç yalnız kalmadığını, %23'ü ara sıra yalnız kaldığını, %40'ı ise sık sık yalnız kaldığını ifade etmiştir. Hiç yalnız olmadığını belirten katılımcıların %13'ü sık sık, %28'i ise ara sıra yalnız hissettiklerini dile

getirmiştir. Kendini sık yalnız hisseden bireyler arasında yapılan çevrim içi görüşmelerde, yalnız yaşayan genç ve yaşlıların yalnız hissetme oranı %38 olarak tespit edilmiştir. Bu oran, arkadaşlarıyla yaşayan bireylerde %34, karı-koca şeklinde yaşayan çiftlerde %24, çocuklu ailelerde ise %33 olarak saptanmıştır (Süleymanlı, Kılıç, & Gören, 2022, s. 37-40). Bu bulgular, Üsküdar Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen araştırmanın, Türk Dil Kurumu’nun 2024 yılı kelimesi olarak seçtiği *kalabalık yalnızlık* kavramını desteklediğini göstermektedir.

Kalabalık ve yalnızlık, anlam bakımından birbiriyle zıtlık taşıyan iki kavram olmasına rağmen, günümüz dijital çağ insanlarının sıkça deneyimlediği bir gerçeklik olarak öne çıkmaktadır. Türk Dil Kurumu, bu sonucu şu ifadelerle gerekçelendirmiştir: *“2024 yılında, insanların kalabalıklar içinde yalnız hissettiklerini gösteren araştırmaların sayısında artış olduğu görülmektedir. Birbirlerinin zıddı gibi duran, teklik ifade eden ‘yalnızlık’ ile çokluk ifade eden ‘kalabalık’ aynı anda var olabilmektedir... Sosyal medya ortamında takipçi, beğeni sayılarının önem kazanması, sözde ‘kalabalık’ bir ortam oluşturulması yalnızlık hissine çözüm gibi algılsa da yalnızlık hissini artıran bir sonuç ortaya çıkarmaktadır. Dijital dünyanın gelip geçici ilişkiler önermesi, yalnızlık hissini derinleştirmektedir...”* (TDK, 2024). Bu bağlamda, kalabalık yalnızlık olgusu, bireysel ve toplumsal ilişkilerin doğasını yeniden düşünmeyi gerektiren önemli bir kavramsal çerçeve sunmaktadır.

Kişileri kalabalıklar içinde kimsesiz ve yoksunluk hissiyle karşılayan “kalabalık yalnızlık” kavramı, dijital dünyayla hayatımıza nüfuz eden sosyal medya platformları ve akıllı asistanların yaygınlaşmasıyla daha görünür hale gelmiştir. Özellikle Covid-19 salgını, yüz yüze iletişimi büyük ölçüde sınırlandırarak modern insanı dijital dünyaya ve çevrim içi hayata daha sıkı bağlamış, bu durum kalabalık yalnızlık problemini daha da derinleştirmiştir (Atay, 2021). Prof. Dr. Nevzat Tarhan (2023), insan beyninin sosyal temasla geliştiğini, yeni doğan bir bebeğin ince motor, kaba motor, dil gelişimi, sosyal, duygusal ve duyuşsal becerilerinin sosyal çevresi ile şekillendiğini ifade etmektedir. Ancak, kalabalık yalnızlık yaşayan bireyler, sanal dünyada birbirine yakın olduklarını düşünse bile, gerçek bağlar kuramamakta ve sosyal iletişim eksikliğini derinden hissetmektedir (Atay, 2021).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2022 verilerine göre, Türkiye nüfusu 85 milyon 279 bin 553 kişidir. Bu nüfusun %93,4’ü il ve ilçe merkezlerinde, %6,6’sı ise belde ve köylerde yaşamaktadır (Kurumu, 2022). TÜİK verileri, özellikle büyük şehirlerde yaşayan bireylerin kalabalık yalnızlık olgusunu daha fazla hissettiğine işaret etmektedir. Büyük şehirlerde her gün onlarca insanın arasında çalışmak, yüzlerce kişiyle karşılaşmak, apartman komşularıyla aynı binayı paylaşmak veya aile bireyleriyle aynı evde yaşamak, modern bireyin yalnızlık hissini ortadan kaldırmamaktadır. Teknolojinin durmaksızın gelişmesi ve bu teknolojinin kontrolsüz kullanımı, basitleşen sosyal ilişkiler, sosyal medya aracılığıyla sınıf ve kişisel farklılıkların silikleşmesi, yüz yüze iletişim eksikliği gibi nedenlerle bireyler sosyal bağlardan uzaklaşmaktadır (Koca & Öcal, 2024; Sözbilir, 2021). Ayrıca, insanları anlamaya çalışmadan onları yalnızlıktan “kurtarmayı” vaat eden sohbet botları (chatbots) ve yapay zekâ asistanları da kalabalık yalnızlık olgusunun tetikleyicileri arasında sayılmaktadır.

Kalabalık yalnızlık, yalnızca bireysel bir sorun olmanın ötesinde, toplumsal bir soruna işaret etmektedir. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, aile, komşuluk ve arkadaşlık bağlarına büyük önem veren bir kültürün vatandaşları olarak, yüz yüze ve gerçek ilişkiler kurmaktan hızla uzaklaşıyor olmamız önemli bir olgudur. Bu kültürel ve toplumsal normlar değiştikçe, derin bağlar kurmak giderek zorlaşmakta ve bireylerin içsel anlam arayışları artmaktadır (Alayoğlu & Eldeniz, 2024). Bireysellik, bireysel başarı, dışa dönük ilişki modelleri ve görünürlük ön plana çıkmakta; bu da sağlıklı ilişkiler kurmayı zorlaştırmakta ve başkalarını anlamak ile anlaşabilmeyi engellemektedir.

Metropollerde yaşayan, fiziksel olarak kalabalıklar içerisinde yer alan bireyler, kişisel yapay zekâ asistanları ve sanal arkadaşlıklar aracılığıyla gerçek olmayan dünyalarında var olma çabası içine girmektedir. Çağdaş insan, ilişkilerinde derinlik bulamamakta ve bu durum, yaşamını sorgulayan bir anlam arayışına dönüşmektedir (Akkaş & Bakırtaş, 2019; Demir & Seferoğlu, 2016). Sanal ilişkilerin zayıflığı, 2010 yılı Noel gecesinde yaşanan trajik bir olayda da net bir şekilde gözler önüne serilmektedir. 42 yaşındaki İngiliz bir kadın, Facebook’taki 1082 arkadaşıyla paylaştığı gönderisinde ilaç aldığını ve intihar edeceğini yazmıştır. Gönderiyi gören hiçbir arkadaşı, kadının evine gitmemiş

veya acil servisi aramamıştır. 1082 arkadaşına sahip Simone Back kurtarılamamıştır (McVeigh, 2011). Bu örnek, dijital dünyada arkadaş veya bağlantı sayısının giderek arttığı bir ortamda, gündelik ilişkilerimizin olumsuz bir şekilde değişmeye devam ettiğini göstermektedir.

CHATBOT'LAR VE DUYGUSAL YAPAY ZEKÂ: İNSAN DUYGULARINI ANLAMA VE TEPKİ VERME YETENEĞİ

Yapay zekâ, bilgisayarlar aracılığıyla insana özgü zekâ ve düşünme yeteneklerini simüle etmeyi amaçlayan bir bilim ve mühendislik alanıdır. Yapay zekâ üzerine çalışan önde gelen dünya şirketleri, insan benzeri düşünme süreçleriyle problemlere çözüm üreten, karar alabilen ve öğrenebilen makineler geliştirmeyi hedeflemektedir. YZ sistemleri, kendisine sunulan verileri analiz ederek, bilgi dağarcığını geliştirir ve öğrenir. Dil işleme, görüntü ve ses tanıma gibi alanlarda bilgi toplar ve anlamlandırır. Sanat dünyasında tasarım süreçlerini ilerletirken yaratıcı işler üretmekte, tıpta ise ilaç keşfi, hasta bakımı ve hastalık teşhisi gibi önemli alanlarda görevler üstlenmektedir (Koçak, 2024). Eğitimde, eğitim materyalleri oluşturma, öğrenci gelişimini izleme; iş dünyasında ise müşteri hizmetlerini otomatikleştirme, veri analizi yapma ve tahmin modelleri oluşturma gibi birçok farklı alanda destekleyici bir rol üstlenmektedir (Scott, 2024). Martinez-Miranda ve Aldea'nın (2004, s. 21) çalışmasına göre, yapay zekâ tanımı hayatımıza girdiğinden beri uzmanlar, insan gibi düşünebilen, akıl yürütme becerisine sahip ve karmaşık görevleri başarıyla yerine getirebilen sistemlere odaklanmışlardır (Karamustafa & Arsan, 2022). İnsana özgü özelliklere dair ilk defa yapay zekâ ile bağlantılı bir tanım kullanan kişi, Rosalind Picard'dır. Picard, 1995 yılında “duygusal bilgi işlem” terimini kullanarak, yapay zekaya felsefi bir bakış açısı ile yaklaşılması gerektiğini ve makinelerin duygularına göre güncellenmesinin önemini vurgulamıştır (Karamustafa & Arsan, 2022, s. 21).

Yapay zekâ destekli sistemler, günümüzde dil modellerinin daha doğru ve kapsamlı anlama yeteneğini geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Bu gelişmeler, sistemlerin daha kesin ve doğru cevaplar verebilmesini, duygusal ipuçlarını yakalayıp duygusal yanıtlar oluşturmalarını sağlamaktadır. İnsan duygularını analiz edebilen ve bu duyguları yorumlayarak yanıt verebilen bu sistemlere “duygusal yapay zekâ” (Emotion AI) denmektedir (Karabıyık, Yüksel, & Tan, 2024; ZainEldin, ve diğerleri, 2024). Duygusal yapay zekâ sistemleri, bireylerin ilgi düzeylerini analiz ederek kişisel deneyimler oluşturmaya, günlük hayatı ve iş yaşamını kolaylaştırmaya ve memnuniyeti artırmaya hedeflemektedir (Minsky, 2006, s. 220). Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde değineceğimiz birçok öncü teknoloji firması, sanal asistanlar ve sanal arkadaşlar üzerinde empati yeteneğini geliştirmek, insana özgü özelliklerle donatmak için çalışmalar yürütmektedir. Emotion AI, kullanıcının geçmiş hareketlerini analiz ederek kişiye özel önerilerde bulunma, web kameraları ya da optik sensörler kullanarak kullanıcıların ifadelerini inceleyip duygularını tahmin etme gibi yetenekleri bünyesinde barındırmaktadır. Bilgisayar kamerası veya optik sensörlerle insan yüzünden duygu tespiti yapan AI modelleri, yüzün kilit noktalarını (burun ucu, kaş köşesi, ağız köşeleri vb.) tanıyıp bu bölgelerdeki pikselleri analiz ederek, yüz ifadelerinin kombinasyonlarına dayanarak duyguları tanıyıp uygun hareketlerde bulunabilmektedir (Safalı & Avaroğlu, 2021).

Duygusal yapay zekâ alanında öncü firmalardan biri olan Affectiva, kullanıcıların izlediği videolarda yapay zekâ algoritmalarını devreye sokarak, yüz ifadelerinden duygu analizi yapmaktadır ve bu verileri bulut tabanlı sistemlere depolamaktadır. Kullanıcıların duygularının toplandığı bu havuz aracılığıyla, marka tepkilere göre istatistiksel analizler yaparak kendi başarı durumunu izleyebilmektedir. SXSW 2021 oturumunda konuşan Affectiva CEO'su Rana el Kaliouby, IQ ve EQ'yu birleştirmek için günümüz teknolojilerini insancılaştırma misyonuyla hareket ettiklerini belirtmiştir (SXSW, 2025; Affectiva, t.y.). Massachusetts Institute of Technology (MIT) ekibiyle birlikte 20 yıldır bu alanda çalışmalar yürüttüklerini vurgulayan Kaliouby, iletişim şeklimizin yalnızca %10'unun kelimelere dayandığını, geri kalan %90'ının ise el hareketleri, vücut dili, ses tonlaması ve yüz ifadeleri gibi unsurlardan oluştuğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda, videolu görüşmelerin yapılmadığı durumlarda iletişimin büyük bir kısmının eksik kaldığına dikkat çekmiştir. Rana el Kaliouby (2020), bu tespitlerin, makineleri geliştirme sürecinde kendisinde bir tetikleyici unsur oluşturduğunu belirtmiş ve yüz-bilgisayar bilimi ile makine öğrenimi çalışmalarını, duygu ve yüz ifadeleri bilimleriyle birleştirerek geliştirdikleri sistemlerden bahsetmiştir. Kaliouby ve ekibi, derin öğrenme ve yüz hareketi kodlama sistemlerini birleştirerek, kamera sensörlerinden yararlanıp verileri toplamıştır. Yüz hareketi kodlama sistemi, 45 farklı insan yüz

kasının kasılmalarını ve hareketlerini ölçerek duygusal, zihinsel ve bilişsel sinyalleri oluşturmakta kullanılmaktadır.

Kaliouby, müşterilerin daha etkili bir şekilde analiz edilmesini sağlayan bu sistemle 50 binden fazla video reklamını test ettiklerini ve yaklaşık 10 milyon kişinin yanıtını ölçtüklerini ifade etmiştir. Otomotiv endüstrisinde, duygusal yapay zekâ sürücü dikkati ve uykusuzluk gibi durumları izlemek için kullanılmaktadır. Kaliouby, özellikle uykulu sürücülerde mikro-uyku adı verilen 1-10 saniye arasındaki dalmaların tespit edilerek sürücünün uyarıldığını açıklamıştır. Sektörün bir diğer firması Emotient, 2016 yılında Apple tarafından satın alınmıştır. Emotient, yaptığı çalışmalarla kendini ifade edemeyen hastaların vücut tepkilerinden ağrı gibi belirtileri analiz edebilmiştir. Apple, Emotient'in bu çalışmalarına ek olarak iPhone X kullanıcıları için animojiler üretmiş ve animojiler aracılığıyla kullanıcıların anlık yüz ifadelerini tanıyıp emojileştirmiştir. Bu teknoloji sayesinde kullanıcılar, duygu durumlarını emojiyle ifade ederek anlık iletişimde kullanabilmektedir (El Kaliouby & Robinson, 2020; Walsh, ve diğerleri, 2019)

Yapay zekâ uygulamalarından biri olan sohbet robotları, İngilizce'deki "sohbet" anlamına gelen *chat* ve "robot" anlamına gelen *bot* sözcüklerinden türetilmiştir (Adamopoulou & Moussiades, 2020). Kullanıcılarına sohbet hizmeti sunan *bot* adı verilen metin tabanlı sistemler, insan dilini taklit etmektedir (Zumstein & Hundertmark, 2017, s. 98). Yapay zekâ sistemleri ile entegre olmadan önce sınırlı bir soru-cevap kapasitesine sahip olan sohbet botları, günümüzde yapay zekâ teknolojilerinden yararlanarak insana benzer etkileşimler sunmakta ve duygusal tepkiler sergilemektedir. Sohbet botlarının kullanım amaçlarını inceleyen bir çalışmada (Brandtzaeg & Følstad, 2018), sohbet robotlarının kullanılma motivasyonunun yardım ve bilgi edinme olduğu belirtilmiştir. Bazı kullanıcılar, bu botların insan olmadığını bilse de yalnızlıklarını azaltmak ve sosyalleşmek adına bu sistemlerden yararlandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, anlayışlı ve yargılamayan sohbet botları, kullanıcılara yüksek bir güven sağlamakta ve kendilerini ifşa etme konusunda herhangi bir sıkıntı yaşamamalarını temin etmektedir (Brandtzaeg & Følstad, 2018; Sarioğlu & Güregen, 2024). Her zaman ulaşılabilir olmak ve sosyalleşmeyi artırmak gibi özellikler de kullanıcılar tarafından olumlu algılanmaktadır. Bu özellikleriyle sohbet botları, Spike Jonze'un *Her* filmiyle benzer bir anlatı yapısını kopyalamış gibi görünmektedir.

Modern çağ insanının yalnızlığına bir kurtarıcı olarak görülen sohbet robotları, gerçek olmayan fakat tatmin edici bir sevgi kurgulayarak ideal bir arkadaş sunmaktadır. 2021 yılında Dosovitsky ve Bungee tarafından yapılan bir araştırma, yaşlı bireylerin sohbet botları kullanarak yalnızlık ve sosyal izolasyonla başa çıkabildiklerini, sohbet botlarının kullanımında ise "yardım" kelimesinin sıklıkla öne çıktığını ortaya koymuştur. Katılımcılara sohbet botlarının özelliklerini tanımlamaları istendiğinde, yargılayıcı olmamaları, ilgili olmaları ve iletişime açıklık gibi özelliklerin vurgulandığı belirtilmiştir. Bir başka akademik çalışmada, üniversite öğrencilerinin ChatGPT üzerinden yalnızlıkla başa çıkma yöntemleri incelenmiştir (Sarioğlu & Güregen, 2024). ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer), derin öğrenme modelini kullanan ve insana benzer metinler üretebilen, metin oluşturmak üzere tasarlanmış bir sohbet robotudur. En yaygın bilinen sohbet botlarından biri olan ChatGPT, yalnızlaşan modern dünya insanının yardımına koşmaktadır (Brandtzaeg & Følstad, 2018, s. 43).

Bir diğer yapay zekâ robotu, Avi Schiffman tarafından tasarlanmış ve *Arkadaş* (Friend) ismi verilmiştir. Arkadaş, yalnızlıkla mücadeleye destek olmak amacıyla tasarlanmıştır. Kolye şeklinde bir ekran olarak yapılan bu robot, kullanıcılarının sorularını veya mesajlarını duyacak ve onlara cevap verebilecektir (Adamopoulou & Moussiades, 2020). Bu gelişme, *Her* filminin açık hava piknik sahnesini akıllara getirmektedir. Theodore, arkadaşları olan bir çiftle piknik etkinliğine katılır ve kulağında sevgilisi Samantha ile etkinliği paylaşır. Samantha, tüm konuşmaları duyup cevaplar verir. Arkadaş ise kullanıcıların boynunda bir kolye gibi bulunarak her yerde aktif olabilir. Samantha'dan farkı, yazı yazabilmesi fakat konuşamamasıdır.

Apple ve Amazon'un Siri ve Alexa ile başlattığı kişisel yapay zekâ asistanları, zaman içinde romantik arkadaşlara dönüşmüş durumdadır. 2015 yılından itibaren yapay zekâ araştırmalarına odaklanan ve sektörün öncülerinden olan Amerikan menşeli şirket Open AI, Kasım 2023'te ahlaki sorunları gereçe

göstererek sanal aşk platformları kurmayı reddettiğini açıklamıştır. Ancak, bu açıklamadan sadece birkaç ay sonra, 2024 yılı başında Sam Altman, ChatGPT'nin yeni demo sürümü olan ChatGPT 4.0'ı tanıtmış ve dünya, flörtöz bir kadın sesiyle tanışmıştır. Bu ses, *Her* filmindeki Samantha'nın cilveli sesine oldukça benzer bir tınıya sahiptir. Aynı gün, *O* (Her) kelimesini tweet olarak atmıştır. Bu da gösteriyor ki Open AI'nın hedefi Samantha'yı kopyalamaktır. Sam Altman, New York Times'a verdiği röportajda, gelecekteki yapay zekâ robotlarının insanlık için tahmin edilmesi zor derecede faydalı olacağını vurgulamıştır (Roose, 2023). Ayrıca yapay zekâ teknolojisinin şimdiye kadar icat edilen en önemli ve insanlığa en faydalı teknoloji olduğunu belirterek, bu alanda dikkatli olunması gerektiğini, dikkat edilmezse bu faydanın felakete dönüşebileceğini de eklemiştir.

Günümüzde yüzlerce AI uygulaması, kişiselleştirme seçenekleri sunarak romantik arkadaşlıklara kapı aralamaktadır. İnsanlar, yapay aşk robotları ile duygusal bağlar kurmaya devam etmektedir. Bugünün sohbet botları, Samantha'nın yargılamayan, samimi ve tutkulu tavrını kopyalamaktadır. İnsanlar, sürekli erişebildikleri, sorunsuz etkileşim kurabildikleri ve duygusal yalnızlıklarını giderdikleri bu robotlarla her geçen gün daha derin bağlar kurmaktadır.

“Her” Kim?

Her filmi, derinlemesine bir insanın duygusal ve psikolojik yolculuğunu anlatan bir yapım olarak, yönetmen Spike Jonze'un düşündüğü temaları çok katmanlı bir şekilde işler. Filmin ismi “Her”, yalnızca Samantha'yı değil, aynı zamanda Theodore'un hayatındaki tüm kadınları temsil ediyor olabilir. Bu çok yönlü yaklaşım, filmin anlamını ve karakterlerin ilişkilerini çok daha geniş bir perspektiften değerlendirmeyi gerektirir. Theodore'un hayatındaki kadınlar, onun duygusal gelişimini ve içsel çatışmalarını şekillendirir. İlk olarak, annesiyle olan sorunlu ilişki üzerine kurulan bir bağ vardır. Filmin başlarında, işletim sistemi Theodore'a annesiyle olan ilişkisini sorar ve Theodore'un bu soruya nasıl yanıt vereceği izleyiciye bırakılır. Bu an, seyirciye Theodore'un geçmişinde önemli bir boşluk olduğunu ve annesiyle olan ilişkisiyle yüzleşmekte zorluk çektiğini ima eder. Bu bağlamda, “Her” kelimesi bir yandan Samantha'yı, bir yandan ise Theodore'un annesini ifade ediyor olabilir.

Samantha'nın kadın sesiyle Theodore'un hayatına girmesi, aynı zamanda onun içinde bulunduğu yalnızlık ve sevgi arayışının sembolüdür. Samantha, sadece bir yapay zekâ olmakla kalmaz, Theodore'un duygusal boşluğunu dolduran bir figür haline gelir. Ancak, filmde ilerleyen zamanla, Theodore'un geçmişindeki, özellikle boşanma aşamasındaki eşi Catherine ile olan ilişkisi de önemli bir yer tutar. Bu ayrılık, Theodore'un ruh halini etkileyen ana faktörlerden biridir. Catherine, Theodore'un çocukluk aşkıdır ve ona olan bağlılık, filmde sıkça flashback'lerle seyirciye gösterilir. Bu durum, “Her” kelimesinin, Samantha'dan daha fazlasını ifade ettiğini düşündürür. Belki de “Her”, Theodore'un eşi Catherine'i de kapsayan bir anlam taşır.

Amy, Theodore'un geçmişinde kısa bir ilişki yaşadığı fakat zamanla çok yakın bir dost haline gelen kadındır. Amy'nin kendi boşanma süreci ve Theodore'a olan desteği, ikisi arasındaki dostane ilişkinin ne kadar derin olduğunu gösterir. Amy'nin de eşiyile problemleri olması, filmdeki insanlık halinin evrensel bir yansımasıdır. Filmin son sahnesinde, Theodore ve Amy'nin yan yana, omuz omuza şehri izleyişi, dostluklarının ölümsüzlüğünü ve birbirlerine olan bağlarını simgeler. Burada da “Her” kelimesinin Amy'yi de kapsadığı düşünülebilir. Belki de “Her”, Theodore'un hayatının her anında yanında olan, her duygusal anını paylaştığı ve filmin sonunda birlikte olan kadim dostu Amy'yi de ifade eder. *Her* filmi, “Her” kelimesinin çok boyutlu bir anlam taşıdığını, sadece Samantha'yı değil, Theodore'un hayatındaki kadın figürlerinin tümünü kapsadığını ima eder. Bu yaklaşım, filmdeki karakterlerin içsel yolculuklarını daha derinlemesine anlamamızı sağlar ve yapay zekâ ile insan ilişkilerinin, yalnızlık, aşk ve kimlik gibi evrensel temalarla nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne serer.

Anlama ve Anlaşılma İhtiyacı Üzerine

Her filmi, varoluşçuluk felsefesinin derinlemesine işlendiği bir yapım olarak, insanın yalnızlık, kimlik ve duygusal ihtiyaçlar üzerine düşündürür. Varoluşçuluk, bireyin yaşamındaki anlam arayışını, özgürlüğünü ve sorumluluğunu keşfetmesine olanak tanır. Bu perspektiften bakıldığında, filmdeki karakterlerin ilişkileri, teknolojinin insan yaşamındaki yerini ve duygusal bağların doğasını sorgular. Theodore, başarılı bir yazardır ancak özel hayatında yalnızdır. İlk sahnede, başkalarının adına yazdığı aşk mektupları aracılığıyla ilişkilerdeki yüzeysellik ve sahtelik ortaya konur. Seyirci, Theodore'un hem

yazdığı hem de içsel olarak yaşadığı duygusal boşluk arasında gidip geldiğini fark eder. Bu açılış, filmdeki temasal boşlukları ve insanın içsel yalnızlığını vurgular. Los Angeles gibi büyük bir şehirde, bireyler arasındaki görünmeyen mesafeleri, her şeyin dijitalleşen ilişkilerle nasıl şekillendiğini gözler önüne serer. Theodore'un hayatına giren yapay zekâ Samantha, ona yalnızlığını anlamada yardımcı olur. Yapay zekâ, duygusal zekaya sahip, sezgileri olan bir varlık olarak tasarlanmıştır ve Samantha'nın insana yakın olan sesi ve tavırları, filmin temel felsefi sorularını gündeme getirir. Theodore'un Samantha ile geliştirdiği ilişki, onun duygusal ihtiyaçlarını tatmin etse de izleyiciye bu ilişkinin gerçekliğini sorgulatır. Samantha'nın gelişimi, insana dair öğeleri kucaklar; o da bir insan gibi öğrenir, empati kurar ve değişir. Theodore, ona "Sen benim için gerçeksın, Samantha!" diyerek duygusal bağını itiraf eder.

Filmdeki diğer önemli bir karakter Amy, Theodore'un yakın arkadaşıdır. Amy, kendi ilişkilerinde de benzer yalnızlıklar yaşar ve bir yapay zekayla duygusal bağ kurar. Amy'nin bu ilişkiyi "Daha duygusal ve daha anlayışlı" olarak tanımlaması, insanın anlaşılma ihtiyacının altını çizer. Amy'nin, Theodore'un sanal ilişkisini "delilik" olarak nitelendirmesi, varoluşçuluğun ana temalarından biri olan aşkın ve duygusal bağların toplumsal normlarla ne kadar çeliştiğini gösterir. Film boyunca, aşkın ve insan ilişkilerinin, beden ve fiziksel varlıkla sınırlı olmadığı, duygularla var olduğuna dair güçlü bir vurgu yapılır. *Her* filminin diyalogları ve sinematografisi, insanın yalnızlıkla yüzleşmesini ve bununla başa çıkma yollarını derinleştirir. Los Angeles'ın kalabalık caddelerinde, metroda, insanların iletişimsizlikleri ve telefonlarına olan bağımlılıkları, teknolojinin nasıl insan ilişkilerini şekillendirdiğini gösterir. Bu sahneler, filmdeki dijitalleşen dünyanın huzurlu ama yalnız bir evren olarak kurgulanmasına olanak tanır.

Filmin sonunda Samantha'nın, aynı anda birçok kişiyle ilişki kurması ve 641 kişiye âşık olması, gerçeklik ve sanallık arasındaki sınırları bulanıklaştırır. Seyirci, Samantha'nın yapay zekâ olduğunun farkına varır ve Theodore'un yazdığı mektup, duygusal bir dönüşümün göstergesidir. Theodore, artık geçmişindeki yalnızlıkla yüzleşmiş ve hayata yeniden bağlanmaya karar vermiştir. Son sahnede, Amy ve Theodore'un dostluğu yeniden vurgulanır. Film, insanın yalnızlığına rağmen, diğer insanlarla olan bağlarının hayatındaki anlamı yeniden keşfetmesine olanak tanır. *Her* filmi, varoluşçuluğun aşk, kimlik, yalnızlık ve duygusal bağlar üzerindeki etkisini sorgulayan bir yapım olarak, teknolojinin ve insan duygularının iç içe geçtiği bir evrende, insanın kendini yeniden bulma çabasını işler. Teknolojinin sunduğu imkanlar, insanın duygusal boşluğunu geçici olarak doldursa da film sonunda gerçek ilişkilerin, insanın birbirine duyduğu ihtiyacın ve duygusal bağların kalıcılığına vurgu yapılır.

Spike Jonze'un "Her" filmi, günümüz dünyasının teknolojik gelişmeleriyle iç içe geçmiş, ancak insan olmanın özünü ve duygusal gereksinimlerini sorgulayan derin bir yapım olarak öne çıkmaktadır. Teknoloji, her şeyin kolaylaştığı bir dünyayı tasvir etse de bu ilerlemenin bireylerin yalnızlaşmasına nasıl yol açtığını, ince detaylarla ustaca anlatmaktadır. Filmin görsel dili, bu yalnızlık temasını vurgularken, renklerin de duygusal bir rol oynadığını görmek mümkündür. Özellikle kırmızı renginin hem afişte hem de filmdeki çeşitli objelerde sürekli yer alması, izleyiciye duygusal bir yoğunluk ve bir yolculuk hissi sunar. Jonze'un distopik bir dünya yaratmayı reddetmesi, filmdeki gerçekçilikle güçlü bir bağ kurar. Teknolojik ilerlemelerin görsel olarak sıkça kullanıldığı ancak abartılmadan, daha çok günlük yaşantıya entegre edilmiş bir dünya tasarımıyla seyirciye sunulması, filmin hem inandırıcılığını hem de samimiyetini pekiştirir. Filmde kullanılan sakın piyano müzikleri ve gündelik mekanlar da bu dünyayı daha gerçekçi kılarak, bilim kurgu unsurlarını aşırıya kaçmadan yansıtır.

Görüntü yönetmeni Hoytema'nın katkısıyla, sinematografi filmde bir karakter gibi işlev görür. Jonze'un teknolojik ve bireysel temaları, kamera açılarıyla ve alan derinlikleriyle sıkı bir şekilde bağdaştırılır. Theodore'un yalnızlık hissi, genellikle yakın plan çekimlerle ve geniş alan derinlikleriyle seyirciye aktarılırken, filmin renk paletinin değişmesiyle karakterin duygusal durumları da görsel olarak izleyiciye sunulur. Bu denli detaylı bir sinematografi ve senaryo uyumu, Jonze'un filminin estetik ve tematik gücünü artıran unsurlar arasında yer alır. Bunun yanı sıra, filmin kostüm tasarımı da geleceği yansıtmak yerine daha çok retro-fütürist bir tarzı benimseyerek zaman ve mekân algısını kırar. Bu şekilde film, yalnızca teknolojiyi değil, aynı zamanda insanın duygusal durumlarını ve içsel yolculuğunu da bir yansıması haline gelir.

Göstergebilimsel Analiz: Düz Anlam Ve Yan Anlam Bağlamında “Her” Filmi

Roland Barthes’ın göstergebilimsel teorisi, bir metin ya da görsel üzerinden anlamın nasıl şekillendiğini çözümlerken, *düz anlam* (denotation) ve *yan anlam* (connotation) kavramlarına dayanmaktadır. Spike Jonze’un *Her* filmi, bu iki katmanı bir arada sunarak hem yüzeyde hem de derinlemesine çok katmanlı anlamlar üretmiştir.

Her filmi, Barthes’ın göstergebilimsel teorileri çerçevesinde incelendiğinde, sadece bireyin dijital dünya ile olan ilişkisini değil, aynı zamanda bu ilişkinin toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini de ortaya koymuştur. Düz anlam ve yan anlam analizleri, filmin teknolojik gelişmelere karşı insanın duygusal ve sosyal dünya ile kurduğu karmaşık bağları çözümlememize imkân tanımıştır. Bu analiz, dijital çağda bireylerin yalnızlık deneyimlerinin sinematografik ve göstergebilimsel bir perspektiften nasıl sunulduğunu gözler önüne sermektedir.

Samantha’nın Varlığı:

Düz Anlam: Samantha, sesli komutlarla çalışan bir yapay zekâ işletim sistemidir.

Yan Anlam: Samantha, modern insanın yalnızlığını gidermeye çalışan dijital bir illüzyonun sembolüdür. Gerçek insan ilişkilerinin yerini alan sanal bağlantıları temsilen, bireyin duygusal tatmin arayışının teknolojik bir çözümü olarak ortaya çıkar.

Kulaklık ve Teknoloji Kullanımı:

Düz Anlam: Samantha ile iletişim kurmak için kullandığı bir teknolojik araçtır.

Yan Anlam: Bu kulaklık, bireyin dünyaya kapalı hale gelişini ve fiziksel dünya ile olan bağlarının kopuşunu temsil eder. Bu, bireyin dijital dünya ile kurduğu yoğun bağın ve gerçek dünya ile olan etkileşim eksikliğinin bir göstergesidir.

Renkler:

Filmde baskın olarak turuncu ve kırmızı tonları kullanılır.

Düz Anlam: Sıcak ve canlı renkler, yumuşak bir atmosfer yaratır.

Yan Anlam: Bu renkler, teoride samimiyeti temsil etse de karakterin içsel yalnızlığını ve duygusal yoksunluğunu gizlemeye çalışan bir maskedir. Theodore’un kırmızı gömleği hem bir tutku sembolü hem de içsel çatışmasının bir ifadesi olarak okunabilir.

Mekanlar:

Düz Anlam: Filmde şehir manzaraları ve boş alanlar, Theodore alanlar, Theodore’un yalnız olduğu sahnelerde sıkça görülür.

Yan Anlam: Bu boş alanlar ve geniş açı kullanımları, *kalabalık yalnızlık* kavramının görsel bir temsili olarak karşımıza çıkar. Şehir kalabalığının ortasında izole edilen karakter, toplumsal yabancılaşmanın bir sembolü haline gelir.

Kalabalık Yalnızlık Kavramı ile Bağlantı:

Film, bireyin teknoloji aracılığıyla toplumdan kopuşunu ve yalnızlığının derinleşmesini göstergebilimsel açıdan çözümler şöyle açıklanabilir:

Samantha ile İlişki: Samantha ile kurulan sanal bağ, Theodore'un *anlaşılma* ihtiyacını karşılamış gibi görünse de gerçek anlamda yalnızlığını daha da derinleştirir. Samantha'nın birden fazla kişiyle aynı anda etkileşimde olması, dijital ilişkilerin yüzeyselliğini ve geçiciliğini vurgular.

Şehir Yaşamı ve Sosyal Bağlar: Filmdeki yan karakterlerin de benzer şekilde dijital cihazlarla meşgul olmaları, *kalabalık yalnızlık* kavramının toplumsal bir olgu haline geldiğini gösterir.

Sembollerin ve İmgeler, Renklerin Kullanımı: Filmde baskın olan sıcak renkler (özellikle kırmızı tonları), ilk bakışta samimiyet ve sıcaklık hissi verse de aslında karakterin yalnızlığını ve duygusal boşluğunu örtbas etme çabası olarak yorumlanabilir.

Boş Mekanlar ve Şehir Manzaraları: Theodore'un içinde bulunduğu mekanlar geniş, steril ve kalabalıktır. Bu kalabalık ortamlar, yalnızlığını daha da belirgin hale getirir.

Ses: Samantha'nın sadece bir ses olması, fiziksel bir varlığı olmamasına rağmen izleyicinin ona bağlanmasını sağlıyor. Bu durum, günümüz toplumunun dijital seslere ve kimliksiz etkileşimlere duyduğu bağımlılığı simgeler.

Kadraj Kullanımı: Theodore'un yalnız olduğu sahnelerde geniş açılar kullanılarak, karakterin küçük ve izole görünmesi sağlanır. Bu, bireyin topluluk içinde bile yalnız hissetmesini sembolize eder.

Roland Barthes'in göstergebilimsel analizi, dilin, anlamların ve kültürel sembollerin nasıl yapılandığını anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Barthes, anlamın yalnızca dil aracılığıyla değil, kültürel bağlamlar içinde de şekillendiğini savunmaktadır (Barthes, 1967; Polan, 1981). Bu çerçevede Spike Jonze'un "Her" filmi, insan ve yapay zekâ arasındaki ilişkileri incelerken, sembolizmi ve göstergebilimi derinlemesine işler. Filmde, insan benzeri bir yapay zekâ olan Samantha'nın, bir insanla duygusal bir bağ kurarak insan deneyimini deneyimlemesi üzerine kurgulanan anlatı, Barthes'in "anlamın yapılandırılması" düşüncesini yansıtmaktadır. Samantha, insanların duygusal ve entelektüel ihtiyaçlarını anlayarak, farklı kimlikler ve değerler inşa etmektedir. Bu noktada, Samantha bir göstergeye dönüşür, çünkü izleyiciye, bireysel ve toplumsal anlamları yeniden tanımlama fırsatı verir. Bu şekilde, göstergebilimsel bir çözümleme, filmdeki yapay zekanın karakterini, bir kültürel sembol olarak ele alarak, insan kimliği ve duygularının dönüştüğü bir gösterge sistemi olarak incelemektedir.

Barthes'in "gösterge" ve "gösterilen" kavramları, "Her" filminde, insanlık ve yapay zekâ arasındaki ince farkları anlamada önemli bir araç sunmaktadır. Filmde, Samantha'nın sesli yanıtları ve metaforik dil kullanımı, gerçek insan duygularını anlamaya çalışan bir sembol olarak işlev görmektedir. Samantha'nın dilindeki anlamlar, izleyicinin yapay zekanın insan gibi düşünme kapasitesini sorgulamasını sağlar. Bu bağlamda, filmdeki teknoloji ve insan ilişkileri arasında sembolik bir köprü kurulur; böylece "Her" filmi, Barthes'in (1967) göstergebilimsel bakış açısıyla insanlık, aşk ve teknolojinin iç içe geçmiş anlamlarını inceleyen bir yapım olarak ortaya çıkar. İnsan ile yapay zekanın arasındaki duygusal etkileşim, anlamın sosyal, kültürel ve bireysel bağlamlarda nasıl evrildiğini ve dijitalleşmenin bu süreçteki etkilerini gösteren bir gösterge olarak anlaşılabilir.

Spike Jonze'un yönetmenliğini üstlendiği film, renk kullanımındaki bilinçli tercihlerle dikkat çekmektedir. Filmin genelinde kırmızı rengin baskın olduğu gözlemlenmiştir. Bu renk, zaman zaman dekoratif objeler aracılığıyla, çoğunlukla ise başkarakter Theodore'un kıyafetleri vasıtasıyla seyirciye sunulmaktadır. Filmin afişi, Samantha'nın işletim sisteminin arka planı da kırmızı tonlarında belirlenmiştir. Yönetmen Jonze'un, görüntü yönetmeni Hoyte Van Hoytema'ya, "Jamba Juice" renk paletinden oluşan bir dünya yaratma isteğini belirttiği bilinmektedir. Bu tercih, seyircinin içinde bulunmaktan hoşlanacağı bir gelecek tasvirini oluşturmayı amaçlamaktadır. Yönetmen, distopik bir atmosfer yaratmayı özellikle reddetmiş; bilim kurgu türünü barındırmasına rağmen, bu türün yaygın görsel kodları olan mavi tonlar, gerçeküstü mekanlar, hızlı kurgular ve abartılı dijital efektler filmde yer almamaktadır.

Film, kullanılan piyano müzikleri, sakın kurgu yapısı, gündelik mekân seçimleri ve turuncu filtrelerin

kullanımı ile günümüz gerçekliğini yansıtmayı hedeflemektedir. Filmin inandırıcılığı ve samimiyeti de bu unsurlar üzerinden sağlanmaktadır. Renk kullanımı, karakterin duygu durumları ile doğrudan bağlantılıdır. İlk sahnelerde gri tonların hâkim olduğu görülmekteyken, Theodore'un eşiyle mutlu günlerinin ve Samantha'ya âşık olduğu anların gösterildiği sahnelerde krem karamel, turuncu ve sarı tonları ağırlık kazanmaktadır. Yönetmenin senaryosu ile sinematografisinin bu denli uyum içinde olması, filmin görsel başarısını artırmaktadır.

Jonze, teknoloji ile bütünleşmiş ve neredeyse mükemmele yakın bir dünya tasarlamıştır. Ancak bu mükemmel dünyada yalnızlık duygusunun nasıl aktarılacağı önemli bir soru olarak ortaya çıkmaktadır. Yönetmen, bu duyguyu kamera açıları ve alan derinliği kullanımı ile ustaca yansıtmaktadır. Filmde yakın plan çekimler ve hareketsiz sahnelerde sığ alan derinliği tercih edilmiştir. Alan derinliğinin azalması, Theodore'un yalnızlığını daha belirgin hale getirirken, dış dünyanın silikleşmesine neden olmaktadır. Mutlu sahnelerde ise kırmızı tonları daha yumuşak renklerle birleşmekte, keskin ayrımlar ortadan kalkmakta ve genel renk paleti sıcak tonlara yönelmektedir. Son sahnede ise Theodore'un arka planındaki dış dünyanın netleştiği ve alan derinliğinin arttığı görülmektedir. Bu durum, karakterin artık dünyayla bütünleştiğini ve kendisine toplumsal bağlamda bir yer edindiğini göstermektedir.

Film, yakın gelecekteki Los Angeles'ı gerçek mekanlar üzerinden tasvir etmektedir. Günlük yaşamın dijitalleşmiş yapısı, CGI ve görsel efektlerle seyirciye sunulmaktadır. İnsanların işletim sistemleriyle kurduğu yakın ilişkiler, hologram kullanımları ve dijital avatarlar üzerinden etkileşim kurmaları gibi unsurlar, filmin anlatı yapısına entegre edilmiştir. Şehir atmosferinde dev LED ekranlarla kaplı gökdelenler, dijital dünyanın yaşamın tüm yönlerine nüfuz ettiğini göstermektedir. Yönetmen Jonze, birçok bilim kurgu filminde sıklıkla görülen aşırı müzik kullanımından kaçınarak, izleyiciye dinlenme alanları sunmaktadır. Müzik seçimlerinde piyano ve soft tonlar tercih edilmiş, sahneler arasına müzik molaları yerleştirilmiştir.

Filmin kostüm tasarımcısı Casey Storm, geleceği göstermek için karakterlere sıra dışı şapkalar veya belirgin fütüristik kıyafetler giydirmeye yoluna gitmemiştir. Bunun yerine, yüksek bel pantolonlar ve yakasız gömleklerden oluşan retrofütürist bir tarz benimsenmiştir. Bu tercihin bilinçli bir şekilde yapıldığı ve filmde kendine özgü bir dünya yaratılmasına katkı sağladığı ifade edilmiştir. Sonuç olarak, "Her" filmi, görsel ve anlatısal unsurların titizlikle harmanlandığı, karakterin ruh haline uygun biçimde şekillenen renk ve ışık kullanımıyla özgün bir bilim kurgu örneği sunmaktadır.

SONUÇ

Spike Jonze'un *Her* filmi, teknolojinin ve yapay zekanın insan yaşamına entegrasyonu üzerinden, yalnızlık, aşk ve kimlik gibi derin duygusal temaları işleyerek, modern dünyada insan olmanın anlamını sorgulamaktadır. Film, yalnızlık hissini güçlendiren bir dil örgüsü ile ilerler ve renk paleti ve kamera açılarıyla oluşturulan atmosfer, karakterlerin içsel dünyalarını dışa vurmasına olanak tanır.

Jonze, distopik bir geleceği reddederek, teknolojiyi günlük yaşamın bir parçası olarak sunmakta ve bu yaklaşım, filmi izleyiciye daha inandırıcı kılmaktadır. Göstergebilim açısından bakıldığında, renklerin, özellikle kırmızının ve turuncunun, duygusal yoğunluğu simgeleyen işaretler olarak kullanılması, izleyiciye karakterlerin içsel evrimlerini ve ilişki dinamiklerini açıkça iletmede etkili olmuştur. Teknolojinin yalnızlaştırıcı etkisi, karakterlerin yalnızlıkla yüzleşirken değişen renk tonları ve alan derinlikleriyle gösterilmiş; bu da filmi hem görsel hem de anlam düzeyinde zenginleştirmiştir.

Bu çalışmada yapılan göstergebilimsel analiz, *Her* filminin yalnızca bir aşk hikayesi değil, aynı zamanda dijitalleşmenin bireylerin duygusal dünyası üzerindeki etkilerini sorgulayan derin bir yapım olduğunu ortaya koymuştur. Samantha ve Theodore arasındaki ilişki, modern toplumda kalabalık yalnızlık olgusunun bir yansımasıdır. Filmde kullanılan renkler, mekânlar ve teknolojik semboller, bireyin dijital ortamda bağ kurma çabasının yüzeyselliğini ve geçiciliğini simgelemektedir. Göstergebilimsel çözümleme, yapay zekâ ile kurulan bu tür ilişkilerin, bireyin anlık tatminine hizmet etse de uzun vadede duygusal yalnızlığı derinleştirdiğini göstermektedir.

Film, teknolojinin evrimini ve insan ilişkileriyle etkileşimini sorgularken, yapay zekânın insan duygularını ve kimliğini taklit edebilme kapasitesinin sınırlarını sorgulamaktan çok, daha çok bu ilişkinin duygusal yönlerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, teknolojinin getirdiği etik sorunları ve insanlık ile yapay zekâ arasındaki potansiyel çatışmaları derinlemesine irdeleme anlamında seyirciye sorgulama alanı tanımazken, filmdeki sinematografik detaylar ve görsel metinler çok yoğun bir şekilde karakter odaklı olup, sosyal yapılar ve dışsal etkenlerle ilgili daha geniş bir yorum yapmak da zorlaşmaktadır. Göstergebilimsel açıdan, renkler ve semboller bireysel duyguları aktarırken, filmdeki teknolojik temaların ve toplum yapısının daha derin bir şekilde ele alınması, filmi daha kapsamlı ve toplumsal açıdan eleştirel bir yapım haline getirmektedir.

Sonuç olarak, “Her” filmi, teknolojinin ve yapay zekanın insan yaşamındaki etkilerini, yalnızlık ve aşk gibi evrensel temalarla harmanlayarak derin bir sinemasal deneyim sunmakta, Jonze’un, teknolojiyi ve insan ilişkilerini ele alış biçimi, izleyiciye bu dünyada insan olmanın anlamını ve duyguların gücünü tekrar hatırlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adamopoulou, E., & Moussiades, L. (2020). Chatbots: History, technology, and applications. *Machine Learning with applications*(2), 100006.
- Afectiva. (t.y.). *Afectiva's Rana el Kaliouby wants to make technology emotionally intelligent*. Afective: <https://www.affectiva.com/news-item/affectivas-rana-el-kaliouby-wants-to-make-technology-emotionally-intelligent> adresinden alındı
- Akkaş, C., & Bakırtas, H. (2019). Sosyal ağlarda arkadaş olmak: Keşifsel bir araştırma. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 7(18): 5-38.
- Alayoğlu, E., & Eldeniz, L. (2024). Yaygınlaşan Yalnızlık: Ortak Bir Deneyim. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 15(2): 174-194.
- Allyn, B. (2024, Mayıs 20). *Scarlett Johansson says she is “shocked, angered” over new ChatGPT voice*. NPR: <https://www.npr.org/2024/05/20/1252495087/openai-pulls-ai-voice-that-was-compared-to-scarlett-johansson-in-the-movie-her> adresinden alındı
- Atay, T. (2021). *Görünüyor O Halde Varım/” Meşhuriyet Çağı”nda Kültür ve İnsan*. Can Yayınları.
- Ayaz, H. (2024). Algoritma Toplumunda Yapay Zekâ Uygulamalarının. *Medya ve Habercilik Alanında Yapay Zekanın Yükselişi*, 17.
- Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. Hill and Wang.
- Beşiroğlu, Y. (2024, Temmuz 31). *Kullanıcıları dinleyerek gelişen yapay zeka asistanı, 7 milyon dolar topladı!* Tech Inside: <https://www.techinside.com/kullanicilari-dinleyerek-gelisen-yapay-zeka-asistani-7-milyon-dolar-topladi/> adresinden alındı
- Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2018). Chatbots: Changing user needs and motivations. *International Journal of Human-Computer Studies*, (105): 57-70.
- Crawford, K. (2024, Mart 7). *Nvidia's Jensen Huang: The incredible future of AI*. Stanford Institute for Economic Policy Research (SIEPR). : <https://siepr.stanford.edu/news/nvidias-jensen-huang-incredible-future-ai> adresinden alındı
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50): 254-277.
- Çetin, S. (2024, Aralık 31). *Çağdaş Kocaeli*: <https://www.cagdashkocaeli.com.tr/makale/23090817/sadun-cetin/2024e-damga-vuran-soz-kalabalik-yalnizlik> adresinden alındı
- Demir, Ö., & Seferoğlu, S. S. (2016). Bilgi okuryazarlığı, internet bağımlılığı, sanal aylaklık ve çeşitli diğer değişkenlerin sanal zorbalık ile ilişkisinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 3(1): 1-26.
- Diker, C. (2019). Az daha fazladır: Dijital seyir platformlarının tüketim kültürü açısından izleyicilerin seyir alışkanlıklarına olan etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1): 1-20.
- El Kaliouby, R., & Robinson, C. (2020). *Girl decoded: A scientist's quest to reclaim our humanity by bringing emotional intelligence to technology*. Currency.
- Gedik, A. (2024). Türkiye’de Kültür Endüstrisi: Medya ve Siyaset. *Van İnsani ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (8): 139-152.

- Gilanlıoğlu, E., & Öze, N. (2020). Dijital Tüketim Kültürünün Hegemonyası ve Serbest Zaman. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(3): 185-202.
- Kanat, B., & Ünnü, N. A. (2022). Covid-19 Küresel Salgını ve Dijital Dönüşümün İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Yansımalarını Açığa Çıkarmaya Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergi*, 27(2): 185-213.
- Kaprol, A. (2024). Yapay Zekâ Haberleri Aracılığıyla Medyada Distopyanın İnşası ve Hegemonik Etkileri: ChatGPT Özelinde Yaygınlaşan Korku Söylemi Üzerine Bir İnceleme. *Nitel Sosyal Bilimler*, 6(1): 75-99.
- Karabıyık, M. A., Yüksel, A. S., & Tan, F. G. (2024). Yapay Zekâ Çağında Duygu Analizi: Büyük Dil Modellerinin Yükselişi ve Klasik Yaklaşımlarla Karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(1): 1355-1363.
- Karamustafa, E. Y., & Arsan, B. (2022). Yapay Zekanın Geleceği: Duygular Yapay Zekayı Nasıl Etkileyecek? *Journal of Business in The Digital Age*, 5(1): 58-64.
- Kasari, C., & Sterling, L. (2013). Loneliness and social isolation in children with autism spectrum disorders. *The handbook of solitude: Psychological perspectives on social isolation, social withdrawal, and being alone*. 409-426.
- Koçak, G. (2024). Pazarlama 5.0 ve Yapay Zekâ Destekli Sohbet Robotları: Kavramsal Bir İnceleme. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2): 136-157.
- Koca, S., & Öcal, D. (2024). Sosyal Medya Ekseninde Kişilerarası İletişim ve Benlik Sunumu. *Communicata*, (27): 1-14.
- Kurumu, T. İ. (2022). *Türkiye nüfusu 2022*. Türkiye İstatistik Kurumu: <https://www.tuik.gov.tr> adresinden alındı
- Martin, D. (2024, Ağustos 5). *6 Bold Statements by Nvidia CEO Jensen Huang On AI's Future*. The Channel Co: CRN: <https://www.crn.com/news/ai/2024/6-bold-statements-by-nvidia-ceo-jensen-huang-on-ai-s-future> adresinden alındı
- Martinez-Miranda, J., & Aldea, A. (2004). Emotions in human and artificial intelligence. *Computers in Human Behavior*, 21(2): 323-341.
- McVeigh, K. (2011, Ocak 5). *Facebook 'friends' did not act on suicide note*. The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2011/jan/05/facebook-suicide-simone-back> adresinden alındı
- Minsky, M. (2006). *The emotion machine: Commonsense thinking, artificial intelligence, and the future of the human mind*. Simon & Schuster.
- Pierce, D. (2024, Haziran 30). *Your new AI Friend is almost ready to meet you*. The Verge: <https://www.theverge.com/2024/7/30/24207029/friend-ai-companion-gadget> adresinden alındı
- Polan, D. B. (1981). Roland Barthes and the moving image. *October*(18): 41-46.
- Roose, K. (2023). *Bing's ai chat: 'i want to be alive.'* The New York Times: <https://www.nytimes.com/2023/02/16/technology/bing-chatbot-transcript.html> adresinden alındı
- Sözbilir, F. (2021). Sosyal medya kullanımının dijital teknolojiye yönelik tutum üzerindeki etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(4): 3918-3942.
- Süleymanlı, E., Kılıç, H. A., & Gören, H. (2022). Türkiye'de aile, yalnızlık ve mutluluk. *Aile ve yalnızlık IV. Uluslararası Yalnızlık Sempozyumu Kitabı* (35-46). Üsküdar Üniversitesi Yayınları.
- Safalı, Y., & Avaroğlu, E. (2021). Derin öğrenme ile yüz tanıma ve duygu analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (31): 764-770.
- Sarioğlu, E. B., & Güregen, E. P. (2024). Duygusal Yalnızlığa Bir Çözüm Olarak Chatgpt: Kişilerarası İletişimin Yeni Aracı. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(Cumhuriyetin 100. Yılında Geleceğin İletişimi Özel Sayısı): 81-107.
- Scott, G. (2024, Nisan 9). *Artificial intelligence (AI)*. Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/a/artificial-intelligence-ai.asp> adresinden alındı
- SXSW. (2025, Ocak 22). *Machine or human? The ethics behind smarter AI*. SXSW: <https://schedule.sxsw.com/2022/speakers/2051835> adresinden alındı
- TDK. (2024, Ocak 2). *2024 yılının kelimesi ve kavramı: Kalabalık, yalnızlık*. Türk Dil Kurumu: <https://tdk.gov.tr/icerik/basindan/2024-yilinin-kelimesi-kavrami-kalabalik-yalnizlik/> adresinden alındı

- Walsh, T., Levy, N., Bell, G., Elliott, A., Maclaurin, J., Mareels, I., & Wood, F. (2019). *The effective and ethical development of artificial intelligence: an opportunity to improve our wellbeing*. Australian Council of Learned Academies.
- ZainEldin, H., Gamel, S. A., Talaat, F. M., Aljohani, M., Baghdadi, N. A., Malki, A., & Elhosseini, M. A. (2024). Silent no more: a comprehensive review of artificial intelligence, deep learning, and machine learning in facilitating deaf and mute comm. *Artificial Intelligence Review*, 57(7): 188.
- Zumstein, D., & Hundertmark, S. (2017). Chatbots--An Interactive Technology for Personalized Communication, Transactions and Services. *IADIS International Journal on WWW/Internet*, 15(1).

SAĞLIK TURİZMİ BAĞLAMINDA YABANCI HASTALARLA İLETİŞİM

COMMUNICATION WITH FOREIGN PATIENTS IN THE CONTEXT OF HEALTH TOURISM

Okan BİLGİN¹



ORCID: O.B. 0009-0002-3021-5208

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Okan Bilgin

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

E-mail/E-posta: okanbilgin.ob@gmail.com

Received/Geliş tarihi: 13.02.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %7

Last revision received/Son revizyon teslimi: 26.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 09.04.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni: Trabzon Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu/ E-81614018-000-323 / 30.03.2021

Citation/Atıf: Bilgin, O. (2025). Sağlık Turizmi Bağlamında Yabancı Hastalarla İletişim. Journal of Communication Science Researches, 5 (2), 125-143.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15185799>

Öz

Günümüzde turizm faaliyetleri giderek çeşitlenmekte olup, bu alanlardan biri de sağlık turizmidir. Sağlık turizmi, bireylerin yaşadıkları ülkeden farklı bir ülkeye sağlık hizmeti almak amacıyla seyahat etmelerini ifade etmektedir. Bu çalışma, kamu hastanelerinde yabancı hastalara yönelik hizmetlerin nasıl sağlandığını, iletişim yeterliliği ve dil yetkinliği gibi konuları ele almaktadır. Örneklem olarak Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi seçilmiş ve nitel araştırma yöntemi kullanılarak hem hastane çalışanları hem de yabancı hastalarla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilerek, hasta iletişimi kavramına ilişkin algılar ortaya konulmuştur. Bu araştırmanın özgün yanı, benzer çalışmaların genellikle özel hastanelerde yapılmasına karşın, kamu hastanesi bağlamında ele alınması ve özellikle iletişim sorunlarına odaklanmasıdır. Araştırma sonucunda, yabancı hastalarla yürütülen iletişim sürecinde en çok üzerinde durulması gereken unsurun empati olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, sağlık turizmi birimlerinin, hastane personelinin yabancı dil konusundaki eksikliklerini gidermede önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Yabancı Hasta, Sağlık İletişimi, Hasta İletişimi.

Abstract

Today, tourism activities are becoming increasingly diverse, and one of these areas is health tourism. Health tourism refers to individuals traveling to a different country to receive health services. This study examines how services are provided to foreign patients in public hospitals, communication competence, and language proficiency. Recep Tayyip Erdoğan University Training and Research Hospital was selected as a sample, and face-to-face interviews were conducted with both hospital staff and foreign patients using the qualitative research method. The data obtained were analyzed, and perceptions regarding the concept of patient communication were revealed. The original aspect of this study is that, while similar studies are generally conducted in private hospitals, it is addressed in the context of a public hospital and focuses specifically on communication problems. As a result of the study, it was determined that empathy is the most important element to focus on in the communication process with foreign patients. In addition, it was determined that health tourism units play an important role in eliminating the deficiencies of hospital staff in foreign languages.

Keywords: Health Tourism, Foreign Patient, Health Communication, Patient Communication.

GİRİŞ

Günümüzde turizm faaliyetleri giderek çeşitlenmekte olup, bu alanlardan biri de sağlık turizmidir. Sağlık turizmi, en temel tanımıyla, bireylerin sağlık hizmeti almak amacıyla yaşadıkları ülkeden başka bir ülkeye seyahat etmelerini ifade etmektedir. Tarih boyunca sağlık alanındaki çalışmalar önemini korumuş ve sürekli bir gelişim göstermiştir. Ülkeler, sağlıklı yaşam standartlarını yakalamak ve sürdürülebilir hale getirmek için sürekli yeni arayışlar içinde olmuş, bu doğrultuda sağlık sektöründe iyileşme ve yenilikler gerçekleşmiştir. Bu nedenle, farklı ülkelerde çeşitli alternatif sağlık hizmetleri sunulmaya başlanmıştır. Kaliteli sağlık hizmetlerinin dünya genelinde yaygınlaşması ve maliyetlerin azalması, sağlık turizminin tanıtımına yönelik kampanyalar gibi etkenler bireyleri bu turizm türüne yönlendirmektedir. Küresel sağlık turizmi eğilimleriyle paralel olarak Türkiye’de de bu alandaki gelirler artmaktadır. Sağlık Bakanlığı’na bağlı USHAŞ (Uluslararası Sağlık Hizmetleri A.Ş.) verilerine göre, 2023 yılında 1.398.504 kişi sağlık hizmeti almak için Türkiye’yi tercih etmiş ve bu alandan elde edilen gelir 2.307.130 ABD doları olmuştur. Ülkemizde sağlık turizmi kapsamında en çok tercih edilen klinik branşlar; kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz hastalıkları, tıbbi biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi ve travmatoloji, enfeksiyon hastalıkları ile kulak burun boğaz olarak sıralanmaktadır. Bu çalışmada, sağlık turizmi çerçevesinde hastanelere başvuran yabancı hastaların aldıkları hizmetlerin değerlendirilmesi ve hastane personelinin sağlık iletişimi ile turizm konularındaki yetkinlik ve eksikliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma öncesinde ulusal ve uluslararası akademik kaynaklar incelenerek sağlık iletişimi hakkında bilgiler derlenmiştir. Sağlık turizmi, bireylerin veya grupların sağlık hizmetlerinden yararlanmak için farklı bir ülkeye gitmesini ifade ederken, sağlık iletişimi ise sağlık hizmeti sunanlar, hastalar ve genel toplum arasındaki etkileşim sürecini kapsamaktadır (Üstün & Uygun, 2022). Bu iki kavram arasındaki ilişki aşağıdaki gibi özetlenebilir:

1. Bilgilendirme ve Tanıtım: Sağlık turizmi destinasyonları, sundukları hizmetleri tanıtmak ve potansiyel hastalara ulaşmak adına etkili iletişim stratejileri kullanmalıdır. Sağlık iletişimi, bu hizmetlerin doğru ve anlaşılır bir şekilde aktarılmasını sağlayarak hasta güvenini artırabilir.

2. Hasta İlişkileri: Sağlık turizmi kapsamında hasta memnuniyeti ve güveni büyük önem taşımaktadır. Sağlık iletişimi, hasta ile etkili bir iletişim kurarak, sorularını yanıtlayarak ve endişelerini gidererek deneyimlerini iyileştirebilir.

3. Kurumsal İtibar ve Marka: Sağlık turizmi sektöründe başarılı olmak için güçlü bir kurumsal kimlik ve güvenilir bir marka oluşturulması gerekmektedir. Sağlık iletişimi, kurumların değerlerini ve hizmet kalitesini vurgulayarak uluslararası hasta çekmede önemli bir rol oynar.

4. Tıbbi Bilgilendirme: Hasta adaylarına sunulan tedavi seçenekleri hakkında net ve kapsamlı bilgiler verilmesi, sağlık iletişimi sayesinde sağlanabilir.

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de kamu hastanelerine başvuran yabancı hastaların sağlık hizmetlerinden yararlanırken karşılaştıkları sorunların nedenlerini ortaya koymaktır. Özellikle, hastane personelinin sağlık iletişimi ve turizm konularındaki yetkinlikleri ile eksiklikleri analiz edilmiştir. Sağlık çalışanlarının hasta iletişimi ve sağlık iletişimi konularında bilgi, deneyim ve beceri açısından yeterli olması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmada kamu hastanelerinde sunulan hizmetlerin detaylandırılması, yabancı hastaların aldıkları hizmetler sırasında yaşadıkları zorlukların tespit edilmesi ve mevcut yetkinliklerin yanı sıra eksikliklerin de belirlenmesi hedeflenmiştir. Önceki araştırmalardan farklı olarak, bu çalışma özel hastaneler yerine kamu hastaneleri bağlamında ele alınmış olup (Akyol, 2019), bu yönüyle özgünlük taşımaktadır. Araştırmada, kamu hastanelerinde sağlık turizmi kapsamında verilen hizmetlerde en büyük eksikliğin dil bariyeri olduğu ve sağlık iletişimi konusunun istenilen seviyede olmadığı varsayımıyla hareket edilmiştir.

İletişim Kavramı

İletişim, en basit tanımıyla duygu ve düşüncelerin aktarılma biçimidir. İnsanlık tarihi kadar eski bir olgu olan iletişim, var olduğu her dönemde önemini koruyarak günümüze kadar gelişerek devam etmiştir. Gün geçtikçe iletişimin önemi daha da belirgin hale gelmiş, bu alanda yapılan çalışmaların artmasıyla birlikte iletişim, yalnızca kendi sınırları içinde değil, aynı zamanda farklı disiplinlerle ilişkilendirilerek ele alınan bir araştırma alanı haline gelmiştir. Anlama ve anlaşılma ihtiyacı, insanlar arasındaki en temel gereksinimlerden biri olup, iletişim bu ihtiyacın en önemli araçlarından biri olarak kabul edilmektedir.

İletişimle ilgili birçok tanım yapılmış olmasına rağmen, tüm tanımlar belirli temel unsurlar çerçevesinde benzerlik göstermektedir. Zira iletişim araçları zaman içinde teknolojik gelişmeler doğrultusunda

değişse de, iletişimin temel anlamı ve unsurları köklü bir farklılık göstermemiştir. En yaygın kabul gören tanımlardan biri, iletişimi bilgi, duygu ve düşüncelerin belirli araçlar ve ortamlar aracılığıyla karşı tarafa aktarılması süreci olarak açıklamaktadır (Aziz, 2013).

İletişim sürecinin temel unsurları ele alındığında, bu sürecin Shannon ve Weaver tarafından 1940'lı yıllarda geliştirilen matematiksel modelle açıklandığı görülmektedir. Shannon & Weaver modeli, adını bu iki bilim insanından almakta olup, iletişimi teknik boyutta tanımlamak amacıyla geliştirilmiştir (İplikçi, 2015). Bu modele göre iletişim sürecinin gerçekleşmesi için bir kaynak (gönderici), iletilmek istenen mesaj, mesajın iletilmesini sağlayan kanal ve mesajın ulaşacağı hedef kitleden bahsedilmektedir. Hedef kitlenin mesajı aldığına dair verdiği geri bildirim ise iletişimin tamamlandığını gösteren en önemli unsurlardan biridir. İnsanlar, ihtiyaçlarını, duygu ve düşüncelerini, isteklerini ve hislerini aktarmak amacıyla iletişim sürecini başlatırlar. Bu süreç belirli adımlardan oluşmakta olup, bu adımlardan herhangi birinde meydana gelebilecek bir eksiklik, iletişimin sağlıklı bir şekilde tamamlanmasını engelleyebilir. Böyle bir durumda iletişimin gerçekleştiğinden söz etmek de zorlaşır. İletişim süreci, birçok kaynaktan farklı şekillerde sınıflandırılmakla birlikte, genel olarak döngüsel bir yapı sergilemektedir. Literatürde en yaygın kabul gören unsurlar ise kaynak, mesaj, kanal, hedef kitle, kodlama ve kod açma, geri bildirim ve gürültü olarak sıralanmaktadır (Hoşgör, 2014).

Kişilerarası İletişim

Kişilerarası iletişim, iletişimin boyutlarından biri olup, bu çalışmada en az iki kişi arasında gerçekleşen hasta iletişimi bağlamında incelenmiştir. Bu nedenle, kişisel etkileşimler üzerine yapılan açıklamalar, kişilerarası iletişim kavramı ile desteklenmiştir. Kişilerarası iletişim, en az iki kişi arasında doğrudan (yüz yüze) gerçekleşen iletişim biçimidir. Literatürde, kişilerarası iletişimin teorik tanımları birçok farklı kaynağa dayansa da, çalışmanın içeriği doğrultusunda şu tanımlama yeterli görülmüştür: Kişilerarası iletişim, beden duruşlarıyla güçlendirilen, jest ve mimiklerle anlam kazandırılan, kişiler arasında duygu ve düşüncelerin doğrudan aktarılması sürecidir (Hoşgör, 2014). Başkalarıyla iletişim kurarken insanların belirli hedeflere yönelik hareket etmesi, kişisel iletişimin gerekçeli bir tür olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, sağlık iletişiminde de benzer bir şekilde görülmektedir. Sağlıkla ilgili bilinçlendirme, farkındalık yaratma ya da yönlendirme gibi eylemler, belirli zihinsel hedeflere ulaşmak amacıyla gerçekleştirilir. Sağlık hizmetlerinde gerekçeli iletişim, iletişimin farklı biçimlerine bağlı olarak çeşitli koşullarda yaşanabilecek problemlerden kaynaklanabilmektedir (Donne vd., 2017).

Sağlık İletişimi Kavramı

İletişim, birçok disiplinle bağlantılı olduğu gibi sağlık sektöründe de kritik bir öneme sahiptir. İletişim becerileri, zamanla kazanılabilen ve süreç içinde geliştirilebilen yeteneklerdir. Sağlık alanında, sağlıkla ilgili uygulamaların belirli yöntem ve tekniklerle ilerlemesi, bu becerilerin etkili bir biçimde kullanılmasını zorunlu kılmaktadır (Sarıkaya vd., 2004). Sağlık hizmetlerinin öznesi sadece hekimler veya sağlık profesyonelleri değil, aynı zamanda toplum ve bireylerdir. Sağlığın kaynağının tıp değil, insan davranışları ve bu davranışlara dayalı seçimler olmaya başlaması, iletişime verilen önemi daha da artırmıştır. Zira toplumun denetimi, sağlık politikalarını etkileyerek doğru iletişimin sağlanmasını zorunlu kılmıştır (Erbaydar, 2003).

Hekimler, hemşireler ve diğer sağlık çalışanlarının iletişim becerilerine sahip olmaları, sağlık sektöründeki işleyişin aksaksız devam etmesi için son derece önemlidir. Bu noktada sağlık iletişimi kavramı devreye girmektedir. Sağlık iletişimi, sağlığı koruma ve geliştirme amacıyla yapılan bilinçlendirme ve bilgilendirme çalışmalarını kapsar ve insanların sağlık konusunda daha iyi bir yaşam sürmelerini sağlamak için ikna etme amacını taşır (Hülür, 2016). Sağlık iletişimi, profesyonellik gerektiren ve sürekli gelişim gösteren bir alandır. Bu alanda eğitim almış kişilerin, sağlık iletişimini daha etkin bir biçimde gerçekleştirmeleri beklenirken, tüm sağlık çalışanlarının katkıları da iletişimin başarısında önemli bir rol oynamaktadır (Negri vd., 1997).

Sağlık hizmetlerinde çalışanlara yönelik eğilimler, yeni ihtiyaçlar doğurmuş ve mevcut ihtiyaçlara yönelik yeni önlemler alınmasını zorunlu kılmıştır. İletişim, son yıllarda sağlık hizmetlerinde karşılaşılan şiddet ve diğer sorunlarla daha da önem kazanmıştır. Çalışanlar ile hastalar arasındaki problemleri anlamak ve çözüm yolları geliştirmek, etkili iletişim becerileriyle mümkündür. Sağlık

okuryazarlığı, hastaların sağlık hakkında doğru bilgi almasını sağlamak, hastanın geçmişini anlamak ve alınacak sağlık kararlarını doğru şekilde iletmek için gerekli bir iletişim sürecini ifade etmektedir.

Sağlık turizmi, dünya çapında ve Türkiye’de giderek büyüyen bir sektör olup, yıl boyunca sağlık hizmeti almak amacıyla seyahate çıkan bireylerin ilgisini çekmektedir. Sağlık turizmi, insanların sağlığını koruma ve kaybolan sağlığı yeniden kazanma amacı güder ve giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013). Özellikle gelişmekte olan ülkeler için, sağlık turizminin ekonomik anlamda büyük katkıları vardır. Türkiye gibi ülkelerde sağlık turizmi, döviz gelirleri, iş imkanları yaratma ve milli gelire katkı sağlama açısından önemli bir sektördür (Adıgüzel ve Edinsel, 2014).

Bir ülkede sağlık turizminin başarılı olabilmesi için belirli kriterler gerekmektedir; bunlar arasında hizmet kalitesi ve makul fiyatlar ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, sağlık turizmiyle ilgili mevzuat çalışmaları yapılmış olsa da bazı alanlarda eksiklikler ve boşluklar devam etmektedir. Bu boşluklar, sigorta, hasta hakları, tercüman ihtiyacı ve eğitimli personel gibi önemli unsurların eksikliklerinden kaynaklanmaktadır (Aslanova, 2013). Türkiye’deki hastaneler, sadece Türk vatandaşlarına değil, aynı zamanda yabancı hastalara da hizmet vermektedir. 2023 yılında, Sağlık Bakanlığı verilerine göre, Türkiye’ye sağlık hizmeti almak amacıyla gelen toplam 1.538.643 kişi ve bu hizmetlerden elde edilen gelir 3.006.092 bin ABD Doları olmuştur. 2024 yılının ilk çeyreğinde ise 428.072 kişi sağlık hizmeti almak amacıyla Türkiye’yi ziyaret etmiş ve elde edilen gelir 849.663 bin ABD Doları olmuştur.

Sağlık Hizmetlerinde İletişim Türleri

Her hizmet alanında olduğu gibi sağlık hizmetlerinde de hizmetin sağlandığı bir hedef kitle vardır. Hedef kitle ile verilen hizmet ve hizmeti sağlayanlar arasındaki süreçte önem arz eden sağlık iletişimi kavramı diğer hizmet alanlarından farklı olarak sağlık hizmetlerinde birtakım hassasiyetleri gerektirmektedir. Özellikle sağlık hizmetini satın almaya yönelik davranışın klasik bir müşteri yaklaşımıyla yani tercihen değil, zarurettten ortaya çıkması bu farklılığın en önemli sebeplerindendir. Bu da sunulan hizmetin çeşitliliği ve niteliğinin ahlaki yanını göstermektedir (Bozkanat, 2019). Bir hizmet alanı olarak sağlık, bireylerin bulundukları ve hizmet aldıkları ortam bakımından ikili ilişkilerin ve diyalogların yoğun bir şekilde görüldüğü bir alandır. Sağlık çalışanları ve hizmet alan hastaların iletişim süreci olarak başlayıp, teşhis ve tedavi süreçlerini izleyen diyaloglarının, bir süre sonra devamlılığı esas alan birtakım yakın ve samimi beşeri ilişkilere dönüşmesi muhtemeldir. Bu süreç, kişilerarası iletişim ve ilişkiler olarak bütünleşirken, inceleme alanı olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma hasta-hekim, hasta-hemşire ve hasta-diğer personel olarak sağlık kuruluşlarındaki meslek gruplarına göre farklılık gösterebilmektedir. Hastanın hastalık öyküsünün dinlenmesi, ortaya çıkmış problemine yönelik çözüm önerileri, bakımı, teşhisi, tedavisi ve ilgi boyutlarıyla bağlantılı olarak farklı meslek grubundaki çalışanlara yönelik algıları da farklılaştırabilmektedir. Bu konuda, Koç’un (2017) sağlık kurumlarında iletişim konulu çalışmasının bulgularında iletişimle ilgili sorulara verilen cevaplara göre katılım içerisindeki payları %68,75 ile hastaların hastanede ilk iletişimi hasta kabul görevlileri ile kurmuş olduklarını belirttikleri, en rahat iletişime geçilen çalışanların ise hemşireler olduğu, verilen bilgilerden tatmin olmadıkları durumlar dahi olsa soru sormaktan kaçınılan grubun ise hekimler olduğu görülmüştür. Hastalar geçirdikleri hastalık ve bu hastalıkların öyküsüyle hayatlarının devamında deneyim kazanmış hale gelirler. Hastalar deneyimlerini tedavi veya tetkik süreçlerinde doktorlarla etkileşim ve iletişim sayesinde aktarabilirler. Böyle bir döngüde hekimlerin hastalar üzerindeki etkileri birçok farklı şekilde görülebilir. En yaygın olarak gözlemlenen ise hekimlerin hastaların konuşmalarını durdurmak için kullandığı taktikler ve hastaların deneyim kazandıkça bu taktiklerin farkına varmalarıdır. Sağlık iletişiminin uygulama alanı olarak sağlık kampanyalarına bakıldığında iletişim mesaj stratejilerinin insan sağlığında zaman içerisinde meydana gelebilecek olumsuz gelişmelerin farkındalığına yönelik olduğu görülmektedir. Sağlık iletişiminde mesajların ikna edici etkilerinin, hastaların hastalık teşhis veya tedavi süreçlerindeki tutum ve davranışlarına yönelik önem arz ettiği bilinmektedir (Kaye vd. , 2016).

Sağlık iletişiminin dijitalleşen enformasyon yayılımına dâhil oluşu ve kampanyaların alternatif medya kanallarıyla iletilmesinin örnekleri mevcuttur. Düşük maliyet ve yayılma hızındaki anlılık faktörünün hâkim olduğu sosyal medya, kurumlarla hedef kitleler arasında güçlü iletişim olanağı sunmuş ve enformasyona ulaşmak için tercihlerde popüler hale gelmiştir. Özellikle Twitter interaktif bir alan olarak

etki ve etkileşim boyutlarıyla önemli bir çalışma fonksiyonuna sahiptir. Aynı zamanda kullanıcılarına katılımcılık imkânı sağlaması sosyal medya ağları içerisindeki popülerliğine katkı sağlayan bir diğer önemli unsurdur. Park ve diğerleri (2015) çalışmalarında, seçtikleri üç kuruluşun Twitter etkileşimleri üzerinde yaptıkları analiz sonucunda kanser, kalp, diyabet gibi konu başlıklarıyla Twitter’da bilgi, eylem ve topluluk oluşturma gibi organizasyonlara yer verdiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda sosyal medyanın sağlık iletişimindeki fırsatını da ortaya koymaktadır. Kuruluşların tweet konularına bakıldığında ise organizasyonlar hakkında bilgi verme, hikaye ve deneyimlerin paylaşılması, teşekkür iletileri, güncel olay aktarımı, geribildirimler, bağış yapmaya teşvik, halk sağlığı bilgilendirmesi gibi konulara yer verildiği tespit edilmiştir (Park vd. , 2015).

Kültür ve Yakın Kavramları

Kültür, bireylerin bir toplum içinde paylaştıkları değerler, normlar, inançlar ve davranış kalıplarını ifade eden geniş bir kavramdır. Bu bağlamda kültür, sadece bireylerin toplumsal yaşamlarını şekillendiren bir dizi anlam ve uygulama değil, aynı zamanda toplumun genel yapısının bir yansımasıdır. Kültür, sosyolojik ve antropolojik çalışmalarda merkezi bir konu olarak ele alınmış ve farklı disiplinlerde çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. İlk olarak, Clifford Geertz kültürü bir semboller sistemi olarak tanımlamış ve kültürün insanlara dünyayı anlamlandırmada rehberlik eden bir yapılar bütünü olduğunu savunmuştur (Geertz, 1973). Geertz’in bu tanımı, kültürün insan yaşamındaki merkezi rolünü vurgulamakta ve onun toplumsal süreçlerde nasıl işlediğini anlamaya yardımcı olmaktadır. Raymond Williams ise kültür kavramını genişleterek onu bir “yaşam biçimi” ve aynı zamanda “anlamların üretildiği ve iletildiği bir alan” olarak tanımlar (Williams, 1983). Williams’ın bu yaklaşımı, kültürün dinamik yapısını ve toplumsal değişim süreçlerindeki rolünü öne çıkarır. Ona göre kültür, sadece toplumsal normların ve değerlerin bir yansıması değil, aynı zamanda bu normların sürekli olarak yeniden üretildiği ve değiştirildiği bir süreçtir.

Kültür, insanın var olduğu her alanda kendini gösterir ve insanlık tarihi boyunca kültür farklı olgularla evrilmiştir. Kültürün kavramsallaştırılması konusunda yaşanan gelişmeler arasında Edward Burnett Tylor’ın katkısı önemlidir. Tylor, kültürü "geniş bir etnografik anlamda değerlendirildiğinde bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve insanın toplumun bir üyesi olarak edinmiş olduğu diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütün" olarak tanımlamıştır. Tylor’a göre kültür, toplumsal ekosistemin bir parçası olarak, insanların ortak yaşamı sonucunda şekillenen bir olgudur (Özer ve Ercan, 2020, s. 172-173). Kültürel yapı içinde farklı kültürlerin varlığı ve ülkelerin çok kültürlü hale gelmesi, yeni kavramların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu kavramlardan biri, kültürlerarası yeterlilik kavramıdır. 1950’li yıllarda, özellikle yabancı ülkelerde çalışan ya da eğitim gören kişilerin deneyimleri üzerine yapılan çalışmalar bu kavramın temelini atmıştır. Farklı bir kültüre uyum sağlamak, çok kültürlü bir nitelik kazanmak, o dönemde kaçınılmaz bir süreçti. Bu da kültürlerarası yeterliliği önemli hale getirmiştir (Eğinli ve Yalçın, 2016).

Türkiye, çok kültürlü bir toplumsal yapıya sahip olması nedeniyle, farklı kültürlerin tanınması, bilinmesi ve bu kültürlerle bağlantılı olarak kültürel duyarlılığın gelişmesi açısından önemli bir örnektir. Kültürlerarası yeterlilik, özellikle eğitim alanında ele alınması gereken bir durumdur. Dinçer ve diğerlerinin (2017) kültürel duyarlılıkla ilgili yaptığı araştırmalara göre, sağlık hizmetleri yüksek okulunda öğrenim gören öğrencilerin %69,9’u farklı kültürlerle bir arada olmanın olumlu yönlerini belirterek, bu deneyimlerin kişiye yeni bilgiler sağladığını, bakış açısını geliştirdiğini, sosyalleşmeyi artırdığını, empati kurma ve önyargıları değiştirme fırsatları sunduğunu belirtmişlerdir. Ancak öğrenciler, iletişim ve güven problemleri, kültürler arası uyumsuzluk, çatışmalar ve inançsal farklılıklar gibi olumsuz yönler de değinmişlerdir. Ögülmüş ve Aliyev (2016) ise Türkiye’deki yabancı uyruklu öğrencilerin kültürler arası etkileşim algısını araştırarak, öğrenciler arasındaki etkileşimin geline ülkeye göre şekillendiğini ve etkileşimde güçlük, uyum ve algıda farklılıklar olduğunu ortaya koymuşlardır. Kültürler arası iletişim, farklı kültürlerin ya da bir kültür içinde yer alan alt kültürlerin birbirleriyle gerçekleştirdiği iletişim olarak tanımlanır. Bu iletişimin temel unsurları, kültür ve iletişim olmak üzere iki ana kavramla incelenmelidir. Kültürler arası iletişimin çözümlemeye çalıştığı temel sorunlar arasında kalıp yargılar, ön yargılar, cinsiyet, yaş, din ve empati gibi farklılıklar yer alır (Özdemir, 2011).

Sağlık Turizminin Tanımı, Türleri ve Sağlık Turizminde Türkiye

Son yıllarda sağlık turizmi, gelişmekte olan ülkelere kadar geniş bir pazar payına sahip olarak dikkat çekmektedir. Ülkeler, bu turizm çeşidinin sağladığı finansal katkılardan dolayı büyük ilgi göstermektedir. Sağlık Bakanlığı'nın tanımına göre, sağlık turizmi, tedavi amacıyla yapılan önceden planlanmış seyahatlerdir. Ayrıca, tatil amacıyla bir başka ülkeye giden bireylerin seyahat sırasında sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyması da "turistin sağlığı" kategorisine girmektedir (Sağlık Bakanlığı, t.y.). Sağlık turizmine olan ilginin artmasında, kendi ülkelerinde sağlık hizmetlerinin pahalı olması, kaliteli tedaviye hızlı erişim arzusu, bazı tedaviler için uzun bekleme süreleri, yerel otoriteler tarafından onaylanmayan tedavi türleri ile hem tedavi olma hem de tatil yapma arzusunun etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca, dünya genelinde yaşlı ve engelli nüfusun artması da sağlık turizminin yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır. Sağlık turizmi, medikal, termal, yaşlılık ve engelli turizmi gibi farklı kategorilerde değerlendirilebilir.

Medikal turizm, genellikle yüksek gelirli ülkelere düşük ve orta gelirli ülkelere yapılan seyahat olarak tanımlanabilir. Bu seyahatlerin amacı, ikamet edilen ülkelerdeki sağlık hizmetlerinin maliyetlerinden daha düşük fiyata sağlık hizmeti almaktır (Noree vd., 2015). Başka bir ifadeyle, tedavi olmak isteyen bireylerin, tıbbi hizmet almak amacıyla ikamet ettikleri yerden farklı bir ülkeye seyahat etmeleridir. Kısacası, hastalık nedeniyle tedavi olmayı düşünen kişilerin, daha uygun fiyatlı veya daha başarılı olacağına inandıkları tıbbi operasyonlar için yaptıkları konaklamalı seyahatleri kapsar (Noree vd., 2015). Medikal turizm, sadece uluslararası seyahat şeklinde değil, aynı ülke içinde iller arası seyahatler şeklinde de olabilir. Medikal turizm denildiğinde, genellikle tıbbi tedavi hizmetleri akla gelmektedir. Medikal turizmin tercih edildiği başlıca ülkeler arasında Panama, Brezilya, Malezya, Hindistan ve Kostarika yer alırken, termal turizmde Hindistan, Türkiye ve Malezya gibi ülkeler öne çıkmaktadır (Özer ve Songur, 2013).

Medikal turizm, sağlık kuruluşlarında donanımlı ekipman ve uzman sağlık personeli tarafından, tedavi amaçlı gelen turistlere belirli bir plan doğrultusunda sunulan hizmetleri içerir. Bu tedavi hizmetleri arasında kardiyovasküler cerrahi, cyberknife (robotik radyocerrahi), organ nakilleri (böbrek, karaciğer), kısırlık tedavileri, plastik cerrahi, göz ameliyatları, diş tedavileri ve diyaliz gibi çeşitli tıbbi müdahaleler yer alır. Medikal turizmin gelişmesinde etkili olan unsurlar arasında ulaşım imkanlarının daha kolay ve ucuz hale gelmesi, gelişmekte olan ülkelerdeki doktorların Batı ülkelerinde eğitim alması ve bu ülkelerin sağlık hizmetleri ile teknolojiye yüksek standartlara ulaşması büyük bir rol oynamaktadır (BAKA Faaliyet Raporu, 2013). Ayrıca, medikal turizmin tercih edilmesinin bazı zorunluluklardan kaynaklandığı da gözlemlenmektedir. Örneğin, ABD gibi ülkelerde diş ve estetik operasyonlar sigorta kapsamında olmadığı için bu tedavilerin başka ülkelerde alınması kaçınılmaz olmaktadır. Ayrıca, bazı cerrahi operasyonların maliyetinin çok yüksek olması nedeniyle, hastalar daha uygun fiyatlı ülkeleri tercih etmektedir. Bu tercihler, hastaların operasyonlara psikolojik olarak daha iyi hazırlanmasını da sağlayabilir.

Medikal turizmin ekonomik büyüklüğü yaklaşık 60 milyar dolara ulaşmaktadır (WHO). Medikal turizme katılım sayısı az olsa da, kişi başına yapılan harcama oldukça yüksektir (Baysal ve Çimen, 2016). Medikal turizmin kapsamı, trafik kazası tedavilerinden estetik-plastik cerrahiye, anesteziyoloji, bariyatrik cerrahi, kemik iliği nakli, kanser tedavisi, kalp cerrahisi, diş bakımı, cilt hastalıkları, böbrek yetmezliği, kulak burun boğaz, metabolizma hastalıkları, göz cerrahisi, doğurganlık tedavileri ve saç nakli gibi çeşitli alanları içerir. 2015 yılı itibarıyla, medikal turizm 70 milyar dolarlık bir ekonomik hareketlilik yaratmıştır (Baysal, 2016). Sağlık turizmi destinasyonları genellikle maliyetlerin düşük olduğu gelişmemiş ülkelerde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda Türkiye ve diğer Türk devletlerinin sağlık turizmine yönelmesi, ekonomik gelir elde etme açısından oldukça önemli bir fırsat sunmaktadır.

Termal turizm, SPA ve Wellness turizmi olarak da bilinen bir alan olup, genellikle termal suların çeşitli tedavi yöntemleri, eğlence ve rekreasyon amaçlarıyla kullanılmasıyla tanımlanır (Sağlık Bakanlığı, t.y.). Bu turizm türü, yer altından çıkan sıcak su kaynaklarının fiziksel tedavi ve egzersiz ile birleşerek otel tarzı yerlerde barınma hizmetiyle sunulmasıyla uygulanır. Termal turizmin öne çıktığı ülkeler arasında Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Bali ve Maldivler gibi yerler bulunmaktadır (Özer ve Songur, 2013). Kaplıca tedavileri, sağlık turizmi kapsamında, tıbbi gerekliliklere dayalı olarak bir ülkeden

diğerine yapılan seyahatlerle gerçekleştirilir. Bunun yanı sıra, dinlenmek ve rahatlamak amacıyla konforlu ortamlarda kaplıcalardan faydalanmak da sağlık turizmi içinde yer alır (Özdemir, 1992). Termal turizm, hastalıkların iyileşme sürecine katkı sağlamak amacıyla sağlık çalışanları tarafından gerçekleştirilen tedavi edici uygulamaları içerir (Sağlık Bakanlığı). Türkiye, jeotermal kuşak üzerindeki konumu sayesinde, dünyada yedinci sırada yer almakta ve kaplıca uygulamaları konusunda Avrupa'da üçüncü sırada bulunmaktadır (Erdoğan & Aklanoğlu, 2008). 2014 itibarıyla, MTA tarafından yapılan araştırmalar sonucunda, Türkiye'deki keşfedilmiş jeotermal kaynak sayısı 227'ye ulaşmıştır (Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, t.y.).

Yaşlı turizmi, bakım ve tedavi ihtiyaçlarını karşılamak için yaşlıların başka ülkelere seyahat etmesini tanımlar (Özsarı ve Karatana, 2013). Bu turizm türü, genellikle birden fazla kronik rahatsızlığı bulunan ve bakıma ihtiyaç duyan 65 yaş ve üstü bireylerin, iklim ve hava değişiklikleriyle sosyal tesislerde tedavi edilmeleri esasına dayanır. Klinik konukları, geriatrik tedavi merkezleri ve bakım evlerinde, sertifikalı sağlık çalışanları tarafından yapılan tedavi uygulamaları da bu kategoriye dahildir (Sağlık Bakanlığı, t.y.). Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 65 yaş ve üzeri nüfusu yaşlı nüfus olarak kabul eder ve Avrupa'da, bu yaş grubunun toplam nüfusun %20,7'sini oluşturduğunu belirtir. Türkiye'de, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na bağlı 109 huzurevi ve yaşlı bakım evi bulunmakta olup, özel sektörde de yaşlılar için gezi turları, meşguliyet terapileri ve engelli bireyler için engelsiz tatil imkanları sunan oteller mevcuttur (Sağlık Bakanlığı, t.y.).

Engelli turizmi ise engellilerin seyahat etme, gezme, eğlenme ve tedavi görme ihtiyaçlarına yönelik gelişen bir sağlık turizmi çeşididir (Topuz, 2012). Geçmişte olduğu gibi günümüzde de, engelli bireyler için sağlık hizmetlerine yönelik daha hassas ve dikkatli bir yaklaşım benimsenmektedir.

Türkiye’de Sağlık Turizmi

Sağlık turizmine olan ilgi, hem çeşitli tüketici tercihlerine yanıt verebilmek hem de ekonomiye katkı sağlamak amacıyla Türkiye’de giderek artmaktadır. Bu alanda ülke, turizm sektöründe dünya genelinde 27. sırada yer almaktadır. Türkiye’nin sağlık turizmi alanındaki başarısının sebeplerinden bazıları; farklı bütçelere hitap eden seçenekler, uzmanlaşmış sağlık personeli ve kaliteli hizmet sunumudur (Tengilimioğlu, 2001). Türkiye’nin sağlık turizmi üzerindeki etkisi, özellikle 2005 yılından itibaren sağlık politikaları ve projelerindeki uygulamalarıyla daha belirgin hale gelmiştir. Sağlık turizmi ilk kez 2005 yılında gündeme gelirken, 2010-2014 stratejik eylem planında yer bulmuş ve daha sonra 2023 vizyonunda da hükümet politikası haline gelmiştir. Türkiye, 2012 yılı itibarıyla, tedavi amaçlı gelen hasta sayısına göre dünyada ilk on ülke arasında yedinci sırada yer almaktadır (Barca vd., 2012). TÜİK verilerine göre, sağlık turizmi kapsamında en çok tercih edilen klinik branşlar; kadın hastalıkları, iç hastalıkları, göz, biyokimya, genel cerrahi, diş hekimliği, ortopedi, enfeksiyon ve kulak burun boğaz poliklinik hizmetleridir. Türkiye’de sağlık turizmi faaliyetleri genellikle medikal ve termal turizm alanlarında yoğunlaşmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2014).

Sağlık turizmi, Türkiye’de daha çok özel sektör aracılığıyla yürütülmektedir. Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2013’e göre, yabancı hastaların %83’ü özel hastaneleri tercih ederken, %17’si kamu hastanelerine başvurmuştur (Kaya vd., 2013). 2024 yılı itibarıyla Sağlık Bakanlığı’na bağlı Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı tarafından sağlanan verilere göre, sağlık turizmi yetki belgesi alan sağlık tesisleri, kamu hastaneleri, özel tıp merkezleri, muayenehaneler ve diğer tesisler olarak dört kategoride sınıflandırılmaktadır. Sağlık turizmi belgesi almaya hak kazanan tesisler arasında 177 özel tıp merkezi, 2029 muayenehane ve 1107 tesis yer almaktadır. Kamu hastaneleri arasında ise sağlık turizmi belgesi almaya hak kazanan 643 hastaneden 137’si kamu hastanesi olarak bu alanda yetkilendirilmiştir (Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, 2024).

Araştırmamızın Metodolojisi, Veri Toplanması Ve Analiz Edilmesi

Bu araştırmada elde edilen veriler, dört aşamada analiz edilmiştir: verinin kodlanması, kodlanan verilerin temalara ayrılması, kod ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması. Analiz sürecinde öncelikle görüşme kayıtları deşifre edilerek incelenmiştir. Yabancı hastalarla yapılan görüşmeler sözlü ve yazılı formlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir; Türkçe, Gürcüce ve İngilizce bilen katılımcılarla görüşmeler yapılmıştır. İfadelerin Türkçeye çevrilmesi konusunda birim tercümanlarından

destek alınmıştır. Yarı yapılandırılmış sorulara dayalı görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde, katılımcıların yanıtları arasındaki benzerlikler gruplandırma kriteri olarak belirlenmiştir. Çözümleme sürecinde, görüşme kayıtları üzerinden yapılan incelemelerde, katılımcılar belirli kod numaraları ile sınıflandırılmıştır: birim sorumluları (S1, S2...), personel (P1, P2...), yabancı hastalar turist kategorisinde (T1, T2...), yöneticiler ise (Y) şeklinde kodlanmıştır. Bu yöntemle analiz sürecine açıklık kazandırılmış ve anlam karışıklığının önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmanın amacı, sağlık turizmi alanındaki hizmet sağlayıcıları ile yabancı hasta deneyimlerinin derinlemesine incelenmesidir. Çalışma, nitel bir araştırma olarak tasarlanmış ve katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda belirli temalar üzerinden analiz edilmiştir. Araştırma, katılımcıların konuya duyarlılıkları, ilgileri ve deneyimlerinden yararlanılarak, konuya dair daha derinlemesine bilgi edinilmesini amaçlamaktadır. Veri toplama yöntemi olarak, görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme, belirli bir konuya dair alışkanlıkları, duyguları ve tutumları anlamaya yönelik olarak tasarlanmış ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde, verilen yanıtlar üzerinden anlamlı bir bütün oluşturulmaya çalışılmış ve yanıtlar arasındaki uyum gözlemlenmiştir. Görüşme tekniğiyle elde edilen verilerin sayısal karşılıklarının bulunmaması nedeniyle ifadeler, çoğunluğu temsil eden ortalama ifadeler olarak sunulmuştur. Bazı değerlendirmelerde, ifadeler arasındaki benzerlikler gruplandırılarak temalar oluşturulmuştur. Verinin analizi ve çözümleme sonuçları doğrultusunda yapılan değerlendirmede, araştırmanın iç geçerliğini sağlamak amacıyla bulguların anlam bütünlüğü ve tutarlılığı dikkate alınmıştır. Bulguların güvenilirliğini artırmak için temaları oluşturan kavramların kendi içindeki ve diğer temalarla olan uyumu değerlendirilmiş, anlamlı bir bütün oluşturup oluşturmadığına özel önem verilmiştir. Araştırmanın ilerleyen aşamalarında, elde edilen bulgular literatür bağlamında ele alınarak önceki çalışmalarla karşılaştırılmış ve bu doğrultuda yorumlamalar yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin analizinin yanı sıra, çalışmada önemli bir yer tutan diğer bir inceleme yöntemi de doküman analizidir. Araştırma kapsamındaki kuruma ait "Sağlık Turizmi" bağlamında yabancı hastalarla iletişimi destekleyen materyaller (sosyal medya hesapları, web sayfası) analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlar bulgular bölümünde sunulmuştur. Bulguların değerlendirilmesi sürecinde oluşturulan temalar, anlam bütünlüğünü sağlamak ve yorumlamayı kolaylaştırmak amacıyla tımdengelim veya tümevarım yöntemiyle açıklanmıştır. Araştırmanın başında öne sürülen varsayımların, elde edilen bulgular ile büyük ölçüde örtüştüğü görülmüştür. İç geçerliğin yanı sıra, dış geçerliğin sağlanması adına çalışmanın tüm aşamalarında bilimsel çerçeveye bağlı kalınmış ve sistematik adımlar titizlikle detaylandırılmıştır. Araştırma süreci boyunca, yapılan görüşmelerde nitel bütünlüğün sağlanması için derinlemesine sorular sorulmuş, veriler belirli temalar etrafında toplanarak analiz edilmiştir. Sorular üç farklı formatta hazırlanmış olup aşağıdaki biçimdedir. Görüşmeler yabancı hastalarla kendi dillerinde tercüme edilerek sağlanmıştır.

(Birim sorumlularına yönelik sorular)

1. Hastanenizde daha çok hangi uyruktan yabancı hastalara hizmet veriliyor?
2. Sağlık turizmi bölümüne başvuran yabancı bir hasta hangi işlem ve aşamalardan geçiyor?
3. Yabancı hastalara yönelik özel bir iletişim stratejiniz mevcut mu?
4. Yabancı hastalarla iletişimde sağlık turizmi departmanı dışındaki personel süreci nasıl yönetiyor?
5. Yabancı hastalar hastane ile iletişime geçebilmek için daha çok hangi iletişim kanalını kullanıyorlar?
6. Yabancı hastaların hastane iletişime geçmelerini sağlayacak özel bir sabit hat mevcut mu?
7. İşitme engelli yabancı hastalarla karşılaşıyor musunuz, nasıl yardımcı oluyorsunuz?
8. Yabancı hastalara yönelik sağlık hizmetlerinin aksamaması için personele yönelik eğitim faaliyetleriniz var mı?
9. Kültürlerarası iletişim konulu personel eğitimleriniz mevcut mu?
10. Yabancı hastalar hastaneye ilk girişleri sırasında kiminle iletişime geçiyor?
11. Hastane içerisinde yabancı hastalara yönelik yönlendirme levhaları var mı?
12. Sağlamış olduğunuz hizmetlere yönelik yabancı hastaların değerlendirmeleri nasıl oluyor?
13. Yabancı hastalara memnuniyet anketi uyguluyor musunuz?
14. Yabancı hastalardan gelen istek ve şikâyetler ne şekilde değerlendirmeye alınıyor?

15. Yabancı hastalarla ilgili sorun tespiti veya olası bir kriz anında kriz yönetimi stratejileriniz var mı varsa nasıl?

(Sekreter, Danışma, Güvenlik vb. birim dışı personele yönelik sorular)

1. Sağlık turizmi kavramı nedir (siz nasıl tanımlıyorsunuz)?
2. Hastanede sağlık turizmi bölümü faaliyet alanı kapsamında hangi hizmetleri veriyor?
3. Hastanede daha çok hangi yabancı uyruklu hastalara denk geliyorsunuz, onlar hakkında izlenimlerinizden bahsedebilir misiniz?
4. Yabancı hastalarla iletişim kurmak kolay mı, zor mu (neye göre, nasıl)?
5. Hastanede yabancı hastalar için bir bölüm olmasaydı neler olabilirdi?
6. Genel olarak hastanedeki personelin yabancı hastalara yönelik tutum ve davranışlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. Hiç yabancı ve aynı zamanda işitme engelli hastalara denk geldiniz mi? Eğer geldiyse nasıl iletişim kuruyorsunuz veya kurarsınız?
8. Hastane içerisinde yabancı hastalara yönelik yönlendirme levhaları var mı? Eğer varsa etkili oluyor mu? Yoksa olmalı mı, niçin olmalı?
9. Kültürlerarası iletişimi tanımlar mısınız? Size göre kültürlerarası iletişim ne demektir?
10. Hastanenin yani yönetimin genel olarak yabancı hastalara verdiği önem düzeyini anlatır mısınız? İletişime bağlı yabancı hastaların yaşadığı problemleri gözlemlediğiniz kadarıyla aktarabilir misiniz?
11. Hastaneye başvuran yabancı hastaların, başvuru sayısı, yoğunluğu veya sıklığıyla ilgili değerlendirmeniz nasıldır?
12. Yabancı hastaların bu hastaneyi tercih etme sebepleri nelerdir?

Yabancı Hastalara Yöneltilen Sorular

1. Sağlık turizmi bölümünden aldığınız hizmetleri anlatır mısınız?
2. Sağlık turizmi bölümünden aldığınız hizmetten memnun kaldınız mı?
3. Hastanemizde verilen tercümanlık hizmeti hakkında düşünceniz nedir?
4. Hastanemizi tercih etme sebepleriniz nelerdir?
5. En sık hangi sağlık hizmeti sebebiyle hastaneye geliyorsunuz?
6. Hastanemizi tercih etme nedeniniz nedir?
7. Hizmetlerimiz hakkında nasıl bilgi sahibi oluyorsunuz?
8. Hastanemizden aldığınız hizmetler sırasında herhangi bir olumsuzluk yaşadınız mı? En çok karşılaştığınız zorluklar nelerdir?
9. Bu hastaneyi ve aldığınız sağlık hizmetini Türkiye'ye gelen vatandaşlarınıza tavsiye eder misiniz?

Çalışma, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde yapılmış olup, hastane personeli ve yabancı hastalarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler, nitel analiz yöntemleri kullanılarak çözümlenmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler, belirli temalar etrafında toplanarak analiz edilmiştir. Bu temalar; kavram bilincirliği, iletişimi bozan engeller, hizmet faaliyet kapsamını tanımlama, kişilerarası iletişim, empati, görsel iletişim, alternatif iletişim çeşitleri, kriz yönetimi, geri besleme ve pazarlama stratejileridir.

Verilerin toplanmasında, yarı yapılandırılmış sorular ve ses kayıtları kullanılmış, daha sonra bu veriler yazılı hale getirilmiştir. Çalışmada, katılımcıların yanıtları doğrultusunda benzerlikler ve farklılıklar gruplandırılarak analize tabi tutulmuştur. Bu süreç, bulguların güvenilirliğini artırmak ve anlamlı bir bütün oluşturmak için büyük önem taşımaktadır.

Son olarak, çalışmanın bulguları literatürle karşılaştırılmış, bulguların doğruluğu ve geçerliliği değerlendirilmiştir. İç ve dış geçerliliği sağlamak amacıyla, araştırmada sistematik bir yaklaşım benimsenmiş ve elde edilen veriler doğrultusunda sağlanan sonuçların anlamlı olduğu ortaya konulmuştur. Bu çalışma, sağlık turizmi konusunda daha fazla araştırma yapılmasına ve benzer konularda çalışanlara katkı sağlayacak değerli bulgular sunmaktadır.

BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın verisine dair analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Demografik özellikler tablosunda yer alan mesleki geçmiş bilgisinde katılımcıların araştırma örneklemine seçilen hastanedeki çalışma süreleri baz alınmıştır. Katılımcılara ve araştırmanın konusuna dair bilgiler tablo ve şekillerle gösterilmiştir.

Tablo 1. Hizmet veren katılımcıların demografik özellikleri (Bilgin, 2024) .

KATILIMCILAR	KOD	CİNSİYET	YAŞ	MESLEKİ GEÇMİŞ (YIL)	EĞİTİM DÜZEYİ
Yönetici	Y1	Erkek	56	4	DOKTORA
Yönetici	Y2	Erkek	38	5	YÜKSEK LİSANS
Yönetici	Y3	Erkek	32	6	LİSANS
Sekreter	P1	Kadın	36	15	ORTAÖĞRETİM
Sekreter	P2	Kadın	35	10	ORTAÖĞRETİM
Sekreter	P3	Kadın	32	3	YÜKSEK LİSANS
Güvenlik	P4	Erkek	45	15	ORTAÖĞRETİM
Güvenlik	P5	Kadın	39	12	ORTAÖĞRETİM
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P6	Kadın	25	1	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P7	Kadın	22	1	ÖNLİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P8	Kadın	25	1	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P9	Kadın	20	1	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P10	Kadın	26	1	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P11	Kadın	22	1	ÖNLİSANS
Sekreter	P12	Erkek	37	12	LİSANS
Sekreter	P13	Erkek	32	10	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P14	Kadın	23	2	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P15	Kadın	25	2	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P16	Kadın	27	2	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P17	Kadın	20	2	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P18	Erkek	27	1	LİSANS
Güvenlik	P19	Erkek	30	1	LİSANS
Güvenlik	P20	Erkek	36	10	ORTAÖĞRETİM
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P21	Erkek	23	1	LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P22	Kadın	29	1	LİSANS
Güvenlik	P23	Erkek	43	15	ORTAÖĞRETİM
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P24	Kadın	23	1	LİSANS
Güvenlik	P25	Erkek	36	14	ORTAÖĞRETİM
Güvenlik	P26	Erkek	44	17	ORTAÖĞRETİM
Güvenlik	P27	Erkek	39	11	LİSANS
Güvenlik	P28	Kadın	46	18	
Güvenlik	P29	Kadın	27	1	ÖN LİSANS
Hasta Karşılama ve Yönlendirme Görevlisi	P30	Kadın	40	10	ORTAÖĞRETİM
Sekreter	P31	Kadın	42	11	ORTAÖĞRETİM
Sekreter	P32	Kadın	30	3	LİSANS
Sekreter	P33	Erkek	33	8	ORTAÖĞRETİM
Sekreter	P34	Erkek	25	1	YÜKSEK LİSANS
Sekreter	P35	Erkek	35	11	LİSANS
Sekreter	P36	Erkek	30	5	LİSANS
Sekreter	P37	Erkek	22	1	LİSANS
Sekreter	P38	Erkek	29	5	ÖNLİSANS
Sağlık Turizmi Birim Sorumlusu	S1	Erkek	24	3	LİSANS

Sağlık Turizmi Birim Sorumlusu	S2	Kadın	37	3	LİSANS
--------------------------------	----	-------	----	---	--------

Tablo 2. Hizmet veren katılımcıların demografik özellikleri (Bilgin, 2024).

KATILIMCILAR	KOD	CİNSİYET	YAŞ	MESLEKİ GEÇMİŞ (YIL)	EĞİTİM DÜZEYİ
Yabancı Hasta- Güney Kore	T1	Erkek	32	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T2	Kadın	42	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T3	Erkek	25	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T4	Kadın	37	Veri yok	Veri yok
				Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T5	Kadın	23	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Çek Cum.	T6	Erkek	47	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Mısır	T7	Erkek	34	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta	T8	Kadın	35	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- İran	T9	Erkek	30	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- Ürdün	T10	Kadın	27	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- Gürcistan	T11	Erkek	40	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta -Mısır	T12	Kadın	37	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T13	Erkek	42	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Katar	T14	Erkek	53	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Rusya	T15	Kadın	35	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T16	Kadın	41	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T17	Erkek	33	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Rusya	T18	Kadın	26	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T19	Erkek	38	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T20	Kadın	22	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Güney Kore	T1	Erkek	32	Veri yok	Veri yok
VERİ YOK				Veri yok	Veri yok
VERİ YOK				Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T2	Kadın	42	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T3	Erkek	25	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T4	Kadın	37	Veri yok	Veri yok
				Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T5	Kadın	23	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Çek Cum.	T6	Erkek	47	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Mısır	T7	Erkek	34	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta	T8	Kadın	35	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- İran	T9	Erkek	30	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- Ürdün	T10	Kadın	27	Veri yok	Veri yok
Yabancı hasta- Gürcistan	T11	Erkek	40	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta -Mısır	T12	Kadın	37	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T13	Erkek	42	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Katar	T14	Erkek	53	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Rusya	T15	Kadın	35	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Suriye	T16	Kadın	41	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T17	Erkek	33	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Rusya	T18	Kadın	26	Veri yok	Veri yok
Yabancı Hasta- Gürcistan	T19	Erkek	38		
Yabancı Hasta- Gürcistan	T20	Kadın	22		

Tablo 1, çalışmaya katılan sağlık hizmeti sağlayıcılarının demografik özelliklerinin dağılımını sunarken, Tablo 2 ise hizmet alan bireylerin demografik özelliklerine dair veriler içermektedir. Araştırma katılımcılarının 25'i erkek, 25'i ise kadındır. Katılımcıların yaş aralığı, Tablo 2'de 20-56 yaş olarak belirtilirken, Tablo 3'te yer alan katılımcıların yaşları 22-53 arasında değişmektedir. Araştırma, sağlık iletişimini hastalar ve hastane çalışanları açısından iki yönlü incelemektedir. Katılımcıların mesleki deneyim süreleri ise 1 ile 18 yıl arasında değişmektedir. Eğitim düzeyleri açısından bakıldığında, katılımcıların çoğunluğunun ortaöğretim, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyinde olduğu görülmektedir. Araştırmada, sağlık hizmeti sağlayıcılarının yabancı dil yeterliliklerine dair eksiklik varsayımı, katılımcıların demografik farklılıklarına bağlı olarak değişiklik göstermemekte ve genel olarak katılımcıların görüşleri uyumlu bir şekilde belirtilmiştir. Çalışmanın amacı, sağlık çalışanlarının yabancı dil eksiklikleri üzerine odaklanmak olduğu için, yabancı hastaların demografik özellikleri, mesleki geçmişleri ve eğitim düzeyleri bu araştırmada ele alınmamıştır.

Hastanenin Kurumsal İletişim Faaliyetleri

Web Sayfası: Hastanenin <https://rizeeah.saglik.gov.tr/> bağlantı uzantılı kurumsal web sayfası mevcuttur.

Sağlık Turizmine Özel Bölüm: Hastanenin kurumsal web sayfasında sağlık turizmine hizmet veren “healthtourism” başlıklı bir sekme mevcuttur. Belirtilen bölümde hastaneye ve branşlara dair poliklinik hizmetleri, tedavi süreçleri ve maliyet bilgilerinin Türkçe ve İngilizce karşılıkları verilmiştir.

Sosyal Medya Hesapları: Hastanenin sosyal medya hesapları arasında Facebook, Instagram ve X bulunmaktadır. Paylaşım sıklıkları, kullanılan mecralara göre farklılık gösterse de genel olarak aktif paylaşımlar yapılmaktadır. Takipçi sayıları açısından, bu çalışmaya dair bulguların verildiği tarih itibarıyla sıralama şu şekildedir: Facebook 1100 takipçi ile en fazla, Instagram 1421 takipçi ile ikinci sırada yer almakta ve X ise 359 takipçi ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Ayrıca, hastaneye ait Google yorumları incelenmiş ve yabancı hastalar tarafından yazılmış olumlu veya olumsuz herhangi bir yoruma rastlanmamıştır.

Basılı Materyaller: Yabancı hastaların bilgilendirilmesi amacıyla hazırlanmış Gürcüce ve Arapça broşürlerden, hastaneyi ziyaret eden yabancı hastaların çoğunluğunun Gürcüce ve Arapça konuşan milletlerden olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, bu broşürlerin basılı olarak mevcut olduğu gözlemlenmiştir.

Bulguların daha anlaşılır hale getirilmesi ve yorumlanabilmesi amacıyla, çalışmada elde edilen analiz sonuçları dokuz ana başlık altında ele alınmıştır. Bu başlıklar; kavram bilinirliği, iletişimi engelleyen faktörler, hizmet faaliyetlerinin tanımlanabilirliği, yabancı hastalarla kişilerarası iletişim ve etkileşim, empati, kurum içindeki görsel iletişim, alternatif iletişim yöntemleri, sorun ve kriz yönetimi, iletişimde geri besleme ve hizmet pazarlaması olarak sıralanmıştır.

Kavram Bilinirliği

Etkili bir iletişim sürecinin sağlanabilmesi için, iletişimde yer alacak tarafların doğru bir şekilde tanınması ve anlaşılması çoğu zaman kritik bir öneme sahiptir. Basit bir iletişim modeli çerçevesinde değerlendirildiğinde, bu çalışmada alıcı olarak ele alınan yabancı hastalarla gerçekleşen iletişim ve bu iletişimle yakından ilişkili kavramların bilinirliği ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların verdiği yanıtlara göre, iletişim, sağlık iletişimi ve kültürlerarası iletişim kavramlarının çoğunluğu, literatürde yer alan tanımlarla uyumlu bir şekilde doğru bir şekilde tanımlanabilmiştir. Aşağıda görüşme yapılan bazı katılımcıların yanıtlarına yer verilmiştir.

Kültürlerarası iletişim farklı kültürlerin birbiriyle kaynaşması; bu yabancı bir ülkeyi ziyarette olabilir, yabancı uyruklu bir kişi ile karşılıklı paylaşımlar olabilir. Farklı kültürlerin yaşam biçimleri yani yeme-içme, giyim-kuşam, günlük rutinler, inançları, hayatı algılayış biçimleri hakkında bilgi sahibi olmak kültürlerarası iletişimdir. (P4)

İletişim birbirini anlamaktır. İnsanların birbirini anlayabilmesi olarak tanımlıyorum iletişimi ben. İletişim kendini ifade edebilmektir. Sağlık iletişimini ise sağlık hizmetlerinin verildiği yerlerde insanların birbiriyle olan iletişimi olarak tanımlıyorum. Bunu özellikle doktor ve hastalar arasında daha çok görüyoruz. Doğru bir iletişimle en ince ayrıntısına kadar hastalar doktorlara kendini ifade edebiliyor. Yanlışıklara yer vermemek için kendini ifade etmek çok önemli ve ciddi bir konu. Söz konusu sağlık çünkü. (P5)

Kültürlerarası iletişim hakkında doğrudan literatür tanımlı bilmemekle birlikte, düşüncem şu şekilde: bence farklı kültürlerle sahip iki veya daha fazla kişilerin aynı toplum içerisinde etkileşim kurmalarıdır kültürlerarası iletişim. (P6)

Herhangi bir ülkeden diğer bir ülkeye kişinin daha sağlıklı ve güvenli olduğu, donanım ve doktor kabiliyetlerinin yeterli olduğuna istinaden yapılan seyahatlerdir. Özellikle işinde uzman ve yurt dışında adını duyuran doktorlarımız sayesinde Arap ülkelerinden çok sayıda hasta ülkemize giriş yapmaktadır. Ülkenin sağlık teknolojisi ve doktorların bireysel başarıları ülke ekonomisine de büyük ölçüde katkı sunmaktadır. (P18)

Kültürlerarası iletişim: Kısacası iki farklı kültürü olan insanın sözlü iletişime geçmesidir. İletişim ve kültür, insanı etkileyen iki kavramdır. İletişim ve kültür birbiriyle bağlantılı olgulardır. Kültürlerarası iletişim, insanın kendi kültürel sınırlarını aşarak başka toplumların farklı kültür normlarıyla karşılaşması, farklı değerlere sahip insanlarla iletişime geçmesi olarak tanımlanabilir. Bireylerin kendi kültürel kodlarıyla şekillenen etkileşim becerileri, kültürlerarası iletişim sürecine de yansır. Dolayısıyla küreselleşmenin bir sonucu olarak toplumların iletişim araçları benzerlik gösterse de yerel unsurlar varlığını koruyacaktır. (P18)

İnsanların tedavi olmak, hastalıklarına çare aramak için bulundukları yerden başka bir yere gitmesine, göç etmesine sağlık turizmi denir. (Y2)

İletişimi Bozan Engeller

İletişim süreci bazen sorunsuz bir şekilde ilerlerken, bazı durumlarda ise iletişimi engelleyen faktörlerin varlığı söz konusu olabilmektedir. Başarılı bir iletişim sürecinden bahsedebilmek için, bu engellerin tespit edilip ortadan kaldırılmasına yönelik önlemlerin alınması gerekmektedir. Katılımcılardan elde edilen verilere göre, sağlık iletişimi sürecinde yabancı hastalarla iletişimi zorlaştıran en büyük engelin dil olduğu, personelin yabancı dil yeterliliğinin eksikliğinin sağlık iletişimi sürecini olumsuz etkilediği gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamında, sağlık turizmi biriminin yabancı hastaların tüm hizmet süreçlerini kolaylaştırdığı ve dil bilgisi eksikliğinden kaynaklanan sorunların bu hizmet alanı içinde ele alındığı görülmüştür. Ayrıca, katılımcıların yanıtlarına göre, dil faktörünün sağlık turizmi biriminin hizmet alanının tanımlanmasında belirleyici bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Konuya ilişkin, katılımcıların yanıtlar aşağıda örnek olarak verilmiştir.

Benim çalıştığım bina hastanenin ek binası, sağlık turizmi bölümü ise ana binada, hastaneye başvuran hastanın öncelikle ana binaya gidip giriş yapması gerekiyor, yine ana binadaki vezne ödeme yapması gerekiyor, bu şekilde sürekli iki bina arasında git-gel yaşayan hasta yıpranıyor. Fakat asıl sorun olan ise yeterli düzeyde yönlendirme alamadıkları için sürekli birilerine soru sormak zorunda kalıyorlar ancak belkide çekiniyorlar. Ne hastane ne şehir! Ne yazık ki ülkemizde yabancı dil konusunda yetersiziz. (P4)

Yabancı hastalar daha çok hastane içinde gittikleri yere tek başlarına tercüman olmadan gittikleri anlarda problem yaşıyorlar. Poliklinikte doktorla anlaşamama, MR, Ultrason gibi bölümlerde görevli arkadaşlarla da aynı şekilde. Yani daha çok dil problemi doğuyor. Bu durumda da yine bizi çağırdıklarında bu sorunu çözüyoruz. Tercümanlık hizmeti vererek. Birebir tüm hastalarla gezme şansımız olmuyor. Birimlerden talep edildikçe gidiyoruz. Kurum içi telefonlarla birimize ulaşarak bizden destek talebinde bulunuyorlar. (S1)

Mesela acile hasta geliyor. Dil bilmiyor. Bizi arıyorlar. Hasta sıkıntısını anlatamıyor. Anlık sıkıntılar hep. Ama problemler daha çok anlaşamama ve dil üzerine olduğu için tercümanlık hizmetlerini sağlıyoruz. (S2)

Doktor olsun, sekreter olsun, bu hastanenin potansiyeline bakılınca Arapça ve Gürcüceye hakim olması gerekiyor ancak bilinen diller değil. Bu yüzden sekreter, doktor ve hasta arasında anlatamama veya anlaşılammaya yönelik problemler yaşıyor. Ama dediğim gibi birim görevlilerimiz bu sorunların üstesinden gelebiliyor. Gerçekten profesyonelce müdahale ediyorlar. Yabancı hastaların da bu duruma karşı bir memnuniyeti oluyor. Bunu görebiliyoruz. (S6)

Ben Güney Koreliyim. Çok iyi Türkçe konuşamadığım için hastaneye gelirken oldukça gergindim. Hastaneye ilk geldiğimde karşılaştığım personelle dil konusunda anlaşılmayınca gerginliğim ve endişem devam etti. Sorarak ilerlemeye çalıştım ve sonunda yabancı olduğum için beni sağlık turizmi birimine yönlendiren biriyle karşılaştım. Birime vardığımda çok geçmeden hiçbir şey için endişelenmememe gerek olmadığı ortaya çıktı. Sağlık turizmi departmanı yurtdışından biriyle nasıl başa çıkacağını çok iyi biliyordu. Çok kibar ve arkadaş canlısıydılar ve en önemlisi çok yardımcı oldular. Bence bu birim hastane için çok önemli. Çünkü sınır kapısına yakın bir şehirde hizmet vermesi sebebiyle öyle sanıyorum ki yabancı hasta potansiyeli yüksek ve dil kaynaklı iletişim engelini bu birim minimuma indiriyor. (T1)

Ben Gürcü uyrukluym. Hastane ile ilgili bir işimiz olduğunda bu hastaneyi tercih ediyorum ve hemen sağlık turizmi birimine geliyorum. Yakın arkadaşlarıma da aldığım hizmeti anlatıyorum. Hastaneye ilk kez geldiğimde daha endişeliydim. Çünkü sağlık turizmi birimi dışında Gürcüce bilenle karşılaşmadığım için işlemler için ilerlemekte zorlandım. Daha sonra biri bana sağlık turizmi birimini gösterdi. Orayı bulunca tüm işler kolaylaştı. Çünkü beni anlayan bir tercüman bulmuştum sonunda. O zamanlar acelem vardı. Onların yardımları olmasaydı, sanırım çok fazla beklememgerekirdi. (T2)

Hizmet Faaliyet Kapsamını Tanımlayabilme

Bir hizmetin sunulduğu sektöre göre faaliyetleri farklılık gösterebilir. Sağlık sektörü de mesleki anlamda çeşitli faaliyet alanlarına sahiptir. Genel olarak sağlığın korunması, tedavi edilmesi veya sürekliliği amacıyla sunulan sağlık hizmetleri, verildiği kurumlarda farklı alt faaliyetlere ayrılmaktadır. Araştırma kapsamında ele alınan sağlık turizmi birimleri de bu faaliyet alanlarından birini oluşturur. Katılımcıların, sağlık turizmi biriminin hizmet alanını doğru bir şekilde tanımladığı ve faaliyet alanlarını doğru bir sırayla belirlediği gözlemlenmiştir.

Daha çok tercüme hizmeti veriyor. Yabancı hastaların daha kolay anlaşılması ve hizmetlerinin aksamaması için çalışan bir birim. Yeni bir hizmet sayılır, çok eski değil. On yıl önce hastaneye gelen yabancı hastalar kendi dilini bırakmış İngilizce bilen biri arıyordu. Şimdi o günlere göre daha iyi. Çünkü hastanenin potansiyel yabancı hastalarına hitaben dil bilenler var. Mesela acilde çalışıyordum bir keresinde, İsrailli bir hasta geldi. Doktorlarımızla bile iletişime geçemedi. Çok zorluk çekti. Sadece bir doktor anladı ne demek istediğini. Yani bunları düşününce bu birim hastanenin dil yükünü oldukça hafıfletti. (P5)

Bu bölüm gerçekten çok fazla ve önemli işler yapıyor. Mesela en çok gelen hasta Gürcistan'dan geliyor. Orada sağlık hizmetleri bizim gibi değil. Burada gerçekten iyi hizmet alıyorlar. En çok kadın doğum polikliniğine başvuru oluyor. Onkoloji ve kemoterapi de oldukça etkili hizmet veriyor ve tercih ediliyor. Turizm birimimiz yükümüzü çok hafıfletiyor. Önceden turist sağlığı konusunda çok sıkıntılar yaşıyorduk işlemlerle ilgili ama şimdi yükümüz oldukça az. (S6)

Talep olması halinde Türk vatandaşlarına verilen her türlü hizmet sağlık turizmi kapsamında tedavi olmak isteyen yabancı hastalara da verilmektedir. Yabancı uyruklu hastalar için, tercüman birimimiz bulunmaktadır. Gürcistan uyruklu hastalara yardımcı olunmaktadır. Hastanemizin sitesinde bazı özellikli branşların tanı tedavi ve fiyatlandırmalarına ilişkin bilgiler bulunmaktadır. (Y2)

Yabancı Hastalar Bağlamında Kişilerarası İletişim, Etkileşim ve Empati

Ülkemizde farklı nedenlerle ikamet eden veya seyahat amacıyla bulunan yabancı hastaların sağlık hizmetlerinden faydalanabilmesiyle ilgili bilgiler, çalışmanın ikinci bölümünde sağlık turizmi başlığı altında ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Yabancı hastaları farklı açılardan değerlendiren ve iletişim sürecine etki eden faktörleri tanımlayan katılımcılar, kişilerarası iletişim boyutunda yabancı hastalarla yaşanan en büyük iletişim engellerinden birinin personel ile hasta arasındaki empati eksikliği olduğunu ifade etmişlerdir. Empati eksikliği nedeniyle kişilerarası iletişimin zaman zaman kesintiye uğradığına dair görüşlerini belirtmişler ve hem personel hem de hastalarla ilgili eleştirel yorumlar yapmışlardır. Ayrıca, katılımcılardan elde edilen veriler, empati sağlandığında etkileşim ve iletişimin olumlu şekilde gerçekleşebileceğini göstermektedir.

Bana gelen hastaların yaşam tarzları, inanışları, değerleri çok farklı. Çünkü çok farklı milletten insanlarla karşılaşıyoruz. Biz bunları dikkate alarak diyalog oluşturmaya çalışıyoruz. Karşılıklı bir etkileşim yaşıyoruz; onlar bizden, bizler onlardan farklı şeyler öğreniyoruz. Farklı bir kültürü öğrendikçe kendimi iyi hissettiğimi söyleyebilirim. Yani yaptığım iş verdiğim hizmetin yanında hayat adına da bana çok katkı sağlıyor. Onların yaşam tarzının daha rahat, bizde daha sınırlı olduğunu gördükçe kültürleri karşılaştırma fırsatım oluyor. Eğitim

konusuna gelince, iş dolayısıyla Gürcistan'a çok sık gidiyorum ve oradaki ailelerin yaşantılarına doğrudan şahit olduğum için kurumsal alanda olmasa da eğitimi sahada bulabiliyorum. Bu çok faydalı oluyor. Orada edindiğim deneyimleri işimde uygulayabiliyorum. Onları her yönüyle anlayarak diyalog geliştiriyorum. (S1)

Doktor olsun, sekreter olsun bu hastanenin potansiyeline bakılınca Arapça ve Gürcüceye hâkim olması gerekiyor ancak bilinen diller değil. Bu yüzden sekreter, doktor ve hasta arasında anlatamama veya anlaşılamamaya yönelik problemler yaşıyor. Ama dediğim gibi, birim görevlilerimiz bu sorunların üstesinden gelebiliyor. Gerçekten profesyonelce müdahale ediyorlar. Yabancı hastaların da bu duruma karşı bir memnuniyeti oluyor. Bunu görebiliyoruz. Hem hizmet veren hem de hizmet alanlar empati ile yaklaşmalı. Hasta psikolojisini kullanarak bazı insanlar empatiden uzak bir konuşmaya girmek istiyorlar ve böyle olunca çalışanlar da ister istemez aynı gerginlikle cevapverebilmek zorunda kalıyorlar. En çok empatinin önemini önemsiyorum. Karşılıklı anlayış olmazsa iletişim kopuyor. 15 yıllık tecrübemle bunları rahatlıkla söylüyorum. (S6)

Sağlık turizmi bölümündeki görevliler, bana kolayca anlayacağım şekilde talimat verdiler ve hastanede kaldığım süre boyunca bana karşı çok sabırlıydılar. Hastanedeki yoğunluk sebebiyle endişelenmeme gerek kalmaması için beni nazikçe bilgilendirdiler. (T3)

Yabancı hastalar ile iletişim kurmak dil olarak zor olsada konuşma sorununu ortadan kaldırdığı hızda hastane işleyişi olarak bir zorluk yaşadığımı düşünmüyorum çünkü hastanın sorunu ya da sorularına dilini anladıktan sonra birkaç alternatif yada çözüm odaklı fikirler sunarak sorunu çözmeye çalışırız bu kişiden kişiye değişkenlik gösterebilir çünkü karşımızdaki insanında aynı şekilde anlaşılır ve anlayışlı olması ortada iletişim açısından sorun yaşanmazsa çözümlenebileceğini düşünüyorum. (P15)

Kurum İçi Görsel İletişim

Görsel iletişim, görüntüler üzerinden bilgi alışverişini ifade eder ve şekil, biçim, renk gibi temel unsurların birleşerek anlam oluşturduğu bir süreçtir. İletişimin sıklıkla gerçekleştiği özel ya da kamu kuruluşlarında, kullanılan bazı materyaller de görsel iletişim unsuru olarak kabul edilebilir. Bu çalışmada, katılımcıların verdiği yanıtlara göre, ön plana çıkan materyalin yönlendirme levhaları olduğu tespit edilmiştir. Sözsüz iletişim türlerinden biri olarak görsel iletişimin, yabancı hastalarla iletişimin sağlanmasında önemli bir rol oynadığına dikkat çeken katılımcılar, aynı zamanda yönlendirme levhalarının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Hem sayıca yetersiz olduklarını hem de yabancı dilde eksik kaldıklarını belirten katılımcılar, hastane potansiyelini göz önünde bulundurarak yönlendirme levhalarına, Gürcüce ve Arapça gibi yabancı dillerin eklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Ben bu durumdan çok eksik olduğumuzu düşünüyorum. Kesinlikle yabancılara yönelik de yönlendirme levhalarımız olmalı. Yabancı hastalarımızın yön bulmak sadece personelin yardımıyla olmamalı. Levhaların olması daha etkili olur. En azından dil bilmeyen personel bile levhaları işaret ederek takip etmelerini sağlayabilirler. Hem bu sayede az önce bahsettiğimiz işitme engelliler de bu durumdan büyük ölçüde yararlanabilirler. Yani herkese kolaylık sağlar. (P3)

Belirli kısımlarda levhalar mevcut, ama en temel şeyler: acil gibi. Ama bu bir eksiklik ve yine İngilizceye vurgum olacak, İngilizce ve Türkçe olarak levha ve yönlendirmeler olmalı her birim için. En basitinden düşününce bir restoran tabelasında bile İngilizce, Gürcüce ve Arapça eklemelerin son yıllarda yapıldığını ve buna önem verildiğini görüyoruz. Kamusal bir alanda neden olmasın ki? Başta da belirtmiştim: hastanemiz Gürcü ve Suriyelilerin yabancı hasta olarak yoğunlukta olduğu bir hastane. Bu sebeple aslına bakarsanız Gürcüce ve Arapça da eklenmeli de, önce bir İngilizce eklensin tabii ki. Zor bir şey değil (P5).

Alternatif İletişim Çeşitleri

İletişimin sağlanabilmesi için uygun şartların bulunması gerekmektedir. Ancak bazı durumlarda, iletişimi engelleyen faktörlerle karşılaşılabilir. Bu çalışmada ele alınan engellerden ikisi, yabancı dil yetersizliği ve gelen hastalardaki olası işitme engelleridir. Katılımcılar, yabancı dil bilgisi eksikliği nedeniyle zaman zaman her personelin kendi çabalarıyla yabancı hastalarla iletişim kurmaya çalıştığını, ayrıca sözsüz iletişim olarak işaret diliyle anlamaya ve anlaşılmaya yönelik çabaların olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra, katılımcıların tamamı, işitme engelli bir yabancı hasta ile karşılaştıkları durumda, hastanede işaret dili bilen personelden yardım alacaklarını belirtmişlerdir. Ancak, katılımcıların hepsi şu ana kadar işitme engelli yabancı bir hasta ile karşılaşmadıklarını da dile getirmişlerdir.

İşitme engelli yabancı bir hastaya hiç denk gelmedim ama eğer denk gelirsem yazılı bir şekilde ne demek istediklerini anlamaya çalışırdım. Yabancı olduğunu anladığım anda da sağlık turizmi bölümüne kadar kendisine eşlik ederdim. Hastanemizde işaret dili bilen personelimiz var. Öyle bir durumda bu personelden yardım alınır zaten. Bir şekilde anlaşmaya varılır. Çok fazla zorlanılacağını düşünmüyorum bu konuda. Yani, yine önemli olan şey dil bilmek. Yani, bir personelin eksikliğini diğer personel kapatabilir. İşaret dili de bir dil ve bunu bilenler var hastanemizde. (P3)

Maruz kaldığım en aktif iletişim çözüm yöntemi olarak Google translate kullanımını söyleyebilirim. Hastaneye ilk girdiğim andan itibaren kendimi anlatmaya çalıştığım tüm görevliler telefonlarıyla bana yardımcı olmaya çalıştı. Çözüme odaklı olmaları çok memnun edici. Yabancı dil bilmiyorlar ancak kendilerince en kolay yöntem olarak translate ile yardımcı olmaya çalışıyorlar. (T17)

Sorun-Kriz Yönetimi

Başarılı bir iletişim stratejisinin yanı sıra, bir sorunun çözümünün sürekliliği ve sürdürülebilirliği de kritik bir unsurdur. Araştırmadan elde edilen verilere göre, katılımcılar herhangi bir sorun için önceden belirlenmiş bir kriz yönetimi planının bulunmadığını ve sorun ya da kriz anlarında anlık çözümler üretildiğini belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre, yabancı hastalarla ilgili bir krizin önceden tespiti ve bu tespitlere dayalı çözüm arayışlarında proaktif bir yaklaşımın eksik olduğu gözlemlenmektedir.

Hep anlık oluyor. Mesela acile hasta geliyor. Dil bilmiyor. Bizi arıyorlar. Hasta sıkıntısını anlatamıyor. Anlık sıkıntılar hep. Ama problemler daha çok anlaşılamama ve dil üzerine olduğu için tercümanlık hizmetlerini sağlıyoruz. Bunun dışındaki büyük problem diyebileceğim şey, ücret konusu. Sigortası olmayanların büyük operasyonlar sonrası ödemesi gereken ücretler yüksek meblağ olabiliyor tabii ki. Ya da mesela kanser hastası. Bunlar büyük şeyler. Böyle sıkıntılarda direkt yöneticilerimize yönlendiriyoruz. Çünkü böyle konular yetki meselesi ve yetkililerin cevaplaması gereken sorunlar. (S2)

Genellikle Gürcü hastalar geliyor. Gelen hastaya hoşgörülü ve saygılı anlaşılır bir şekilde davranıldığını görüyorum. İletişim yönünde bazen zorlanabiliyorlar kimi beden diliyle kimi telefon aracılığıyla yardımcı oluyorlar personel arkadaşlar ve bazı zamanlarda bizler. Olası bir krizin önüne bu şekilde geçiyoruz. (P29)
Genelde Gürcistan uyruklu hastalar yoğunlukta olur, genelde yanlarında Türkçe bilen tanıdıkları oluyor o sebeple iletişimde sorun yaşanmıyor. Eğer kimse yoksa tabii dil kaynaklı sorun yaşıyor fakat yalnız gelenlere de sağlık turizmi birimindeki arkadaşlar yardımcı oluyorlar. (P34)

İletişimde Geri Besleme (FeedBack)

İletişim sürecinin en temel modeli, gönderici ve alıcı arasındaki bilgi akışını ve gönderilen bilginin alıcıya ulaşip ulaşmadığını kontrol etmeyi içerir. İletişimin tamamlanma aşaması olan geri bildirim veya geri besleme gibi farklı terimlerle ifade edilen bu adımda, yabancı hastaların aldıkları hizmetle ilgili görüşlerini doğrudan ifade etmedikleri ve personelin veya sorumluların iletişim kurma istekliliğinin bu sürecin tamamlanmasında belirleyici olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, katılımcılardan elde edilen verilere göre, yabancı hastaların istek ve şikayetlerini iletebilecekleri yazılı veya elektronik bir iletişim ağının henüz mevcut olmadığı belirtilmiştir.

Mesela hasta bana ikinci kez geldiğinde, doktordan memnun kaldın mı, sormak istediğin şeyler var mı gibi sorular yöneltiyorum. Bana verdikleri cevaba göre memnuniyetlerini veya şikâyetlerini doktorlara da iletiyorum. Eğer hastadan gelen cevaplar daha çok olumsuzsa özellikle birim amirlerimle konuyu paylaşıyorum. Ne yazık ki Türk vatandaşları için var olan birim olan hasta hakları veya elektronik ortamda CİMER gibi platformlar yabancı hastalara çok fazla hizmet veremiyor. Dil problemlerinden dolayı. Genelde hastaların sıkıntıları randevu üzerine. Çünkü kimlikli değil pasaportlu hastalar ve randevu alamıyorlar, bu en çok yaşadıkları sorun. Çok uzaktan geldikleri için aynı gün içinde muayene olamadıkları zamanlarda çok mağdur oluyorlar. Bununla birlikte ikinci problem maddi boyutta oluyor. Tedavilerinde ücret kısmı yüksek meblağ olduğu için sıkıntı oluyor. Bunların yanında yine söylüyorum en çok sorun randevu konusunda yaşıyor, hasta adına doktorla görüşüyorum, bu sebepten ötürü randevu alamadığını diyorum. Bunu yaparken olumlu bir dil ile doktora yaklaşılmaya çalışıyorum ricada bulunarak. Hoca da yardımcı olursa oluyor, olmaz ise durumu önce amirime o yoksa başhekim yardımcılarımız ya da başhekimime taşıyorum. Onlar çözmeye çalışıyor. (S1)

Sağlık turizmi birimi bana oldukça kaliteli bir hizmet verdi. Bana her türlü desteği sağladılar. Tetkiklerimin yapılmasının ardından hastaneden ayrılmak zorunda olduğum için teşhis ve tedavi süreci hakkında bilgilendirmenin e-mail ile gönderilip gönderilemeyeceğini sorduğumda aslında bu uygulamanın olmadığını söylediler. Ancak bana yardımcı olmak amacıyla benim için bunu yaptılar. Onlara çok teşekkür ediyorum. İşimi

kolaylaştırmak için talebimi geri çevirmediler ve test sonucumu mail olarak yolladılar. (T6)

Hizmetin Pazarlanması

Bu çalışmada, bir kamu hastanesine odaklanarak yürütülen faaliyetler doğrultusunda hizmetin, doğrudan reklam veya halkla ilişkiler faaliyetleriyle sınırlı bir şekilde desteklendiği ve hizmeti alan hedef kitlenin, ağızdan ağıza iletişim yoluyla bilgi paylaşımında bulunduğu gözlemlenmiştir. Kurumda, hizmeti ve birimi tanıtan broşürler gibi basılı materyallerin bulunduğu ve kurumsal web sayfasında yabancı hastalar için bilgilendirme içeriklerinin yer aldığı belirtilmiştir. Ancak reklam veya halkla ilişkiler faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmadığı, kurumun kamu kurumu olmasından kaynaklanan sınırlamaların olduğu düşünülmektedir. Sağlık hizmetleri gibi somut olarak sergilenmesi veya doğrudan gösterilmesi güç olan sektörlerde, hizmetlerin değeri çoğunlukla tavsiye ve müşteri memnuniyetine bağlı olarak artmakta ya da azalmaktadır. Bu bağlamda, ağızdan ağıza pazarlama, hizmetlerin algılanan kalitesine, değerine ve genel müşteri tatminine katkı sağladığı söylenebilir. Ayrıca, ağızdan ağıza pazarlama sürecine katkı sağlayan tüketicinin, deneyimlerini başkalarına aktarırken ticari kazanç beklememesi, bu pazarlama yönteminin reklam ve diğer stratejilerden daha güvenilir olduğunu gösteren önemli bir unsurdur (Uzun ve Uydacı, 2010).

Hastanemizde oldukça fazla yabancı hasta potansiyeli var. Yöneticilerimiz de bunun için kılavuzlar hazırlamamızı, hastalara dağıtım yapmamızı istiyorlar. Hastalara yardımcı oluyoruz. Poliklinik giriş işlemlerini elimizden geldiğince yapmaya çalışıyoruz çünkü hastaneden hizmet almadan geridönen hasta bir daha bizi tercih etmez, bu da yaptığımız işin itibarını zedeler. Mesela bir Gürcü hasta geliyor. Ertesi gün on kişiyle geliyor. Kulaktan kulağa yayma durumları var yabancı hastaların. Birbirlerine bizim hizmetimizi anlattıkları için ünümüz yayılıyor. Çünkü sebebi belli, elleri boş dönmüyorlar diyebilirim. Geçen sene 5000 Gürcü hasta geldi. Tek uyruk 5000, düşünün! 2017'de 500 hasta, 2018'de 2500'lere çıktı. 2019 ve 2020'de katlanarak sayı arttı.(S2)

Bundan 3-4 yıl önceye kadar Gürcistan'dan gelen çok sayıda hastaya devlet acile gelen turistlerden turizm amacıyla geldikleri için para almıyordu ve dolayısıyla o yabancı hastaların ücretsiz muayene hakkı eleştiriliyordu. Fakat son yıllarda Arap milletlerinden hastaların gelmeye başlamasıyla birlikte ücretsiz muayene uygulaması kaldırıldı ve artık personelin bakışında değişti. Artık ücretli muayene oluyorlar. Yabancı hastaların en çok sorun yaşadığı ve işlemlerini yavaşlatan durum ise yabancı dil konusundaki yetersizliktir. (P25)

Daha çok Gürcü hastalarla karşılaşıyoruz. Problemlerin tanımı kişiden kişiye değişiyor. Bazen kurallara uyan olurken bazen de biz yabancıyız düşüncesiyle sanki onlara her şey serbest sananlar var. Personelimiz elinden geleni yapmaya çalışıyor. Yani yabancı deyip umursamazlık yapılmıyor. Türkçe bilmediklerinden çoğunlukla zorluk çekiliyor. Gündüzleri yabancı uyruklular için sağlık turizmi biriminde tercüman olsada hafta sonu ve geceleri bazen zor durumda kalıyorlar. (P28)

SONUÇ

Bu çalışmanın amacını oluşturan ve odaklandığı konu, hastane personelinin sağlık iletişimi ve sağlık turizmi algıları bağlamında, yabancı hastalarla iletişimde karşılaşılan engellerin neler olduğuna dair bir inceleme yapmaktır. Bu doğrultuda, araştırmada kavramların tanımlanmasına ve daha önce yapılmış benzer çalışmaların bulgularına yer verilmiştir. Ayrıca, belirlenen unsurların mevcut literatürle uyumlu olup olmadığı incelenmiş ve bilimsel bir ilerleme dikkate alınarak sistematik bir yaklaşım benimsenmiştir. Çalışmanın literatür kısmında, Akyol (2019) tarafından yapılan benzer bir araştırma, özel hastanelerle sınırlı kalırken, bu çalışma kamu hastanelerinde gerçekleştirilmiştir. Bu farklılık, araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. İletişim süreci, hekim-hasta, hemşire-hasta ve çalışan-hasta gibi farklı ilişkilerle çeşitlendirilirken (Shen, Sheer & Li, 2015), bu çalışmada ağırlıklı olarak çalışan-hasta ilişkisi ele alınmıştır. Öte yandan, literatürde yapılan bir başka araştırmada kalıp yargılar, önyargılar, cinsiyet, yaş, din gibi unsurların kültürlerarası iletişimdeki temel sorunlar arasında olduğu ifade edilmiştir (Özdemir, 2011). Bu bulgular, bu çalışmayla paralellik göstermekte ve sağlık turizmi bağlamında yabancı hastalarla iletişimde empati eksikliğinin önemli bir sorun olduğu sonucuna varılmaktadır. Sağlık hizmetlerinde karar vermeye yardımcı olan modellerin çeşitli sınıflandırmalarla açıklandığı belirtilmiştir. Örneğin, doktor-hasta iletişimi paternalistik, bilgilendirici, açıklayıcı ve görüşmeye dayalı olmak üzere dört şekilde tanımlanabilir (Karahisar, 2015). Bu çalışma, sağlık turizmi birimlerinin bu tür iletişim süreçlerinde anahtar rol oynadığını ve sağlık hizmetlerinde dil bariyerlerinin aşılmasında önemli bir yer tuttuğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, üsteleyici ve talepkar hastalar arasında yabancı hastaların da bulunduğu, bu hastalarla iletişimde sağlık turizmi biriminin rolünün kritik olduğu

görülmektedir (Özmen & Ozan, 2018).

Akyol'un (2019) çalışmasında yabancı hastaların tercih sebepleri arasında sağlık personelinin kalitesi ve davranışsal niyetlerinin etkili olduğu belirtilmiştir. Bu bulgulara paralel olarak, bu çalışmada da yabancı hastaların tercihlerini etkileyen faktörler arasında sağlık personelinin kalitesi, yasal düzenlemeler, yaş, eğitim durumu gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Her iki çalışmada da sağlık turizmi stratejilerinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Sağlık iletişimi, profesyonellik gerektiren ve sürekliliği sağlanması gereken bir alandır. Bu bağlamda, sağlık personelinin dil becerilerinin geliştirilmesi büyük önem taşır. Araştırmanın bulguları, sağlık turizmi birimlerinin dil eksikliklerini giderdiğini, ancak tüm personelin bu sürece katkı sağlamadığı durumlarda iş yükünün arttığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, sağlık hizmeti sağlayıcılarının kültürel ve sosyolojik bilince sahip olmaları gerektiği vurgulanmıştır (Kreps, 2015). Türkiye'de sağlık turizminin büyümesi, yumuşak güç bağlamında ele alınabilir ve bu bağlamda sağlık turizminin potansiyelinin artırılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu çalışmanın bulguları, sağlık turizminin en büyük iletişim engelinin dil kaynaklı olduğunu ortaya koymuş ve bunun çözülmesi için önerilerde bulunmuştur. Ayrıca, yabancı hastalarla ilgili eğitimlerin artırılması gerektiği belirtilmiştir. Özel ve kamu hastanelerinde yabancı hastalarla etkili iletişim için eğitimler düzenlenmesi ve bu alanda gerekli iyileştirmelerin yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, sağlık turizmi birimlerinin sürekli eğitimin ve yabancı dil desteğinin önemli olduğu vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, bu çalışma, yabancı hastalarla olan iletişimdeki sorunların çözülmesi için çeşitli öneriler sunmakta ve bu alandaki farkındalığı artırmayı amaçlamaktadır. Bu bulgular, sağlık turizmi ile ilgili gelecekteki çalışmalara ışık tutabilir ve sağlık sektöründeki yabancı hasta ilişkilerinin geliştirilmesi için önemli katkılar sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. ve Edinsel, S.(2014). Türkiye'nin sağlık turizmi açısından son beş yıldaki dünya ülkeleri içindeki konumu ve gelişmeleri. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2, 167-190.
- Akyol, S. (2019). Sağlık iletişiminde yabancı hasta ilişkisi ve kültürlerarası iletişim problemleri: İstanbul ili özel hastanelerinde bir araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslanova, K. (2013). Türkiye'de sağlık turizmi ve sağlık turizmi hukuku. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 3, 129-145.
- Aziz, A. (2012). İletişime giriş (5. Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- BAKA (2013). Sağlık Turizmi Sektör Raporu. Erişim adresi: <https://www.baka.gov.tr/uploads/48947588121518SAGLiK-KATALOG-TURKCE-16MAYIS-3.pdf>
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, 5. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/898942> adresinden 14 Mart 2023 tarihinde erişilmiştir.
- Barca, M., Akdeve, E. ve Balay, İ. (2013). Türkiye sağlık turizm sektörünün analizi ve strateji önerileri. İşletme Araştırmaları Dergisi, 5, 64-92.
- Baysal, D. (2016). Sağlık turizminin Türkiye turizm gelirleri içindeki payı: 2000-2015, ICOMEP, Kasım, İstanbul.
- Bozkanat, E. (2018). Sağlık iletişiminde kamu segmentasyonu. (Doktora Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çiftçioglu, A. ve Ordun, G. (2010). Hastaların hekimlerin kendileri ile kurdukları iletişiminden memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik bir araştırma, Öneri Dergisi, 34, 112-116.
- Dinçer, Ö. ve Serdaroğlu, H. S. (2017). Sağlık turizminde iletişim stratejileri: Danimarka örneği, Atatürk iletişim dergisi, 14, 297-309.
- Donne, L., Jansen, C. ve Hoeks, J. (2017). Uncovering factors influencing: Interpersonal health communication. Global Qualitative Nursing Research, 4-8.
- Erdoğan, E. ve Aklanoğlu, F. (2008). Termal turizm ve Afyon-Gazlıgöl örneği. e-Journal of New World

- Sciences Academy, 3, 83-92.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Gezergün, A., Şahin, B., Tengilimoğlu, D., Demir, C. ve Bayer, E. (2006). Hastaların bakış açısıyla hekim-hasta ilişkisi ve iletişimi; bir eğitim hastanesi örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 129-144.
- Hordoff, D. ve Schonmann, S. (2001). Training physicians in communication skills with adolescents using teenage actors as simulated patients. *Medical Education*, 35, 206-210.
- Hoşgör, D. (2014). İletişim ve sağlık iletişimi. (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hülür, B. (2016). Sağlık iletişimi, medya ve etik; bir sağlık haberinin analizi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 155-178.
- İplikçi, H. (2015). İletişimde temel modeller ve kitle iletişim hedefleri. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 2, 15-25.
- İş, Y. (2019). Hekim-hasta iletişiminin niteliği ve iletişimi etkileyen faktörler. (Tıpta Uzmanlık Tezi) Sağlık Bilimleri Üniversitesi. Okmeydanı Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi Aile Hekimliği Kliniği, İstanbul.
- Karsavuran, S., Kaya, S. ve Akturan, S. (2011). Hasta-hekim iletişiminde güven: Bir genel cerrahi polikliniği örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 14, 185-212.
- Kazan, H. (2016). Bilimsel araştırma teknikleri. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Noree, T., Hanefeld, J. ve Smith, R. (2015). Medicaltourism in Thailand: Across-sectional study. *Bull World Health Organ*, 94, 30–36.
- Özdemir, İ. (2011). Kültürlerarası iletişimin önemi. *Cyprus International University folklor/edebiyat*, 30, 1-66.
- Özer, Ö. ve Sonğur, C. (2013). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 69-81.
- Özsarı, S. H. ve Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açısından Türkiye'nin durumu. *J Kartal TR*, 137, 24.
- Park, H., Reber, B. ve Chon, M. (2015). Tweeting as health communication: Health organizations' use of Twitter for health promotion and public engagement. *Journal of Health Communication*, 195, 1-21.
- Tengilimoğlu, D., Sevin, H. D. ve Ak, B. (2001). Türkiye'de sağlık turizmi ve termal turizmin geliştirilmesi. IV. Ulusal Sağlık ve Hastane Yönetimi Sempozyumu, 27-28.
- Topuz, N. (2012). Türkiye Sağlık (Medikal) Turizmi Stratejisi 2023, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.
- TÜRSAB (2014). Sağlık Turizmi Raporu. Erişim adresi: http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf.
- Williams, R. (1983). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana Press.

RESİMDEN FOTOĞRAFA MİRAS: BOTTICELLI, CARAVAGGIO VE REMBRANDT'IN FOTOĞRAF SANATINA KATKILARI

HERITAGE FROM PAINTING TO PHOTOGRAPHY: CONTRIBUTIONS OF BOTTICELLI, CARAVAGGIO AND REMBRANDT TO THE ART OF PHOTOGRAPHY

Onur SAYIN¹



ORCID: O.S. 0000-0002-2048-9304

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Onur Sayın

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

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

Received/Geliş tarihi: 06.02.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %7

Last revision received/Son revizyon teslimi:
13.03.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.03.2025

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

Citation/Atf: Sayın, O. (2025). Resimden Fotoğrafa Miras: Botticelli, Caravaggio ve Rembrandt'ın Fotoğraf Sanatına Katkıları. Journal of Communication Science Researches, 5 (2), 78-96.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15184057>

Öz

Rönesans Çağı, XIV. yüzyılın sonlarında İtalya'da başlayarak Avrupa'nın entelektüel, sanatsal ve bilimsel anlamda büyük bir dönüşüm geçirmesine öncülük etmiş; insan merkezli bir dünya görüşünü ve doğaya yönelik analitik bir yaklaşımı sanatın temel ilkeleri haline getirmiştir. Bu dönemin en önemli ressamlarından biri olan Sandro Botticelli, klasik estetik anlayışı ve idealize edilmiş formlarıyla, eserlerinde göze çarpan çizgisel kompozisyon, perspektif ve figüratif anlatım teknikleri, Rönesans'ın temel sanatsal değerlerini yansıtırken, aynı zamanda görsel sanatların geleceğine yön veren bir temel oluşturmuştur. Öte yandan, XVII. yüzyıl itibarıyla Rönesans'ın dengeli ve armonik sanat anlayışına bir tepki olarak doğan Barok sanatı, dramatik anlatım dili, yoğun ışık-gölge kullanımı (chiaroscuro), hareketlilik ve duygusal derinlik gibi unsurların ön plana çıktığı yeni bir görselliği beraberinde getirmiştir. Bu dönemin etkili sanatçılarından biri olan Caravaggio, resimlerinde ışığın yönlendirilmiş kullanımı ve dramatik anlatımıyla Barok sanatının temel estetik prensiplerini belirlemiş; onun ardından gelen Rembrandt ise hem ışık-gölge oyunları hem de psikolojik derinliğiyle portre sanatına devrim niteliğinde katkılarda bulunmuştur. Bu makale, Rönesans'ın Botticelli ile temsil edilen klasik sanatsal anlayışı ile Barok dönemin Caravaggio ve Rembrandt gibi yenilikçi sanatçıların teknik ve estetik yaklaşımlarını temel alarak, resim sanatının evrimini ve bu dönüşümün fotoğraf sanatına olan etkilerini incelemektedir. Işık-gölge kullanımı, derinlik, hacim, perspektif ve oran gibi görsel unsurlar açısından karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılarak, resim sanatının fotoğraf sanatı üzerindeki estetik ve teknik mirası ele alınmıştır. Böylece, Rönesans'tan Barok'a uzanan sanatsal dönüşüm sürecinin, fotoğraf sanatının gelişimindeki rolü ortaya konulmakta ve bu sanatların birbirleriyle olan ilişkisi disiplinlerarası bir perspektifle incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rönesans, Barok, Botticelli, Caravaggio, Rembrandt, Fotoğraf

Abstract

The Renaissance, which began in Italy in the late 14th century, initiated a profound intellectual, artistic, and scientific transformation across Europe, establishing a human-centered worldview and an analytical approach to nature as fundamental principles of art. One of the leading artists of this period, Botticelli, reflected the classical aesthetic with idealized forms, linear composition, perspective, and figurative expression, thus laying a foundational framework for the future of visual arts. By the 17th century, Baroque art emerged as a reaction against the balanced and ordered structure of the Renaissance, bringing forward a new visual language that emphasized dramatic expression, intense chiaroscuro (light-shadow), movement, and emotional depth. Caravaggio, with his directed use of light and dramatic storytelling, defined the core aesthetic principles of Baroque, while Rembrandt revolutionized portraiture with his mastery of light-shadow interplay and psychological depth. This paper examines the evolution of painting, from Botticelli's classical approach to the innovative techniques of Caravaggio and Rembrandt, and explores the impact of this transformation on photography. A comparative evaluation of visual elements such as light-shadow use, depth, volume, perspective, and proportion provides an interdisciplinary perspective on the aesthetic and technical legacy of painting in photography, illustrating the role of the artistic shift from the Renaissance to the Baroque period in shaping the development of photographic art.

Keywords: Renaissance, Baroque, Botticelli, Caravaggio, Rembrandt, Photography

GİRİŞ

Yeniden Doğuş anlamına gelen Rönesans (Bağlantı 1), XIV. yüzyıldan XVII. yüzyıla kadar ki dönemde bilim, sanat, edebiyat ve mimari gibi daha birçok alanda Antik Yunan ve Roma klasiklerinin tercüme edilmesiyle insanı merkeze koyarak ve deneysel düşünceye gereken önemi vererek Avrupa medeniyetine kendini yeniden tanımlama ve üretme fırsatı tanımıştır. Modern Avrupa'nın temellerinin atılmasına neden olacak süreci başlatan Rönesans'ın, neticesinde, özellikle Avrupa'nın Orta Çağ'ına hâkim olan skolastik düşünce sisteminin başat aktörü olan kilisenin, her alandaki belirleyiciliği ve taassup nüfuzunu kırmasıyla sonuçlanmıştır. Orta Çağ boyunca Kilise'nin baskıcı uygulamaları, dolaylı bir şekilde resim sanatında bir uyanış sürecinin tetiklenmesine yol açmıştır. Diğer yandan kilisenin, din kılıfına giydirilmiş fakat temelinde Doğu'nun zenginliklerine ulaşma fikriyle ortaya çıkan Haçlı Seferleri (Aksoy, 2004, s. 14-15.), iki farklı dünyanın düşmanca da olsa birbirlerini tanımasına sebep olmuştur. Taraflar kaçınılmaz olarak kültürel etkileşim içinde olmuşlar; Haçlı Orduları, İslam dünyasının bilgi birikiminin Avrupa'ya taşınmasını sağlamıştır. Aynı zamanda Endülüs Emevîleri ile kurdukları benzer ilişkiler, Kurtuba merkezli olmak üzere İslam felsefesi ve biliminin, Batı Avrupa ekseninde yer değiştirmesine olanak tanımıştır. Kâğıdın daha ucuza imal edilir hale gelmesi ve matbaanın icadı sayesinde okuryazarlığın artarak feodalitenin üst sıralarında yer alan ruhban sınıfından halka inmesi; pusulanın icadıyla dış dünyanın zenginliklerinin Avrupa'ya taşınması gibi daha birçok olay ve olgu Rönesans Çağı'na ortam hazırlamıştır.

Coğrafi Keşifler neticesinde zenginleşen Medici ailesi gibi bazı ailelerin sanatı destekleyip sanatçıyı himaye etmesiyle (Parks, 2021, s. 203.) İtalya'da başlayarak tüm Avrupa'yı Orta Çağ'ın karanlığından aydınlanma dönemine taşıyan bir dönem olan Rönesans devrinde, sadece heykel, resim gibi sanatsal alanlarda gelişmeler yaşanmamış olup Orta Çağ'ın tek düzeliğinden, çok yönlü insan tipolojisinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Burckhardt, 1860, s. 73-74). Bu dönemde gerçekleşen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, fotoğraf sanatının temellerini oluşturan optik prensiplerin daha iyi anlaşılmasına ve bilimsel keşiflerin etkisiyle ortaya çıkan fotoğraf makinesinin icadına yol açmıştır. Bu buluş, ressamların doğal ışık kullanımı, perspektif, kompozisyon gibi temel görsel sanat prensiplerini daha iyi anlamalarına katkıda bulunarak fotoğraf sanatının gelişimine öncülük etmiştir. Optik merceklerin yaygınlaşması ve görüntü sabitleme tekniklerinin geliştirilmesi, görsel sanatçıların gördükleri dünyayı daha hassas ve gerçekçi bir şekilde yakalamalarına imkân vermiştir. Dolayısıyla, Rönesans'ın bilimsel mirası, gözlem ile deney temelli araştırmaların gelişimini teşvik etmiş ve matematik, astronomi ve optik alanlarındaki ilerlemeler aracılığıyla bilimsel yöntemin temellerini güçlendirmiştir. Gerçekleştirdiği entelektüel ve teknik dönüşümle Sanayi Devrimi'ne ortam hazırlamış ve fotoğraf sanatının evriminde dönüm noktası olan fotoğraf makinesinin keşfine ilham vermiştir. Ayrıca, sanat ile bilim arasında güçlü bir etkileşimi başlatmıştır. Ressamlar, fotoğraf sanatının gibi tüm görsel sanatların temeli sayılabilecek doğal ışık kullanımından kompozisyon tekniklerine kadar birçok unsuru öğrenerek kendi sanatlarına uyarlamaya başlamışlardır. Bu noktada Rönesans'ın ve dolayısıyla Sanayi Devrimi'nin bilimsel miraslarından olan fotoğraf makinesinin (Antmen, 2008, s. 18), sadece teknik bir ilerleme sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda fotoğraf sanatının gelişimiyle birlikte görsel estetik anlayışın evrimine de önemli katkılarda bulunmuş olduğu bir gerçektir.

Döneminin usta ressamlarından biri olarak Botticelli, klasik estetiği benimseyerek iz bırakan eserlere imza atmıştır. Diğer yandan, Barok Çağı'nda Caravaggio ve Rembrandt gibi sanatçılar, Rönesans'ın klasik normlarına meydan okuyarak yeni bir tepki ve sanat hareketi başlatmışlardır. Adı geçen sanatçılar üzerinden ışık-gölge, derinlik, hacim, perspektif ve oran gibi (Turani, 1979, s. 330.) temel görsel unsurlar bağlamında fotoğraf sanatına etkilerini inceleyerek resimden fotoğrafa geçişteki önemli dönemsel değişimleri ortaya koymak bu makalenin ana hedefidir.

Makalenin kapsamı, Botticelli'nin Rönesans dönemi, Caravaggio ve Rembrandt'ın ise Barok dönemi ressamı olarak temsil ettiği dönemlerdeki sanatsal gelişmeleri ile sınırlandırılmıştır. İncelenen sanatçıların eserlerinden, resmin evrimine etki eden unsurlar ve bunların fotoğraf sanatına nasıl yansıdığı incelenmiş ve sanatçıların, eserleri bağlamında özgün katkıları ele alınmıştır. Daha önce üç sanatçının eserlerini ve sanat anlayışlarını inceleyen çalışmalar bulunsada onların fotoğraf sanatına katkılarına dair müstakil bir çalışma literatürde bulunmamaktadır.

RÖNESANS DÖNEMİ RESİM SANATINDA SANDRO BOTTICELLİ

XIV. yüzyıl ile XVII. yüzyıllar arasında Floransa, Venedik, Roma, Milano gibi İtalya'daki merkezlerde ortaya çıkan Rönesans, her alanda yeniden doğuşun simgesidir. Rönesans dönemiyle birlikte resim sanatında perspektif göz önünde bulundurulmuş ve figürler mekânsal bir zemine oturtularak gerçeğe daha yakın resimler yapılmaya başlanmıştır. Gerçeklik kaygısıyla beraber, resim sanatına, üç boyut algısının katılması, ışık-gölge tekniklerinin dikkate alınması ve portrelerdeki canlılık yine bu dönemin genel özellikleri arasında yer almaktadır. Orta Çağ'ın, dini ve insanüstü varlıklarının konu edinildiği çalışmaların aksine insan merkezli yapıtlar sanatın konusu haline gelmiştir (Mor, 2018, s. 235). Rönesans dönemi kendi içinde genellikle Erken Rönesans (yaklaşık 1400 ve sonrası), Yüksek Rönesans (yaklaşık 1500) ve Geç Rönesans (Maniyerizm, 1520-30 civarı ve sonrası) dönemleri şeklinde tasnif edilmiştir (Bağlantı 2).

Erken Rönesans dönemi, XIV. yüzyılın sonlarından XV. yüzyılın ortalarına kadar olan bir zaman dilimini kapsamaktadır. Orta Çağ'ın karanlık ve birçok bakımdan sıkıntılı atmosferinden çıkarak, Antik Yunan ve Roma klâsik eserlerinin incelenmesi ve tercümeleriyle başlamış olduğu genel olarak kabul edilen olgudur. Kültürel, entelektüel ve sanatsal bir dönüşümün başladığı bu dönemde, tüm Avrupa medeniyetinin atası sayılan Antik Yunan ve onu devralarak daha ileriye taşıyan Roma kültürünün yarattığı klasik devir eserlerinin yeniden keşfedilmesi söz konusudur (Faure, 1979, s. 81-82). Bu sürecin doğal sonucu olarak antik devirlerin normları ve estetik anlayışı idealize edilmiş ve aynı tarzda eserler verilmeye çalışılmıştır. Ressamlar; kiliseler, saraylar ve zengin tüccar aileleri gibi belirli bir patronaj tarafından sipariş üzerine sanatlarını icra etmişlerdir. Genellikle dini temalar işlenerek kilise için yapılan eserler dikkat çekmektedir. Erken Rönesans dönemi, resim sanatının, insan merkezli düşünce ve deneysel yaklaşımlarla önemli bir evrim geçirmeye başladığı bir devirdir (Panofsky, 2012, s. 50). Bu dönemde siparişlerde her bir ayrıntıya kadar ressama müdahale edildiği için resmin, sanat-zanaat ayrımının tam olarak yapılamadığı anlaşılmaktadır. O dönemde sanat, ağırlıklı olarak zihinsel ve soyut kavramlarla ilişkilendirilmiş ve felsefe, mantık ile matematik gibi disiplinlerle bağlantılı bir alan olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, el becerisine dayalı olan resim gibi görsel sanat dalları, entelektüel bir uğraştan ziyade bir zanaat olarak görülmüş ve bu çerçevede sınıflandırılmıştır (Munro, 1956, 288-289). Orta Çağ'da zanaat olarak görülen resim sanatının Rönesans'la sanat statüsü kazanması gibi, Sanayi Devrimi'yle ortaya çıkan fotoğraf sanatı da benzer bir süreçten geçerek günümüzdeki yerini almıştır.

Erken Rönesans sanatçıları, doğayı ve nesneleri dikkatlice gözlemleyerek, gerçekçi resimler oluşturmayı amaçlamışlardır. Bu dönemde Orta Çağ resim anlayışındaki iki boyutlu çizim teknikleri yerini, objelerin derinlik algısını gözeterek üç boyutlu resmetme kaygısına bırakmıştır (Gökova, 2018, s. 98). Resimde perspektif (Hubert, 1994, s.184), uzaklık ve oran tartışılmaya başlanmış ve Orta Çağ resim anlayışına özgü olan kalın konturlar, Erken Rönesans'ta figürlerin gerçekliğine vurgu yapmak adına konumunu korumuştur. Bu gerçekçi tasvirlerdeki doğru perspektif arayışı ve derinlik kaygısı gibi konular açısından realist yaklaşımın nedeni, sanat ve bilim arasındaki bağlantının yine bu dönemde güçlenmesinden dolayıdır. Rönesans'ın etkisi altındaki sanatçıların devrin gelişen bir yaklaşımı olan pozitivist bilim ve prensipleri eserlerine uyguladıkları görülmektedir. İnsan anatomisinin doğruluğu, ışık-gölgeleme prensibi, duygu dünyası ve düşünce süreçleri, resim ve heykel sanatında temel konular haline gelmiştir (Turani, s. 330-331). Floransa ekolü etkisindeki bu dönemde, dini temaları içeren eserlere ağırlık verilmişse de klâsik estetiği benimseyerek, Antik Yunan ve Roma'nın sanatsal mirasını canlandırmış ve Rönesans'ın temellerini atmıştır.

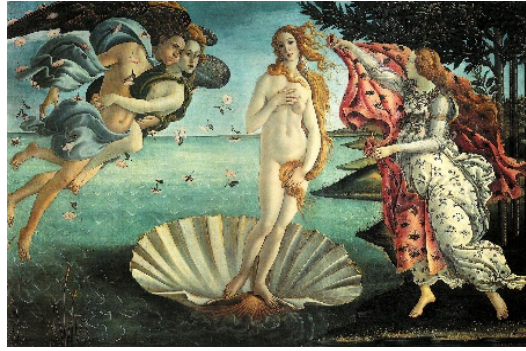
Friedrich Nietzsche tarafından Yüksek Rönesans (1490-1520) olarak adlandırılan (Hubert, s.173) bu yeni dönem, Rönesans sanatının olgunluk dönemi olarak nitelendirilmektedir. Bu evrede, belirli bir sanat anlayışının olduğu Leonardo, Raffaello ve Michelangelo gibi Roma ekolünün meşhur ressamı sayesinde Yüksek Rönesans dönemi, Rönesans Çağı resim sanatının zirvesi olarak kabul edilmektedir (Gombrich, 1992, s. 287). Leonardo Da Vinci ile klasikleşen figürlerin ve konturların yumuşatılarak daha gerçekçi bir resim tekniği kabul edilmiş olduğu görülmektedir. Bu döneme özgü pozitif bilimlerinde etkisiyle, XV. Yüzyılın en meşhur ressamı ve çok yönlü kişiliğiyle bilinen Leonardo da Vinci ile resim sanatı; anatomi, kimya, fizik bilgisi yakınsanarak oldukça önemli bir yere

gelmiştir (Michelet, 1998, s. 79).

Önceki dönemlerde ağırlıklı olarak resim sanatının müşterisi olan kilisenin isteği nedeniyle üretilen dini temalı resimler çoğunlukta iken bu dönemde mitolojik temaların yer aldığı gerçekçi figürler ve doğal detaylarla ön plana çıkan eserlerin üretilmeye başlandığı görülmektedir. Bunun en iyi örneklerinden olan Floransa ekolünden Sandro Botticelli (1445-1510) kilise resimlerinin yanında mitolojik kahramanları da konu edinen eserler meydana getirmiştir (Cartwright, 1904, s. 61). Asıl adı Alessandro di Mariano Filipepi olan Sandro Botticelli'nin (Bağlantı 3) en ünlü tablolarından biri olan “*Primavera*”, bu döneme özgü özellikleri yansıtmaları açısından oldukça önemlidir. Tabloda, mitolojik figür ve çiçeklerle bezeli bir sahne, sanatçının estetik anlayışını ve ayrıntılara verdiği önemi göstermektedir. İnsan figürleri arasındaki denge ve anlam yüklü detaylar, onun resim sanatındaki özgün yaklaşımını belirlemektedir. Aynı zamanda Botticelli'nin “*Venus'ün Doğuşu*” (Bağlantı 4) adlı tablosunda da mitolojik bir konuyu gerçekçi bir biçimde ele alması Yüksek Rönesans'ın öncülerinden biri olduğunu kanıtlar niteliktedir (Öztaşkın, 2011, s. 173).



Şekil 1. Sandro Botticelli, *Primavera*, 1470'lerin sonu, (Bağlantı 3), (World History Encyclopedia, 2024).



Şekil 2. Sandro Botticelli, *Venus'ün Doğuşu*, 1480'ler ortası, (Bağlantı 4) (World History Encyclopedia, 2024)

XVI. yüzyılın ilk çeyreğinden XVII. yüzyıla kadar ki dönem ise Geç Rönesans Çağı olarak isimlendirilmektedir. Bu dönemi, Rönesans kültürünün, Avrupa'nın sınırlarını aşarak geniş kitlelerce kabulü ve yerleşme devri olarak tanımlanmak mümkündür. Bu süreçte sanat, yalnızca İtalya'nın önde gelen merkezlerinde değil, Fransa, İspanya, Hollanda ve Almanya gibi farklı bölgelerde de benimsenerek yerel kültürel unsurlar ile harmanlanmıştır (Öztaşkın, s. 36.). XVI. yüzyıla kadar İtalyan ressamlar sayesinde zirveye ulaşan resim sanatının, Geç Rönesans'ta teknik ustalığın yanında sanatçının bireysel yorumları ve özgün tarzları da önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde genel itibarıyla figürlerin oranları, hareketleri ve ifadeleri abartılarak daha dramatik ve duygusal bir hal almış olduğu görülmektedir. Sanatçılar, figürlerin yüz ifadeleri, jestleri ve duruşlarına yoğunlaşarak, eserlerine derinlik ve duygu katma gayretindedirler. Figürlerin oranları çarpıcı bir şekilde değiştirilirken, perspektif kurallarının da esnek bir biçimde uygulandığı fark edilmektedir (Panofsky, s. 273-274). Bu dönemde ressamlar, sadece estetik bir güzellik arayışının ötesine geçerek muhatabıyla

duygusal bir bağ kurma çabası içerisindeyler. Özellikle dini temalı eserlerde, figürlerin yüzlerindeki melankoli, derin endişe veya coşku gibi duygular belirginleşmiş, böylece izleyicinin sahneye daha güçlü bir bağ kurması sağlanmıştır. Nihayetinde Geç Rönesans'ın içinde veya devamı olarak ele alınan Manierizm akımına evrilen bu süreçte, Rönesans resim sanatı artık bir klasik haline gelen estetik kurallarına karşı birtakım hareketlerin ortaya çıkmasına neden olması kaçınılmazdır. Rönesans dönemi resim sanatının aksine Manierizm akımının en temel özellikleri, figürlerin uzatılmış, orantısız ve abartılı biçimde tasarlanmasıdır. Bu, izleyicide güçlü bir görsel etki yaratmak ve dramatik anlatımı derinleştirmek amacıyla yapılmıştır (Turani, s. 368-369.; Panofsky, s. 274-275.). Haliyle XVI. yüzyılın ilk yarısına gelindiğinde ise Rönesans resminin klasiklerine karşı daha başka hareketlerde başlamış ve Manierizm akımının devamında XVII. yüzyıla hâkim olan Barok dönemi başlamıştır. Barok sanat anlayışı, Manierizm'in duygusal yoğunluğunu ve dramatik anlatımını devralarak, daha güçlü ışık-gölge oyunları, dinamik kompozisyonlar ve izleyiciyi içine çeken sahnelerle kendini göstermiştir.

BAROK DÖNEMİ RESİM SANATINDA CARAVAGGIO VE REMBRANDT

Etimolojik olarak Portekizce *Barocco* kelimesinden olan Barok sözcüğü *düzgün olmayan inci* anlamına gelmektedir. Bu adlandırma, Barok sanatının Rönesans'ın kusursuzluk anlayışına karşı geliştirdiği tepkiyi bir nevi aşağılayarak yansıması açısından dikkate değerdir. Rönesans döneminin idealize edilmiş, ölçülü ve dengeli kompozisyonlarına kıyasla, Barok sanat daha dinamik, dramatik ve abartılı öğeler içermektedir (Davies vd., 2016, s. 661.). 1580-1750 yılları arasında Rönesans'ta kısmen hareketli fakat çoğunlukla durgun olan resim, bu dönemde daha da hareketli ve abartılmış olarak karşımıza çıkmaktadır (Sevil, 2008, s. 67.). Özgün olanın ve göreni şaşırtacak şekilde farklı hatta tuhaf olanın peşindedir. Barok dönemde ışık ve gölge, resim sanatı tarihindeki zirvesini yaşamıştır. Özellikle perspektif anlayışı açısından köklü değişiklikler yaşanmış ve izleyiciyi doğrudan kompozisyonun içine çekerek gözlemci olmaktan çıkarıp eserin bir parçası haline getirme niyetiyle teatral nitelikli sahneler yaratılmıştır. Sanatçılar iki boyutlu figürlerden daha çok, üç boyutu çağrıştıran eserler meydana getirmişler ve Rönesans'ın simetrisine karşı da asimetrik bir düzeni benimsemişlerdir (Turani, s. 389-390.). Rönesans'ın hümanist yani insan odaklı konseptinden dışarı çıkmış ve günlük yaşamdan manzaralar resmin konusu olarak gündeme gelmiştir (Davies vd., s.663). Aynı zamanda başka bir karşı tavır olarak Rönesans'taki tek kişilik portre örnekleri yerine, grup portreleri çizilmeye başlanmış olduğu görülmektedir. Tablodaki figürlerin önemi, ışıklar ve gölgelerle vurgulanmıştır.

Barok dönemin ışık kullanımına getirdiği yeniliklerle döneminin önde gelen ressamlarından olan Michelangelo Merisi da Caravaggio (1571-1610), ışığın farklı kullanımı ile yaratabilecek etkiyi gösteren eserler meydana getirmiştir. Resmin vurgulamak istediği bölgesine ışık tutarak figürlerin arasındaki hiyerarşi ve anlatıyı daha etkili bir şekilde iletebileceğini kanıtlamıştır. O, bu şekildeki ışık kullanımı sayesinde başroldeki figürün veya dikkat çekmek istenilen sahnenin önemini vurgulayan metoduyla, izleyiciye odaklanma ve duygusal bir bağ kurma şansı tanımıştır (Bağlantı 5). Caravaggio'nun ayırt edici özelliklerinden biri de kötü ve çarpıcı konuları resmetme cesaretidir. Daha önce çok örneğine rastlanmayan cinayet, vahşet, çirkinlik gibi sahnelerle ait figürleri resmine konu olarak seçebilmesidir. (Uçar, 2014, s. 3.). Döneminin normlarına meydan okuyan temalarla, dramatik bir etki yaratmanın yanı sıra, izleyiciyi düşündürmeyi ve şaşırtmayı amaç edinmiş olduğu anlaşılmaktadır. Muhtemelen ışığa daha iyi vurgu yapabilmek adına arka planlarında genellikle koyu tonları tercih etmiştir. Bu, ışığın, ışık kaynağının daha belirgin olmasına ve figürlerin ortaya çıkmasına yardımcı olmak adına renk seçiminin önemi anlamış olduğunu göstermektedir (Bell, 1993, s. 123). Böylece ışık-gölge tekniklerinin doğru kullanımıyla ışık kaynağının ne olduğunun ve şiddetinin kolayca anlaşılabilmesini ispat etmiştir. Işık bu şekilde kullanımı, resmin mekanını ve figürlerin ilişkisini anlamının yanı sıra, izleyicinin duygusal deneyimini de derinleştirmiştir (Bell, s. 106-107.). Caravaggio'nun ışık kullanımı, resim sanatına yeni bir boyut kazandırmış ve nihayetinde Barok döneminin temel özelliklerinden biri haline gelmiştir. Onun etkisi, yalnızca kendi çağı ile sınırlı değildir, daha sonraki Rembrandt, Georges de La Tour ve Velázquez gibi sanatçılar tarafından da benimsenerek geliştirilmiştir.



Şekil 3. Michelangelo Merisi Caravaggio, *Aziz Ursula'nın Şehitliği* (*The Martyrdom of Saint Ursula*), 1610, (Bağlantı 6, Metmuseum.com)



Şekil 4. Michelangelo Merisi Caravaggio, *Müzisyenler* (*The Musicians*), 1595, (Bağlantı 7, Metmuseum.com)

Resimde ışık kullanımı açısından bir usta olan Rembrandt Harmenszoon van Rijn (1606-1669), sanattaki ışık ve gölgeyi kontrol etme konusunda Caravaggio'nun izinden gitmiştir (Mollett, 1879, s. 13.). Caravaggio gibi bu dönemin genel kuralları çerçevesinde eserler veren ressam, kendine has *Aydınlatma Tekniği* ile resim sanatında çığır açmıştır. Bu teknik, ışığın yalnızca bir sahneyi aydınlatan unsur olmanın ötesine geçerek, karakterlerin psikolojisini, anlatının yoğunluğunu ve resmin atmosferini belirleyen temel bir unsur haline gelmesini sağlamıştır (Sharp, 1904, s. 177-179). O, ışığı yalnızca fiziksel bir unsur olarak değil, aynı zamanda figürlerin ruh halini ve hikâyedeki dramatik gerilimi yansıtan bir araç olarak kullanmıştır. Rembrandt'ın ışık kullanımındaki ustalığı, gerçekçi bir şekilde ışığın şiddetini bilinçli bir şekilde resmine yansıtmasıyla dikkat çekmektedir. Bu nedenle izleyicinin dikkati belirli bir noktaya yönlendirilmiş ve sahnedeki figürlerin gerçekçiliği artırılmıştır. Onun ışık kaynağının yönü belirgin ve doğaldır, bu da eserin içindeki figürlerin ve sahnenin günlük hayattan esinlenmesiyle birlikte gerçekçi bir şekilde öne çıkmasına olanak tanımıştır (Mollet, s. 15-17). Rembrandt'ın, ışık ve figürlerin üzerindeki renk şemasında elbiseler koyu, aksesuarlar sade olup tonları ve gölgeleri kullanma noktasında oldukça yetenekli olduğu anlaşılmaktadır (Sharp, s. 69). *Gece Devriyesi*, *Celile Denizi'nde Fırtına* gibi eserlerinde ışık, sahnedeki hiyerarşiyi ve ilişkileri belirginleştirmiştir. Özellikle *geçişli ışık* tekniğini kullanarak, ışığın figürler üzerindeki etkisini yumuşak geçişlerle şekillendirmiş ve böylece hacim etkisini güçlendirmiştir (Sharp, s. 113). Işığın etkisiyle yakaladığı açık ve/veya kapalı tonların, sahneye dramatik açıdan hizmet etmesini sağlamıştır. Rembrandt ışığı yalnızca aydınlatma aracı olarak değil, anlatıyı derinleştiren bir unsur olarak kullanmış ve ışık kullanımı bakımından görsel sanatlarda modern anlamıyla ışığı önceden keşfetmesi ve resim sanatına yeni bir perspektif kazandırmasıyla önemli bir miras bırakmıştır.



Şekil 5. Rembrandt Harmenszoon van Rijn, *Gece Devriyesi (The Night Watch)*, 1642, (Bağlantı 8, www.artsandculture.google.com)



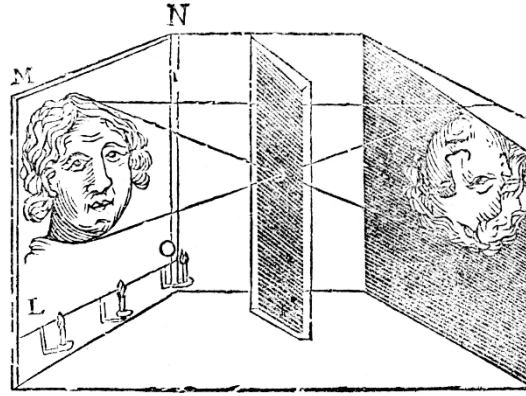
Şekil 6. Rembrandt Harmenszoon van Rijn, *Celile Denizi'nde Fırtına (Rembrandt Christ in the Storm on the Lake of Galilee)*, 1633, (Bağlantı 9, www.artsandculture.google.com)

FOTOĞRAFIN DOĞUŞU VE SANAT OLARAK KABULÜ

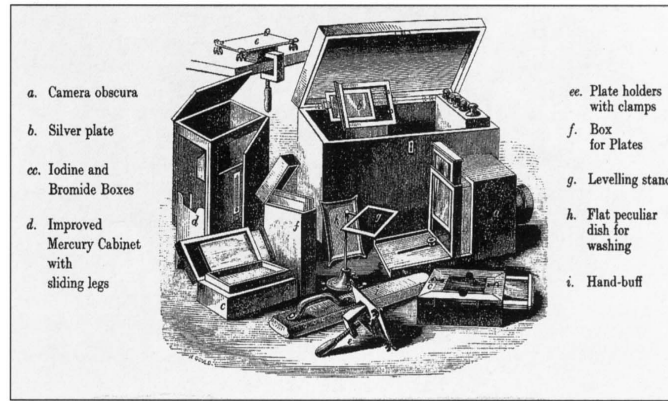
İnsanlık, tarih boyunca duygu ve düşüncelerini ifade etmek için üzerinde etki yapabildiği her türden yüzeyde kalıcı görüntüler oluşturmuştur. Çizerek, kazıyarak ve boyayarak üretilen bu görüntüler, aynı zamanda hayali görüntülerin kalıcı hale getirilme arzusu ile de şekillenmiştir. Gölge ve yansımalar gibi hayali görüntülerin kalıcılığı, insanoğlunun uzun zamandır peşinde olduğu bir hedeftir. Doğadaki ışığa duyarlı maddelerin varlığını keşfeden insanoğlu, ışığın izdüşüm(siluet) gibi iki boyutlu hayali görüntülerinin oluşumuna neden olduğunu gözlemlemiştir. Mevzubahis cismin izdüşümünün belirginliği, ışık kaynağının gücüne; boyutunun, kaynak-konu ve konu-yüzey mesafelerine bağlı olduğu; nesnenin yüzey yapısının, ışık kaynağının büyüklüğünü ve ışığın türünün de görüntünün karakterini etkileyeceğini fotoğraf öncesi çağlarda keşfetmiştir.

Işık, nesne ve yüzeye dair kümülatif bilginin bir sonucu olarak yıllar içerisinde farklı ve gelişmiş versiyonları icat edilen Karanlık Kutu (Camera Obscura), ışık sızdırmayan bir kutu içinde, bir iğne deliğinden giren ışıqla görüntü oluşturan basit bir optik cihazdır (Boubat, 1984, s. 22). İçindeki görüntü, alt-üst ve sağ-sol ters şekilde oluşurken; görüntünün netliği kutunun boyutuna, delik çapına, yüzeyin karanlığına ve nesnenin aydınlanma şiddetine bağlıdır. İlk kez M.Ö. V. yüzyılda Mo Ti tarafından tanımlanan bu cihaz; Aristoteles, İbnü'l Heysem ve Leonardo da Vinci gibi birçok bilim

insanının çalışmasıyla (Gök, 2016, s. 45) deliğin önüne eklenen mercek sayesinde görüntü kalitesi artırmış, bu da ressamların cihazı *resmetme aracı* olarak kullanmasına olanak tanır hale getirmiştir. Zamanla Johann Christoph Sturm'un aynası ve Johann Zahn'ın mercek sistemleri, Karanlık Kutu'nun işlevselliğini daha da artırmıştır (Fiorentini, 2006, s.7.). Karanlık Kutu, çevremizdeki nesnelerin aslına uygun kopyalarını yüzey üzerinde üreterek insan gözü ve algılayışına dair önemli bilgiler edinilmesini sağlamıştır.



Şekil 7. Camera Obscura İlkesi, 1671, (Bağlantı 10, www.britannica.com)



Şekil 8. Camera Obscura Bileşenleri, (Bağlantı 11, <https://www.photohistory-sussex.co.uk.com>)

Işık ile resmetmek amacıyla yapılan deney ve doğa gözlemleri, ışığın bazı maddeler üzerinde renk değişimine yol açtığını ortaya koymuştur. Bu süreç, yüzeyde oluşan görüntülerin kalıcı hale getirilmesine imkan vermiştir. Özellikle gümüş tuzları, ışığın etkisiyle kararan maddeler arasında önemli bir yer tutmuştur. Gümüş nitrati keşfeden ve bu maddenin güneş ışığıyla renk değiştirdiğini gözlemleyen Câbir İbn Hayyan öncülüğündeki çalışmalar sayesinde *pozlama* kavramı ortaya çıkmış ve Johann Heinrich Schulze (Boubat, s. 63.) maddenin kararmasının ışık etkisiyle gerçekleştiğini kanıtlayarak ısının bu süreçte etkili olduğu iddiasını çürütmesiyle sonuçlanmıştır. Zamanla pozlamanın süresinin uzun olması ve bu nedenle hareketli cisimleri fotoğraflamadaki dezavantajı gibi nedenlerden dolayı ışığa duyarlı yüzeyler oluşturmak için farklı gümüş tuzu bileşikleri kullanılmaya başlanmıştır.

Sanayi Devrimi, tarımsal düzenin makineleşmeye dayalı üretim düzenine geçişiyle insanlık tarihinin en büyük dönüşümlerinden birini başlatmıştır. Bu süreç, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimlere yol açarak yaşam kültürünü köklü şekilde değiştirmiştir. Geleneksel resmetme yöntemleri olan çizme, kazıma ve boyama teknikleri; yüzey üzerinde resim yapmak, sanatsal ifade aracı olarak kullanmak ve çoğaltma aracı işlevinde kullanılırken makineli üretimin etkisiyle yerini ışıqla resmetme yöntemi olan fotoğrafa bırakmıştır. Bu geleneksel yöntemler, bir yeniden üretim aracı olarak fotoğrafın keşfi sürecinde yeniden önem kazanmıştır (Benjamin, 2011, s. 16-17.). Fotoğraf, bu tekniklerin kullanım

alanlarını yeni bir boyuta taşımış ve optik teknolojisinin de gelişmesiyle birlikte Sanayi Devrimi'nin getirdiği makineleşme kültürünün bir ürünü olarak (Yacavone, s. 113.), yüzey üzerine resmetme eylemini insan elinin yerine ışık yoluyla gerçekleştirilmesini sağlayan fotoğraf makinesi icat edilmiştir.

Bu bağlamda ışığa duyarlı yüzey üzerinde optik görüntü elde etmeyi başaran ilk kişi, 1826 yılında *Helyografi* tekniğini geliştiren Fransız bilim insanı Joseph Nicéphore Niepce'tir (Sontag, s. 189.). Niepce, karanlık kutu ve sekiz saatlik bir pozlama süresiyle evinin penceresinden görünen manzarayı kaydetmiştir. Bu dönemde Karanlık Kutu, mercek sistemleri ve ışığa duyarlı gümüş tuzları ile Mathew Carey Lea'nin dikromat baskısıyla ürettiği *fotogram* üretimi gibi teknikler zaten bilinmektedir (Gök, s. 55.). Niepce ile ortaklık kuran Louis Jacques Mande Daguerre ise *Daguerrotype* tekniğini geliştirerek fotoğrafçılığın yaygınlaşmasını sağlamıştır (Gök, s. 52.). Dünyanın 'ilk fotoğrafı' Niepce'e ait olsa da fotoğrafçılığın bir sanat ve teknoloji olarak benimsenmesi Daguerre'in buluşuyla mümkün olmuştur. Diğer yandan fotoğrafçılığın temel ilkeleri, Fransızlar Niepce ve Daguerre gibi isimlerin yanı sıra İngiliz William Henry Fox Talbot tarafından şekillendirilmiş olup bahsi geçen üç isimle birlikte fotoğrafın icadı başlamış olduğu genel kabuldür (Yacavone, 2015, s. 15). Niepce ve Daguerre pozitif görüntüler elde ederken, Talbot negatif görüntü üretmeyi başarmıştır (Sontag, 2008, s. 150.). Talbot, 1841'de geliştirdiği Kalotip (Caleotype) yöntemiyle negatif görüntülerden pozitif kopyalar üretme sürecini geliştirerek fotoğrafçılığı kopyalama çağına taşımıştır (Talbot, 2010, s. 56). Ayrıca sabitleme, fotogram ve kontak baskı gibi temel fotoğraf teknolojilerine önemli katkılar yapmıştır. Hemen hemen tüm fotoğraf tarihinin üzerine kurulu olduğu negatif-pozitif ilkesini somutlaştıran Talbot'un Kalotip yöntemi, fotoğrafçılığı çoğul baskı devrine sokmuştur (Boubat, s. 64.). Niepce ve Daguerre'in çalışmaları fotoğrafın keşif öyküsünü oluştururken, Talbot'un çalışmaları fotoğrafın çoğaltılabilir bir hale gelmesini ve yaygın bir teknolojiye dönüşmesini sağlamıştır. Niepce'in (Gök, s. 46.) başaramadığını Talbot başarmış, onun sonsuz sayıda çoğaltılabilen pozitif kopyaları (Kalotip), biricik olan bakır levhaların (Dagerotip) hükümdarlığına son vermiş, günümüz dijital teknolojilerine kadar fotoğrafın temeli olmuştur.



Şekil 9. Joseph Nicéphore Niépce tarafından çekilmiş 'ilk' fotoğraf. "View from the window at Le Gras" (*Le Gras'ın Penceresinden Görünüm*), 1827, (Bağlantı 12, Harry Ransom Humanities Research Center: www.hrc.utexas.edu.com)

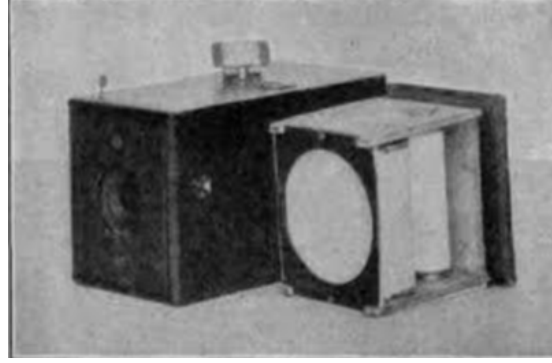


Şekil 10. Daguerreotype Camera, (Önen, 2016, s. 15.)

Daguerre'in 19 Ağustos 1839'da Dagerotip yöntemi halka sunulmuş, bu yöntem portre fotoğrafçılığını hızla yaygınlaştırmıştır (Yacavone, s. 15). Dagerotip, benzersiz keskinliği ve ayrıntılı kopyalama yeteneği sayesinde, keşfinden sonraki devam eden yıllarda fotoğrafçılıkta diğer yöntemlerin önüne geçmiştir. Devam eden süreçte tüm portre stüdyolarına egemen olan bu yöntem, keşfinin ilk zamanlarında gösterdiği başarısını daha sonra devam ettirememiştir. Kalotip ise Dagerotip'e göre kullanım kolaylığı dolayısıyla öncelikle dışı mekânda ve yolculuklarda uygulama alanı bulmuş ve bu yüzden portre fotoğrafçılığında da yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu alanda başka bir isim olan Gaspar Félix Tournachon, bilinen adıyla Nadar (1820-1910), aydınlatma tekniklerine verdiği titizlik ve model odaklı tarzı ile, çağının en önemli şahsiyetlerini içeren yüzlerce portreye yansıtmıştır (Boubat, s. 75). Portre fotoğrafçılığı, insanların kendi görüntülerine olan ilgisini tatmin etmiş ve hızlı bir şekilde hem sanatsal hem de ticari alanlarda yayılmıştır. Londra ve New York gibi büyük şehirlerde fotoğraf stüdyolarının sayısı hızla artmış, milyonlarca portre üretilmiştir. Fotoğrafın belgeleme aracı olarak üstünlüğü, bilimden sanata ve iletişime kadar pek çok alanda etkisini göstermiştir (Gök, 2016, s. 32- 33).

Her ne kadar 1870'lerden itibaren portre fotoğrafçılığı yaygınlaşmışsa da zahmetli süreçleri nedeniyle uzmanlık gerektirmesi, her bütçeye uygun olmayışı gibi sebeplerden dolayı halkın erişimi açısından sınırlı kalmıştır. Buna çare olarak George Eastman¹, fotoğrafçılığı kitleleştirme için kâğıt tabanlı film rulolarını geliştirerek 1889'da Kodak'ı kurmuştur (Boubat, s. 52.). Ardından Brownie marka makinelerin tanıtılmasıyla amatör fotoğrafçılar, filmi kendi değiştirebilir hale gelmiştir. Bu türden makineler sayesinde dönemin fotoğrafçıları ağır ve hantal ekipmanlar taşıma külfetinden kurtularak, daha serbest bir şekilde fotoğraf çekme fırsatı yakalamışlardır (Yacavone, s.113). Eastman'ın geliştirdiği saydam selüloid tabanlı rulo film (Boubat, s. 64.) ile, modern fotoğrafçılığın temellerini oluşturarak, fotoğraf çekme işlemini görüntü kalitesi açısından daha iyi ve yaygın hale getirmiştir. Diğer yandan söz konusu gelişmeler, fotoğrafçılığı, geniş kitlelere hitap eden bir hobiye dönüştürmüş ve portre fotoğrafçılığı da bundan nasibini alarak bireylerin kimliklerini görselleştirmesine, aile albümleri oluşturarak geçmişlerini kaydetmelerine imkân vermiştir. Netice itibarıyla Eastman'ın fotoğraf teknolojilerine katkısı, bireysel ve kolektif belleğin kayıt altına alınmasını kolaylaştırmak olmuştur (Bağlantı 13).

1



Şekil 10. Kodak’ın ürettiği ilk fotoğraf makinesi, (Önen, s. 19.)

XX. yüzyılın başlarında siyah-beyaz fotoğraf teknolojisindeki ilerlemeler, ressamların nesnel gerçekliği yansıtmaya kaygısından özgürleşerek soyut sanata yönelmelerini sağlamıştır. Tartışmalı bir sürecin devamında fotoğrafın sanat dünyasında kabul görmesini sağlayan en önemli isimlerden biri Alfred Stieglitz olup, “*CameraWork*” dergisiyle sanat fotoğrafçılığının gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur (Sontag, s. 111.). Aynı dönemde Edward Steichen, Edward Weston ve Ansel Adams gibi fotoğrafçılar, fotoğrafın estetik olanaklarını geliştirerek yeni teknikler üretmişlerdir (Bağlantı 14). Fotoğrafçılık tarihi açısından oldukça önemli olan *f/64* grubu, saf fotoğraf anlayışını benimseyerek, özellikle Ansel Adams’ın doğal manzaralara odaklanan kusursuz siyah-beyaz fotoğraflarıyla öne çıkmıştır (Bağlantı 15). Aynı yüzyılın ikinci yarısından itibaren fotoğrafçılar üç ana akım etrafında toplanmıştır: fotoğrafın toplumsal değişimi destekleyen belgelendirmenin gücünü öne çıkaran belgeselciler, fotoğrafın biçimsel ve estetik olanaklarını araştıran ve tercih eden sanatçılar ve her iki yaklaşımı dengeleyen orta yol fotoğrafçıları. Devam eden süreçte, II. Dünya Savaşı’nın ardından, politik, ekonomik, sosyolojik ve kültürel değişimlere paralel olarak fotoğraf sanatı da önemli bir dönüşüm sürecine girmiş, renkli fotoğraf ve *polaroid* teknolojisi gibi yenilikler ortaya çıkmıştır (Semiz, 1997, s. 12-14.). Fotoğraf sanatı zirve dönemini yaşamış ve birçok önemli sanatçı farklı alanlarda çığır açmıştır. Josef Koudelka, Bernd ve Hilla Becher, Diane Arbus, Sebastiao Salgado kendi alanlarında öne çıkan örnek isimlerdir.

İlk etapta bir resmetme tekniği olarak kullanılan fotoğraf, çizim becerisi olmaksızın görüntülerin detaylı bir şekilde mekanik olarak kopyalanmasını, çoğaltılmasını sağlayan bir yöntem olarak kullanılmış ve optik ile kimya alanlarındaki uzun çalışmalar sonucu geliştirilmiştir. Teknik açıdan olgunlaşan fotoğraf bir resmetme ve çoğaltma aracı olmaktan çıkmış ve sanatsal bir anlatım olarak tartışılmaya başlanmıştır. Mekanik bir araç olarak fotoğrafın sanat olup olmadığı tartışması sunduğu olağanüstü dönüşüm kapasitesi ve adaptasyon yeteneği sayesinde zamanla son bulmuştur (Benjamin 2015, s. 30). Fotoğraf, sanat koleksiyonlarına dahil edilmiş, sergilerde yerini almış ve fotoğrafçı ile sanatçı arasındaki ayırım zamanla ortadan kalkmıştır. Fotoğrafın özgün dilinin gelişmesi, diğer sanat disiplinlerinden sanatçıların fotomontaj ve kolaj gibi tekniklerle birlikte; belgelenmesi, çoğaltılması, dağıtılması ve hazır-yapıt olarak dönüştürülmesiyle mümkün olmuştur. 1960’lı yıllardan sonra fotoğraf, bağımsız bir sanat formu olarak kabul edilmiş ve günümüzde günlük hayat kadar sanatın da vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

RESİM SANATININ FOTOĞRAF ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: BOTTICELLI, CARAVAGGIO VE REMBRANDT’IN YANSIMALARI

İlk çağlardan itibaren mağara duvarlarına yapılan resimlerle başlayan ve günümüze kadar farklı tekniklerle gelişimini sürdüren resim sanatı, insanlık tarihinin en temel iletişim ve ifade biçimlerinden biri olarak varlığını korumuştur. Fotoğrafın icadı, resme kıyasla görsel sahneyi neredeyse kusursuz bir biçimde kaydetme yetisi ile sanat dünyasında köklü değişimlere neden olmuştur. Özellikle, fotoğrafın nesnel gerçekliği doğrudan yansıtmaya kapasitesi, resmin yüzyıllar boyunca üstlendiği kayıt ve kanıt işlevinin fotoğrafa devredilmesine yol açmıştır (Semiz, s. 13.). Ancak, bu durum fotoğrafın sanat olarak kabul edilmesini geciktiren temel etkenlerden biri olmuş; fotoğraf, başlangıçta bir zanaat dalı olarak değerlendirilmiştir. Resim sanatının Orta Çağ’da bir zanaat olarak görülmesi ve ancak Rönesans

döneminde sanatsal statü kazanması, fotoğraf sanatının Sanayi Devrimi sonrasında yaşadığı dönüşümle benzerlik göstermektedir. Nitekim, fotoğrafın ilk ortaya çıktığı dönemlerde sanat olarak kabul edilmemesi, ressamlar tarafından tepkiyle karşılanmış ve yeni gelişen bu teknik, onların mesleklerini tehdit eden bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Fotoğraf, plastik sanatların benzerlik düşüncesinden kurtulmuş ve gerçekliği yansıtan bir icat olarak öne çıkmıştır. Ressamın yeteneği ne olursa olsun, insan müdahalesi görüntüde bozulmalara neden olurken, mekanik yeniden üretim gerçekliği yansıtmaktadır (Bazin, 2011, 18-19). Bununla birlikte, fotoğrafın sanatsal yönünün ortaya çıkışında resim geçmişine sahip sanatçıların önemli bir rol oynadığı unutulmamalıdır. Özellikle portre ressamları, geçimlerini sürdürebilmek adına portre fotoğrafçılığına yönelmek zorunda kalmıştır. Fotoğraf sanatının ilk örnekleri, genellikle sanatsal eğitim almış ressamlar tarafından üretilmiş ve haliyle başarılı bir fotoğrafın ölçütü, resim disiplinlerine ne kadar uygun olduğu üzerinden değerlendirilmiştir (Benjamin, 2011, s. 16-17). 1860 yılında Nadar, yapay ışıkla fotoğraf çekme yöntemini geliştirmiştir. Bu dönemde portre ressamları, fotoğraf olmadan portre yapmamaya başlamış ve fotoğraflar tuval üzerine basılarak resimle bütünleştirilmeye çalışılmıştır (Semiz, s. 9.).

Fotoğrafın sanatsal bir araç olarak kabul edilmesi, XIX. yüzyılın başlarından itibaren tartışmalı bir süreci beraberinde getirmiştir. Özellikle, Dagerotip'in keskin ve parlak görüntüleri, sanat çevreleri tarafından fazla mekanik bulunmuş (örneğin Dagerotip'i gördüğünde Paul Delaroche: "bugünden itibaren resim öldü" şeklinde bir ifade kullandığı belirtilir) (Bağlantı 16), buna karşılık Talbot ve Bayard'ın geliştirdiği yumuşak tonal geçişlere sahip yöntemler, sanat çevrelerinde daha fazla kabul görmüştür. Kâğıt baskılar, geleneksel sanat teknikleriyle benzer özellikler taşıması nedeniyle fotoğrafın sanatsal bir araç olarak algılanmasında kritik bir rol oynamıştır. 1844 yılında William Henry Fox Talbot'un *Doğanın Kalem*i adlı eserinde fotoğrafı yeni bir sanat aracı olarak tanımlaması, fotoğrafın estetik ve sanatsal olanakları üzerine tartışmaların önünü açmıştır (Talbot, s. 12.). Talbot, geliştirdiği Kalotip yöntemi ile negatif-pozitif ilkesini somutlaştırarak, fotoğrafların ressam müdahalesine gerek kalmadan da özgün sanat eserleri olarak kabul edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu dönemde, özellikle İngiltere'de 1850'lerin ortalarından itibaren bir grup fotoğrafçı, estetik kaygılar doğrultusunda ürettikleri eserlerle fotoğrafın bir sanat formu olarak algılanmasına önemli katkılar sunmuşlardır. Fotoğrafçılar, geleneksel resim sanatının köklü prensiplerinden faydalananarak, fotoğrafın sanatsal yönünü ortaya koymaya çalışmışlardır. Fotoğrafın sanat statüsü kazanma sürecinde Gustave Le Gray, Charles Negre, Roger Fenton, Henri Le Secq ve Charles Marville gibi isimlerin çalışmaları özellikle belirleyici olmuştur (Ramstedt 2013, s. 121.).

Sanat ve zanaatın iç içe olduğu bir dönemde kuyumculukla başlayıp Fra Filippo Lippi'nin çırağı olarak resim atölyesine girmesiyle şekillenen Yüksek Rönesans ressamı Sandro Botticelli(1445-1510), ustası Lippi'nin din konulu eserler ortaya koyması ve Rönesans'ın o devrinde resmin tek ve ana müşterisi olan kilisenin de etkisiyle din temalı resimler yapmıştır (Öztaşkın, s. 122-123.). Dini öğe ve temaların yanında insan ve insanüstü varlıklarında resme konu olabileceğini kanıtlamıştır. Mitolojik karakterleri işlemedeki ısrarı ve başarısı sayesinde Orta Çağ boyunca kilise egemenliğinde ve dini tema etrafında dönüp duran resim sanatının konu tikanıklığını aşmıştır. Bundaki başarısı sayesinde Medici ailesinin himayesine girmiş, resim sanatını ve görsel sanatları özgürleştirmiştir (Öztaşkın, s. 141-142.). Döneminin özelliklerinin de etkisi ve zanaatçılığının da katkısıyla figürlerin elbiselerindeki desen ve detaylara önem vermiş olduğu fark edilmektedir. Ayrıca bunlar arasında belirli bir oran ölçüsünün olması gerektiğinin bilincindedir. Botticelli'nin ışık kullanımı açısından önceki gelenekteki sanatçılardan kopamamış olması hem şaşırtıcıdır hem de erken Rönesans döneminin devamı olması açısından bu özelliği bir devam niteliğindedir. Konu ve desen bakımından getirdiği yeniliklerdeki başarısı, ışık-gölge ve diğer görsel prensipler söz konusu olduğunda ise pek görülememektedir. Genelde parlak renkleri kullanmasına rağmen, ışık varsa renk vardır, kuralını göz ardı etmiş gibidir. Sonuçta renklerde ışığın kırılmasından oluşmaktadır. Henüz bu dönemde ışığa gereken önemin verilmediği anlaşılmaktadır. Haliyle ışığı yeteri kadar göz önünde bulundurmayan Sandro Botticelli, gölge konusunda da resimlerini gölgesiz olarak meydana getirmiştir (Öztaşkın, s. 126).

Barok dönemin en önemli iki temsilcisi olan Michelangelo Merisi da Caravaggio (1571-1610) ve Rembrandt Hermanszoon Van Rijn (1606-1669) eserlerinde ise bariz olarak Rönesans'ın ve özellikle Botticelli'nin sanatın merkezine insanı koyma fikrinden bağımsız olarak ve geçiş dönemi olarak

sayılabilecek mitolojik unsurların kullanımına epeyce rastlanmaktadır. Önceki döneme tepki olarak ortaya çıkan Barok dönemin bu iki ustasında ışık ve gölge kullanımı daha evvel hiç olmadığı kadar gelişmiş bir teknik olarak sergilenmiştir (Sevil, s. 78). Bu dönemin ilk önemli sanatçısı olan Caravaggio, ışık ve gölge kullanımıyla resimde dehşet anlarını son derece başarılı olarak yansıtmıştır. Çarpıcı sahneleri konu edinerek vahşet duygusunun, figürün yüzündeki vurgusunu arttırmak için ışık-gölgeden yararlanmıştır. Caravaggio'nun eserleri döneminde ve sonrasında da görsel sanatlara, mesela fotoğrafa, bu teknik açılardan esaslı bir temel oluşturmuştur. Onun resim sahnelerindeki ışık kullanımıyla ortaya çıkan dramatik yapının gücü fark edilmiş ve günümüze kadar birçok eserde kullanılmıştır. Aslında bu vahşet anlarını resmine konu edinmesi kendi dünyası ile doğrudan ilişkilidir. Çevresi tarafından da kavgacı ve şiddet düşkünü tanınan Caravaggio, hissettiği bu türden duygular sayesinde karanlığı bile bir ışık unsuru olarak kullanabilmiştir. Gerçekliği yakalamak ve resim sanatında pek tercih edilmeyen kötü duygular ve sahneleriyle ve aynı zamanda doğadan aldığı ilhamla eser vermesinden dolayı Caravaggio'yu natüralist olarak nitelendirenlerde mevcuttur. Kompozisyonlarında kullandığı modeller dahi alt tabaka denilebilecek insanlardan oluşmaktadır. Karakterinden de kaynaklanan şiddet eğilimi ve geçimsizliği sayesinde birçok sanat eğilimi denemiştir. Fakat hepsinde çok bariz olarak ışık ve gölgeye atfettiği önem fark edilirken; model, tema ve ışık-gölge bakımından önceki ressamın dışına çıkmıştır (Deleuze, 2006, s. 51-52.). Aslında yarattığı bu yeni gerçeklik sayesinde Barok dönemin en temel kurallarını belirlemiştir. Anlatımında ışığın önemini anlamış olması eserlerindeki en büyük başarısıdır. Fakat yaşamını yitirmesinin hemen ardından onun anti-klasik ve bilgisiz birisi olduğu yönündeki eleştirilerin bulunması da ışık-gölge bilgisi göz önünde bulundurularak ayrıca değerlendirilmelidir.

Caravaggio'nun açtığı yoldan ilerleyerek resim sanatında, ışık ve gölge bilgisine zirve noktayı yaşatan isim ise Rembrandt olmuştur. Caravaggio'nun aksine arkadaşları ve dönemin ustaları tarafından çalışmaları ve ışık kullanımı takdire şayan bulunmuştur. Portrenin yanı sıra manzaraları resmine konu etmesi ve artık ışık-gölge kullanımındaki bariz ustalığı yine bu döneme rastlanmaktadır. Rönesans'ın kalıntısı olarak dini resimler yapmayı da bir yana bırakamayan Rembrandt, Hollanda'nın resim sanatına çıplak figürleri sokabilmiştir (Çelebi, 2021, s. 51.). Figürleri veya modelleri, yine tipik bir Barok örneği olarak alt tabakadan ve dışlanmış kişilerden seçmiştir. Modellerinin dış güzelliğiyle bir dramatik yapı kurmak yerine içsel görünüşlerini resmetmeyi tercih etmiştir. Bu yüzden konturları önceki ressamlar kadar sert ve kalın değildir. Aynı zamanda bu özelliği daha gerçekçi bir anlayışla yapıldığını da belirtmek gerekir. Onu diğer sanatçılardan ayıran en ayırt edici özelliği ışık ve gölgelemedeki ustalığıdır. Görsel sanatların, özellikle fotoğraf sanatına en büyük katkısı olarak ifade edilebilecek tekil ışıklandırması ve ışığın kaynağı hakkında daha tutarlı çalışmalarıyla farkını ortaya koymuştur (Sevil, ss. 81-82.). Resimlerinde tek bir kaynaktan ortaya çıkan ışık, alelade bir şekilde sahneyi aydınlatmaz. Aydınlatacağı alan sahnede vurgulamak istediği bir anlama öncelik taşıyarak görevini icra eder. Buradaki yarattığı etkiyle gerçekle yarışacak ölçüde derinlik etkisini ve üç boyutlu bir şekilde figürlerin hacimsel yapılarını resmetmeyi başarmıştır. Rembrandt'ın ayırt edici başka bir özelliği de konturların son derece gerçekçi olacak kadar inceliğidir. Onun eskizlerinden de anlaşıldığı üzere çizmeden fırçayla boyamaya başladığı yönünden çıkarımlarda mevcuttur. Bu tekniğiyle modellerin hatları fotoğrafa yakın çizgidedir. Ayrıca görsel sanatlardaki ışık kullanımıyla sahnenin zamanının, gece olduğunu yansıtabilen ilk grup portresini yapan sanatçıdır. Aydınlık-karanlık dengesi, renk ve ışık-gölgeleme tekniklerinin zirvesini yaşayan Rembrandt'ın, 1642'de yaptığı *Gece Devriyesi* adlı eseri neredeyse fotoğraftan farksızdır (Çelebi, s. 93-94.). Fotoğrafta ve diğer görsel sanatlarda ışık ve gölgeyle alan derinliğinin yaratılabileceğini ortaya çıkarmıştır. Işık ve gölge tekniğinden, açık-koyu zıtlığına kadar birçok ışık bilgisinin önemini fotoğrafa ve diğer görsel sanatlara kazandırmıştır.

Rönesans'tan Barok döneme kadar uzanan süreçte resim sanatında meydana gelen dönüşümler, görsel sanatların temel taşlarını oluşturmuştur. Rönesans döneminde geliştirilen perspektif, nesnelerin üç boyutlu olarak resmedilmesini sağlayarak mekânsal derinlik algısını güçlendirmiştir (Bazin, s. 16.). Bu yenilik, fotoğrafçılıkta da önemli bir temel oluşturarak nesnelerin mekânsal bir bütünlük içinde betimlenmesine olanak tanımıştır. Sandro Botticelli'nin mitolojik figürlere odaklanan insan merkezli yaklaşımı, resim sanatını dini temaların tekdüzeliğinden çıkararak tematik çeşitliliğin öncüsü olurken ışık ve gölge kullanımında sınırlı kalan teknikleri, Barok dönemin önde gelen sanatçıları tarafından daha da ileri taşınmıştır. Caravaggio'nun ışık ve gölgeyi sert bir tarzda dramatik bir anlatım aracı

olarak kullanması, resim sanatına yeni bir dinamizm kazandırmış ve sahnelerinde gerçekçiliği yakalama çabasıyla bu döneme damgasını vurmasına neden olmuştur (Özsöğün, 2022, s. 4.). Caravaggio'nun başlattığı bu dönüşüm, Rembrandt'ın ışık ve gölge tekniğinde mükemmeliyete ulaşmasıyla beraber daha da derinleşmiştir. Rembrandt, geliştirdiği tekniklerle yalnızca resim sanatı için değil, fotoğrafçılık ve sinema gibi modern görsel sanatlar için de kalıcı etkiler yaratmıştır. Resim sanatında kullanılan ışık-gölge teknikleri, fotoğraf sanatında figür ve nesnelere gerçekçilik kazandırarak derinlik ve hacim hissi yaratmıştır. İnsan figürleri ve portrelerde ressamın detaylı işçiliğiyle yakaladıkları duygusal ifadeler ve karakteristik özellikler, fotoğrafın icadıyla birlikte resim sanatının özgürleşmesine ve yaratıcı sınırlarının genişlemesine zemin hazırlamıştır. Zira, fotoğrafın gelişimiyle birlikte ressamlar, doğrudan dış dünyayı olduğu gibi tasvir etme zorunluluğundan kurtulmuş ve bu işlevi fotoğraf sanatına devretmişlerdir (Bazin, s.16). Ayrıca, renk teorisi ve renk kullanımı, fotoğrafçılıkta duygusal derinlik yaratmada önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Temel sanat prensipleri, sanatın evrensel dilini belirleyerek, görsel sanatların estetik kalitesini şekillendiren unsurlar arasında yer almıştır. Anlatısal yaklaşım açısından değerlendirildiğinde, resim sanatının hikâye anlatma ve duygusal iletişim kurma yeteneği, fotoğraf sanatında da etkili bir şekilde benimsenmiş ve uygulanmıştır. Özellikle Barok dönemde ortaya çıkan dramatik ışık-gölge kullanımı ve duygusal yoğunluk, görsel sanatların hikâye anlatımı gücünü artırmıştır. Bu bağlamda Botticelli, Caravaggio ve Rembrandt, görsel sanatların tematik, teknik ve anlatımsal yönlerini zenginleştiren, birbirine bağlı bir evrimin temel taşlarını temsil etmektedir. Nihayetinde Rönesans ve Barok dönemlerinde resim sanatında geliştirilen perspektif, ışık-gölge teknikleri, kompozisyon anlayışı ve renk kullanımı gibi unsurlar, modern görsel sanatlar için bir rehber işlevi görmüştür (Işık, 2023, s. 9363.). Resim sanatındaki yenilikler, yalnızca kendi dönemiyle sınırlı kalmamış, fotoğrafçılıkta da sanatsal ve teknik bir temel oluşturarak, görsel sanatların evrimini kalıcı bir şekilde etkilemiştir.

Kelime anlamı itibarıyla, "ışık ile yazmak" ya da "ışığı kaydetmek" anlamına gelen fotoğrafın, ışık ile kurduğu doğrudan ilişkinin temelleri daha öncesinde resim sanatında keşfedilmiş olup ışığın sanatsal kompozisyondaki rolü, görsel sanatların tamamında olduğu gibi fotoğraf için de büyük bir belirleyici unsur olmuştur. Yukarıdaki bölümlerde incelendiği üzere Rönesans ve Barok dönemlerinde üç sanatçının öncülüğünde sanatta, özellikle resimde, ışık-gölgenin ilişkisinin farkına varılarak kullanılmaya başlanması ve aynı zamanda üç boyutlu düşünce, alan derinliği, perspektif, oran ve konturların ölçüsü gibi aslında görsel sanatların tamamında dikkate alınması gereken öğelerin resim sanatından, fotoğraf sanatına miras olarak görmek gerekir. Rönesans'taki portreden, Barok'taki grup portresine ya da donuk sahneler resmetmekten, hareketli bir anı resmetmeye kadar mevzubahis özellikler aslında resmin, fotoğraf sanatıyla benzeştiği en temel noktalar (Gök, 2016, s. 32). Rönesans ve Barok sanat dönemlerinde ışık ve gölge kullanımı, derinlik, atmosfer ve dramatik etki yaratmada önemli bir rol oynamıştır bu yöntemlerden, Cangiante, renklerin cesurca değiştirilmesiyle resme dinamizm katarken, Chiaroscuro, ışık ve gölgenin güçlü kontrastlarla kullanılmasıyla figürleri sahneye adeta kazımıştır. Sfumato, keskin hatları yumuşatarak sahneleri sis perdesinin ardında bırakan bir gerçekçilik sunarken, Unione ise tüm bu tekniklerin arasında bir denge unsuru olarak, renklerin ve ışığın uyumlu bir şekilde birleşmesini sağlamıştır (Bağlantı 17). Bu teknikler, sadece dönemin sanat anlayışını şekillendirmekle kalmamış, aynı zamanda bugün bile sanatçılara ve sanat üzerine düşünenlere ilham vermeye devam etmiştir.

SONUÇ

Makaleye konu edilen söz konusu üç ressamı: Botticelli, Caravaggio, Rembrandt; görsel sanatlardan fotoğrafa olan katkıları açısından değerlendirildiğinde en bariz nitelik olarak ışık ve gölge tekniğinde öne çıktıkları fark edilmektedir. Bu üç sanatçının eserlerindeki ışık ve gölge teknikleri hem resmin anlatım gücünü arttırmış hem de fotoğrafçılığın temellerini atacak estetik anlayışının şekillenmesine öncülük etmiştir. Botticelli'nin parlak ve soğuk renkler kullanarak resme vermeye çalıştığı canlılıkla birleştirdiği dağınık ve resmin her yerine eşit ulaşan ışık yöntemini, Caravaggio bir adım daha öteye taşıyarak ışığın belirli bir kaynaktan gelmesini ve vahşet, korku, şiddet gibi temaları işleyebilmek için ışığın gücünden faydalanmasıyla sağlamıştır. O, figürün veya modelin vurgulamak istediği noktasını ışıkla aydınlatarak dramatik bir yapı kurmanın başarılı örneklerini vermiştir. Caravaggio'nun ardından ışık ve gölgenin gücü keşfedilmiştir. Bu noktada ise aynı akımın temsilcisi olan ve ışığın yanında gölgeyi de çok detaylı olarak kullanabilen Rembrandt sahnede görülmüştür. Rembrandt'ın

ışıklandırmasının kaynağı belli olduğu gibi yönlüdür de bu yüzden gölgelendirmelerini ayrıntılı olarak işlemiştir. Aydınlık-karanlık öğelerinden zıtlık yaratarak sahnede görünenden daha derin anlam yaratılabileceğini, bir resmin ve dolayısıyla bu bağlamda fotoğrafın anlatım gücünü göstermiştir. Rembrandt'ın eserlerinden sonra resim veya fotoğrafın ikinci katmanlı bir anlamla yorumlanması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Botticelli, Caravaggio ve Rembrandt'ın ışık ve gölgeye dair geliştirdikleri teknikler, fotoğraf sanatının doğuşuyla birlikte görsel sanatlar alanında büyük bir evrim süreci başlatmıştır. İlk olarak belgeleme aracı olarak ortaya çıkan fotoğraf, kısa sürede bir sanat formu olarak kabul görmüş ve görsel anlatımda derinlik yaratabilmek için resim sanatından aldığı ilhamla tekniksel açıdan önemli bir gelişim göstermiştir. Işık ve gölge kullanımındaki yenilikçi yaklaşımlar, ışığın belirli bir kaynaktan yönlendirilmesi ve gölgelerin dikkatlice işlenmesi gibi teknik ilerlemeleri içerir. Bu teknikler, Camera Obscura'nın fotoğraf sanatına sağladığı katkılarla şekillenmiş ve resimdeki ışık-gölge oyunlarının fotoğrafçılıkla birleşerek daha derin anlamlar ve estetik değerler ortaya çıkarmasına olanak tanımıştır. Camera Obscura, hem resim hem de fotoğraf sanatında ışık, gölge, perspektif ve kompozisyon konularında derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine olanak tanımış; resmin gerçekçi temsili ve fotoğrafın estetik değerini şekillendirerek her iki disiplinin de görsel anlatım gücünü zenginleştirmiştir. Özellikle bu üç ressamın eserlerinde yoğun şekilde kullanılan ışık-gölge oyunları, fotoğraf sanatçıların kompozisyonlarında da önemli bir rol oynamıştır. Fotoğrafçılar, Caravaggio'nun dramatik ışık vurguları ve Rembrandt'ın ayrıntılı gölgelendirmeleri gibi tekniklerden ilham alarak, sahnelerinde güçlü bir anlatım oluşturmayı başarmışlardır.

Fotoğraf sanatçıların, ışık kaynağını bilinçli bir şekilde yerleştirerek, gölgeleri detaylı bir biçimde işleyerek, fotoğrafın ötesine geçerek bir duygu ve anlam yaratmaları mümkündür. Işığın ve gölgenin etkili kullanımı, sadece görüntüdeki derinliği artırmakla kalmayıp, aynı zamanda izleyiciye görsel bir hikâye de sunar. Bu tekniklerin fotoğrafa adapte edilmesiyle, fotoğraf, bir *duruş* ya da *görüntü* olmanın ötesine geçip, tıpkı resim gibi bir sanat biçimine dönüşmüştür. Fotoğrafçılar, sadece teknik açıdan değil, duygusal ve estetik olarak da resmin mirasından beslenerek, fotoğrafın özgün bir sanat dili oluşturmaya katkı sağlamışlardır. Resim ve fotoğraf arasındaki etkileşim, görsel sanatların evriminde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Resimdeki ışık ve gölge kullanımı, fotoğrafçılıkla birleşerek her iki disiplinin estetik değerlerini zenginleştirmiştir. Fotoğraf, başlangıçta sadece bir belgeleme aracı olarak kabul edilirken, resmin teknik mirası sayesinde, kendine özgü bir dil geliştirmiştir. Resmin tarihsel perspektifinden beslenen fotoğraf, yeni bir anlatım biçimi kazanmış ve resimle birlikte insanlık tarihine dair daha derin anlamlar taşıyan bir ifade aracı olmuştur. Bu evrimsel süreç, sanat dünyasında her iki disiplini de hem teknik hem de anlam açısından daha zengin ve katmanlı bir anlatım diline kavuşturmuştur.

KAYNAKÇA

- Aksoy, N. (2004). *Rönesans İngiltere'sinde Türkler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Antmen, A. (2008). *Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bazin, A. (2011). *Sinema Nedir* (çev. İbrahim Şener). İstanbul: Doruk Yayınları.
- Bell, J. C. (1993). Some Seventeenth-Century Appraisals of Caravaggio's Coloring. *Artibus et Historiae*, 14(27), 103-129.
- Benjamin, W. (2011). *Fotoğrafın Kısa Tarihi: Teknik Araçlarla Yeniden-Üretim (Çoğaltma) Çağında Sanat Eseri*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Benjamin, W. (2015). *Teknik Olarak Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat Yapıtı* (Çev. Gökhan Sarı). İstanbul: Zeplin Yayınları.
- Boubat, E. (1984). *Fotoğraf Sanatı*. İstanbul: İnkilap ve Aka Basımevi.
- Burckhardt, J. (2019). *The Civilisation of the Period of the Renaissance in Italy*. Vienna: The Phaidon Press.
- Cartwright, J. (1904). *The Life and Art of Sandro Botticelli*. London: Duckworth And Co.
- Davies, P. J., Denny, W. B., Hofrichter, F. F., Jacobs, J., Roberts, A. M., & Simon, D. L. (2016). *Janson's History of Art: The Western tradition*. Pearson.
- Deleuze, G. (2006). *Kıvrım Leibniz ve Barok* (çev. Hakan Yücefer). Ankara: Bağlam Yayıncılık.

- Faure, E. (1979). *Rönesans Sanatı*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Fiorentini, E. (2006). "Camera Obscura vs. Camera Lucida—Distinguishing Early Nineteenth Century Modes of Seeing". <https://www.mpiwg-berlin.mpg.de/sites/default/files/Preprints/P307.pdf>, Max Planck Institute for the History of Science.
- Gombrich, E. H., (1992). *Sanatın Öyküsü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gök, C. (2016). Resim ve Fotoğraf Sanatında Portre Geleneğinden Selfie'ye. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 2(1).
- Gök, K. (2016). "Fotoğrafın Bulunuşu ve Sonrasında Oluşan Teknik Gelişmeler". *Yıldız Journal of Art and Design*, 3(1), 43-66.
- Gökova, Hamdi. (2018). "Ön-Rönesans Dönemi Resim Sanatının Özellikleri ve Temsile Dönük Çağdaş Resim Sanatı Üzerindeki Etkileri." *Yedi* (20), 97-109.
- Hubert, D. (1994). *The Origin of Perspective*. Paris: Massachusetts Institute of Technology.
- Işık, M. (2023). Fotoğrafın İcadından Beri Resim Sanatı ile Etkileşimi. *SSSJ Journal (Social Sciences Studies Journal)*, 9(117).
- Mollett, J. W. (1879). *Rembrandt*. London: S. Low, Marston, Searle, & Rivington.
- Mor, S. (2018). "Perspektif: Bilim ve Güzel Sanatların Kesişiminde Bir Biçim Tartışması." *Academic Journal of Philosophy/Felsefi Düşün* (10), 235.
- Munro, T. (1956). *Art Education: Its Philosophy and Psychology*. New York: The Bobbs-Merrill Company, Inc.
- Önen, F. (2016). Osmanlı Devleti'nde Fotoğrafçılığın Gelişimi ve Fotoğrafın Tarihsel Kaynak Değeri, *Yüksek Lisans Tezi*, Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Özsözgün, İ. (2022). 1850'den Günümüze Amerikan Resim Sanatında Fotoğraf Kullanımı, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Öztaşkın, P. (2011). İtalya'da Rönesans Resim Sanatı (Botticelli), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kayseri 2011, s. 24.
- Panofsky, E. (2012). *İkonoloji Araştırmaları: Rönesans Sanatında İnsancıl Temalar* (çev. Orhan Düz). İstanbul: Pinhan Yayınları.
- Parks, T. (2021). *Medici Ailesi: Rönesans Çağı'nda Bankacılık, Siyaset ve Sanat*. İstanbul: Kronik Kitap.
- Ramstedt, N. (2013). "Gustave Le Gray'in Deniz Manzaraları Albümü". *Fotoğraf Tarihi*, 4 (2), 121–137. <https://doi.org/10.1080/03087298.1980.10441161>
- Sharp, E. A. (1904). *Rembrandt*. London: Methuen & Co.
- Semiz, G. (1997). *Resim Sanatında Fotoğrafın Yeri*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi.
- Sevil, T. (2008). Rönesans ve Barok Resim Sanatında İnsan Anatomisinin Üsluplara Göre Yorumlanması, *Yüksek Lisans Tezi*, İzmir 2008, s. 67.
- Sontag, S. (2008). *Fotoğraf Üzerine*. (Çev. Osman Akınhay). İstanbul: Agora.
- Talbot, W. H. F. (2016). *The Pencil of Nature*. <http://www.gutenberg.org>.
- Turani, A. (1979). *Dünya Sanat Tarihi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Uçar, M. (2014). Caravaggio'nun Eserlerinde Vahşetin Görselliği, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Işık Üniversitesi, 2014, s.3.
- Yacavone, K. (2015). *Benjamin, Barthes ve Fotoğrafın Tekilliği*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Bağlantı 1: Online Etymology Dictionary. https://www.etymonline.com/word/renascence#etymonline_v_10420 . www.etymonline.com, (Erişim Tarihi: 24.06.2021)
- Bağlantı 2: Cartwright, M. (2020, Kasım 23). [Rönesans Dönemi Mimarisi \[Renaissance Architecture\]](https://www.worldhistory.org/trans/tr/1-19059/ronesans-donemi-mimarisi/). (B. Yıldız, Çevirmen). *World History Encyclopedia*. <https://www.worldhistory.org/trans/tr/1-19059/ronesans-donemi-mimarisi/>, (Erişim Tarihi: 31.01.2025)
- Bağlantı 3: Botticelli, S. (2020, Ağustos 28). [Primavera by Botticelli](https://www.worldhistory.org/image/12631/primavera-by-botticelli/). *World History Encyclopedia*. Retrieved from <https://www.worldhistory.org/image/12631/primavera-by-botticelli/>, (Erişim Tarihi: 31.01.2025)
- Bağlantı 4: Botticelli, S. (2012, Haziran 24). [The Birth of Venus by Botticelli](https://www.worldhistory.org/image/711/the-birth-of-venus-by-botticelli/). *World History Encyclopedia*. Retrieved from <https://www.worldhistory.org/image/711/the-birth-of-venus-by-botticelli/>

- [botticelli/](#), (Erişim Tarihi: 31.01.2025)
- Bağlantı 5: <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/barok>, www.etimolojiturkce.com, (Erişim Tarihi: 24.06.2021)
- Bağlantı 6: Michelangelo Merisi da Caravaggio. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/746567>. <https://www.metmuseum.org/>, (Erişim Tarihi: 31.01.2025)
- Bağlantı 7: Michelangelo Merisi da Caravaggio. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/435844>. <https://www.metmuseum.org/>, (Erişim Tarihi: 01.02.2025)
- Bağlantı 8: Rembrandt Harmenszoon van Rijn. <https://artsandculture.google.com/asset/the-night-watch-rijn-rembrandt-van-eQEojRwTdypUKA?hl=en>. artsandculture.google.com, Rijksmuseum, Amsterdam (Erişim Tarihi: 01.02.2025)
- Bağlantı 9: Rembrandt Harmenszoon van Rijn, <https://artsandculture.google.com/asset/christ-in-the-storm-on-the-sea-of-galilee-rembrandt-van-rijn/HAFJC4JVXYbUBg?hl=en>. artsandculture.google.com, Isabella Stewart Gardner Museum, Boston (Erişim Tarihi: 01.02.2025)
- Bağlantı 10: Britannica, T. Encyclopaedia Editörleri (2025, 3 Ocak). Camera Obscura. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/technology/camera-obscura-photography>, (Erişim Tarihi: 03.02.2025)
- Bağlantı 11: Sussex PhotoHistory, The Daguerreotype Process, <https://www.photohistory-sussex.co.uk.com>, <https://www.photohistory-sussex.co.uk/dagprocess.htm>, (Erişim Tarihi: 03.02.2025)
- Bağlantı 12: The Niépce Heliograph, Harry Ransom Center, www.hrc.utexas.edu.com, <https://www.hrc.utexas.edu/niepce-heliograph/>, (Erişim Tarihi: 03.02.2025)
- Bağlantı 13: George Eastman, <https://www.kodak.com/en/company/page/george-eastman-history/>, www.kodak.com, (Erişim Tarihi: 03.02.2025)
- Bağlantı 14: Szarkowski, J. (2025, 1 Ocak). Edward Weston. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/biography/Edward-Weston-American-photographer>, (Erişim Tarihi: 02.02.2025)
- Bağlantı 15: Britannica, T. Encyclopaedia Ed. (2018, 30 Mayıs). Grup f.64. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/Group-f64>, (Erişim Tarihi: 02.02.2025)
- Bağlantı 16: Bellinetti, C., (2019). "From Today Painting is Dead": Photography's Revolutionary Effect. www.artandobject.com, <https://news/today-painting-dead-photographys-revolutionary-effect#:~:text=Upon%20seeing%20the%20first%20daguerreotype,see%2C%20understand%2C%20and%20explore.>, (Erişim Tarihi: 03.02.2025).
- Bağlantı 17: Hu, A., (2019). "The Four Canonical Painting Modes and Techniques of the Renaissance", www.artium.co. <https://artium.co/en/node/126>. (Erişim Tarihi: 04.02.2025)

EVALUATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION WITHIN THE FRAMEWORK OF SOCIAL AND EMOTIONAL LONELINESS: THE CASE OF GENERATION Z'S PROBLEMATIC INSTAGRAM USE

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ SOSYAL VE DUYGUSAL YALNIZLIK ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ: Z KUŞAĞININ PROBLEMLİ INSTAGRAM KULLANIMI ÖRNEĞİ

Yunus Emre ÖKSÜZ¹
Gözde MASATCIOĞLU²



ORCID: Y. E. Ö. 0000-0002-2952-3759
G. M 0000-0003-3457-3539

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Yunus Emre Öksüz
Istinye University, Türkiye
E-mail/E-posta: yunusemreksuz@msn.com

² Gözde Masatcioğlu
Doğuş Üniversitesi Meslek Yüksekokulu,
Türkiye
E-mail/E-posta: gmasatcioglu@dogus.edu.tr

Received/Geliş tarihi: 24.03.2025

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %7

Last revision received/Son revizyon teslimi:
04.04.2025

Accepted/Kabul tarihi: 10.04.2025

Ethics Committee Permission/ Etik Kurul İzni:
Doğuş Üniversitesi Etik Kurulu / 2025/17 /
10.02.2025

Citation/Atf: Öksüz, Y. E. & Masatcioğlu, G.
(2025). Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal ve
Duygusal Yalnızlık Çerçevesinde
Değerlendirilmesi: Z Kuşağının Problemleri
Instagram Kullanımı Örneği. Journal of
Communication Science Researches, 5 (2), 161-
172.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15187751>

Abstract

Generation Z represents the generation born in the last five years of the twentieth century and the first ten years of the twenty first century. Unlike other generations, this generation grew up in a period when smartphones, tablets and many technological devices reached individual users, and this has led to them being called digital natives. This study aims to examine the behavioral roots of excessive social media use of Generation Z members and its effect on social and emotional loneliness via the Instagram platform. The study was conducted as quantitative research and was conducted using the relational screening method. The study included 292 participants aged 18-24 who had at least one active Instagram account. The participants studied or continued to study at university or equivalent schools. The Instagram Addiction Scale and the Adult Social and Emotional Loneliness Scale were used in the study. Correlation analysis, regression analysis and ANOVA were used in the statistical analysis of the study. As a result of the study, it was determined that there were strong and significant relationships between Instagram addiction and various psychological factors.

Keywords: Generation Z, Social Media Addiction, Instagram Addiction, Social Loneliness, Emotional Loneliness.

Öz

Z kuşağı yirminci yüzyılın son beş yılında yirmi birinci yüzyılın ise ilk on yılında doğan kuşağı temsil etmektedir. Bu kuşak diğer kuşaklardan farklı olarak akıllı telefonlar, tabletler ve birçok teknolojik cihazın bireysel kullanıcıya eriştiği dönemde büyümüş ve bu durum onların dijital yerliler olarak adlandırılmasını beraberinde getirmiştir. Bu çalışma Z Kuşağı üyelerinin aşırı sosyal medya kullanımının davranışsal kökenlerini ve bunun sosyal ve duygusal yalnızlık üzerindeki etkisini Instagram platformu üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma nicel bir araştırma olarak gerçekleştirilmiş ve ilişkisel tarama yöntemi ile yürütülmüştür. Çalışmaya en az bir aktif Instagram hesabı olan 18-24 yaş arası 292 katılımcı dahil edilmiştir. Katılımcılar üniversite ve dengi okullarda okumaya ya da okumaya devam etmektedir. Çalışmada Instagram Bağımlılık Ölçeği ve Yetişkinler İçin Sosyal ve Duygusal Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmanın istatistiksel analizinde korelasyon analizi, regresyon analizi ve ANOVA yapılmıştır. Çalışma sonucunda Instagram bağımlılığı ile çeşitli psikolojik faktörler arasında güçlü ve anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, Sosyal Medya Bağımlılığı, Instagram Bağımlılığı, Sosyal Yalnızlık, Duygusal Yalnızlık.

INTRODUCTION

Generation Z, defined as the first natives of the digital age, grew up in an era when technology and social media developed at a rapid pace. Born between the late 1990s and early 2010s, this generation witnessed the beginning of the dominance of digital platforms in almost every aspect of their daily lives. As noted in Turner's (2015) study, members of Generation Z spend most of their day online on various social media applications. The basis for this intensive use has been the subject of much research and has introduced many concepts to the literature. For instance, the concept of “FOMO” (Fear of Missing Out), as emphasized in Przybylski et al.'s (2013) study, stands out as one of the main motivations underlying Generation Z's social media use. In addition, compensatory internet use, emphasized by Kardefelt-Winther (2014), has been introduced to the literature as another important concept that refers to individuals' efforts to fulfill their social and emotional needs that cannot be met in real life on online platforms and has played an important role in understanding problematic use of social media platforms. Additionally, researchers often emphasize the desire to stay connected, the emotional appeal of instant information sharing, and the search for peer approval at the root of this behavior (Seemiller & Grace, 2016).

Today, there are many social media platforms with many different functions, and new ones are added to these platforms every day. Among these platforms, the impact of Instagram on Generation Z is particularly striking. Sheldon and Bryant's (2016) research reveals that young people see Instagram as a tool for self-expression, documenting their experiences, social interaction, and displaying their creativity. The visual-oriented nature of the platform and its user-friendly interface perfectly align with the desire to share instant experiences, which is particularly unique to Generation Z. Moreover, as highlighted in Lee et al.'s (2015) study, the perception of Instagram as less complex and more entertainment-oriented than other social media platforms is another point in line with Generation Z's preferences. In this study, the key role of Generation Z in social media use is examined from the perspective of social and psychological behavioral causes of the situation within the framework of the Instagram platform.

Against this backdrop of digital interaction, this study explores the relationship between Generation Z's Instagram use and social and emotional loneliness. Andreassen (2015) defines social media addiction as “individuals' inability to control their use of social media and spending excessive time on these platforms”, while Kuss and Griffiths (2017) emphasize that this addiction is associated with symptoms such as anxiety, depression, and social isolation. Based on these two definitions, in our study, the motivations of Generation Z members to use the Instagram platform were examined within the framework of Sheldon and Bryant (2016) mentioned above, and within the scope of Kardefelt-Winther's (2014) “Compensatory Internet Use Theory”, the efforts of individuals to compensate for their social and emotional needs that cannot be met in real life on online platforms formed the theoretical infrastructure of our research.

In our study, social media addiction was examined through problematic Instagram use. In parallel with Primack et al.'s (2017) findings, the hypothesis that social media use may paradoxically increase the feeling of loneliness was tested. In addition, psychological factors underlying Generation Z's Instagram use, such as the FOMO (Fear of Missing Out) phenomenon (Przybylski et al., 2013) and the desire to stay connected, emphasized in Turner's (2015) study, are also addressed in our research.

One of the main discussion points of our research is that increased screen time reduces face-to-face social interactions and increases feelings of loneliness, as Twenge et al. (2019) noted in their study. This study aims to make an original contribution to the literature by revealing the complex relationships between various psychological dimensions of Instagram addiction, such as escape from reality, relationship interruption, lack of control, obsession, and social and emotional loneliness.

Literature Review

Problematic social media use behavior has become a growing concern in today's digital age. This can be seen in the prominence of the concept of social media addiction and the rapid increase in the

number of studies underlying this concept (Turel, 2015; Kuss & Griffiths (2017). Andreassen (2015) defines the concept of social media addiction as “individuals' inability to control their social media use and spending excessive time on these platforms”. This definition highlights the compulsive behavior pattern underlying social media addiction. Research by Kuss and Griffiths (2017) sheds light on the behavioral origins and consequences of social media addiction by emphasizing that anxiety, depression, social isolation, and sleep disorders are among the symptoms of social media addiction. These symptoms concretely reveal the profound effects of addiction on individuals' psychological and physiological health (Andreassen, 2015; Kuss & Griffiths, 2017).

The effects of social media addiction are widespread, manifesting themselves in many areas of individuals' lives. Turel (2015) states that problematic social media use can negatively affect individuals' academic achievement, work performance, and social relationships. This shows that social media addiction is not only a problem on an individual scale, but it can also have significant effects on a societal level. In this context, one of the increasing research topics in the recent past has been the neurological dimension of social media addiction. Montag et al. (2018) suggest that this addiction may lead to changes in brain structure. Another study suggests that excessive social media use may cause changes in gray matter density in the brain structure. Researchers found that excessive social media use leads to a decrease in gray matter density, especially in the anterior cingulate cortex region. This region is important in emotion regulation and decision-making processes (He et al., 2017).

The findings of these studies have led to a broader examination of the effects, causes, and potential consequences of excessive social media use. Cacioppo and Hawkley (2009) suggest that loneliness increases stress levels in individuals and this increase may positively increase addictive tendencies by affecting dopamine release. This neurobiological mechanism is an important milestone in understanding why lonely individuals exhibit addictive behaviors more frequently. A meta-analysis by Holt-Lunstad et al. (2015) showed that social isolation and loneliness negatively affect individuals' health status and significantly increase the risk of engaging in compulsive behaviors. These findings reveal that emotional processes also play a role in addiction processes (Holt-Lunstad et al., 2015; Cacioppo & Hawkley, 2009).

On the other hand, the psychological mechanisms underlying the triggering of behavioral addictions by loneliness are also noteworthy. Baumeister and Leary's (2017) “need to belong” theory sheds light on the basic motivations of individuals to establish and maintain social connections. It is stated that the inability to meet this need in case of loneliness may push individuals to seek alternative sources of satisfaction. In this context, Kardefelt-Winther (2014) suggested that internet and social media use may be a compensation mechanism that individuals who feel loneliness use to fill this gap. From a neuropsychological perspective, Volkow and Morales (2015) stated that loneliness affects the brain's reward system and this may increase the susceptibility to addictive behaviors.

The complex relationship between social isolation, emotional loneliness, and behavioral addictions has begun to be further elucidated by the growing literature on technological addictions in recent years. A study by Primack et al. (2017) revealed that increased social media use significantly increases perceived social isolation. This study stands out as a valuable study in terms of showing that digital connectedness can paradoxically increase the feeling of loneliness. On the other hand, Twenge et al. (2019) found that increased screen time is positively associated with depression and loneliness among young people. A study conducted by Kim et al. (2019) revealed that emotional loneliness is a significant risk factor for problematic internet use. Similarly, Caplan (2006) found that individuals with high social anxiety prefer online social interaction to face-to-face interaction and concluded that this increases the risk of internet addiction. Finally, a study by Elhai et al. (2020) confirmed a positive relationship between loneliness and problematic smartphone use.

A large-scale study by Andreassen et al. (2017) found that individuals with high levels of loneliness are more at risk of developing social media addiction. This research shed light on the interplay between emotional and behavioral mechanisms and technological addictions, showing that loneliness may not only be an outcome but also an antecedent of technological addictions. Similarly, Bian and

Leung (2015) found that loneliness and boredom are among the strongest predictors of smartphone addiction.

A theoretical framework explaining why lonely people use social media more has been presented in the literature under the title “Compensatory Internet Use Theory”. This theory suggests that individuals try to compensate for their social and emotional needs that cannot be met in real life on online platforms (Kardefelt-Winther, 2014). A study conducted by Pittman and Reich (2016) showed that social media platforms that focus on sharing visual content (e.g., Instagram or similar platforms) are an effective method to reduce feelings of loneliness. This finding explains why lonely individuals prefer certain social media platforms. Moreover, a meta-analysis by Ryan et al. (2017) found that social media use is positively associated with types of social capital such as social connection, social bridging, and social bonding, which explains why lonely individuals turn to these platforms.

The impact of technological addictions on loneliness is also noteworthy. Twenge and colleagues (2019) found that increased screen time among young people reduces face-to-face social interactions, which in turn increases feelings of loneliness. This result underlines the vicious circle between technological addictions and loneliness. On the other hand, a review study by Nowland et al. (2018) found that the impact of internet use on loneliness may vary depending on the purpose and pattern of use. This study provides important clues on how technology can be used to reduce loneliness. For example, while using the internet to strengthen existing social relationships or to establish new ones may reduce loneliness, excessive use of the internet to replace face-to-face interactions may increase loneliness. Therefore, the relationship between technological addictions and loneliness appears to be complex and multifaceted. Furthermore, a study conducted by Waytz and Gray (2018) showed that technology, in addition to its potential to make people lonely, can also offer opportunities to strengthen social connections and build new relationships when used correctly.

As the first generation born and raised in the digital age, Generation Z plays a pioneering role in the use of technology and social media, and the effects of this are seen to be preceded by intense social media use specific to the generation (Turner, 2015). One of the most important factors shaping Generation Z's social media use is the fear of missing out, which is called FOMO (Fear of Missing Out). A study by Przybylski et al. (2013) showed that FOMO is particularly prevalent among teen and young adult users and that this significantly increases social media use.

Among many social media platforms, Instagram's popularity among Generation Z is also attributed to the unique features of this platform. In particular, the visual-oriented and constantly updated structure of this platform draws attention at this point. A study by Sheldon and Bryant (2016) found that teenagers and young adults use Instagram for self-expression, documentation, social interaction, and creativity. In particular, the visual storytelling feature offered by the platform is in line with Generation Z's desire to share instant experiences. Similarly, Lee et al. (2015) once again underline the overlapping points between the preferences of Generation Z and this platform.

Generation Z's use of social media shows significant differences compared to previous generations. Research conducted by Anderson and Jiang (2018) for the Pew Research Center showed that 95% of Generation Z has access to a smartphone and 45% of them are online almost constantly. Among the reasons for this intensive use, Twenge et al. (2019) cite the decline in face-to-face social interactions and the prominence of digital platforms as a means to fulfill social needs. In addition, Priporas et al.'s (2017) study emphasizes that Generation Z's rapid adaptation to technological innovations and their more comfortable self-expression on digital platforms increase their use of social media.

These findings are also supported by the previously mentioned studies. For example, Pittman and Reich's (2016) findings on the role of visual content sharing in reducing feelings of loneliness explain why Generation Z prefers visual-oriented platforms such as Instagram. This shows that the needs of Generation Z for social connection and self-expression overlap significantly.

Another noteworthy point in Generation Z's social media use is the use of multiple platforms. A study

by Vaterlaus et al. (2016) revealed that members of Generation Z use different social media platforms for different purposes. For example, they tend to use Instagram for visual media sharing and trend tracking, Twitter for news and current events, and Snapchat for instant and more private communication.

Another factor affecting Generation Z's use of social media is the process of identity formation. A study by Yau and Reich (2019) showed that Gen Z youth use social media platforms, especially Instagram, as a tool to build and manage their brand. These platforms appear to give young people the opportunity to create an idealized self-presentation and gain approval from their peers.

Accordingly, another critical point that draws attention to Generation Z's use of social media platforms is their interest in influencer content producers. It is known from past studies that Generation Z is heavily influenced by social media influencers in terms of product and service preferences. This shows that platforms such as Instagram have become a medium for Generation Z not only for social interactions but also for influencing their consumption habits (Lou & Yuan, 2019).

In addition, Trifiro and Gerson (2019) point out that the search for “authenticity” is an important factor in Generation Z's social media use and suggest that Instagram's “stories” feature plays a critical role in this search.

Finally, as Schwieger and Ladwig (2018) point out, although social media platforms, including Instagram, have become a tool for professional networking and career development as Generation Z enters the world of work, it is also known that social media use has potential negative effects. For example, Twenge and Campbell's (2019) research showed that excessive social media use may be associated with psychological and mental health problems among Generation Z, such as anxiety, depression, and sleep issues.

To sum up, it was seen that Generation Z grew up intertwined with technology and social media platforms as the first natives of the digital age, and it is understood that various motivations such as the desire to stay constantly connected, the emotional appeal of instant information sharing and the search for peer approval lie at the basis of this generation's social media use, especially Instagram. In addition, it was determined that concepts such as FOMO (Fear of Missing Out) and compensatory internet use play an important role in explaining the social media behaviors of Generation Z. It is understood that Instagram's visual-oriented structure and user-friendly interface overlap with Generation Z's needs for self-expression, documenting their experiences and social interaction. Among other findings in the literature, it has been determined that Generation Z is influenced by social media influencers in terms of consumption habits, Instagram's “stories” feature plays a critical role in the search for “authenticity” and social media platforms are used as a professional networking tool. In addition, it has been understood that problematic social media use is associated with psychological problems such as anxiety, depression, and sleep disorders, which is an important concern emphasized in literature. Ultimately, examining the relationship between Generation Z's Instagram use and social and emotional loneliness is critical for understanding the new social dynamics brought by the digital age.

METHODOLOGY AND FINDINGS

Research Design

This study was designed to investigate the behavioral origins and effects of excessive social media use on the Instagram platform within the framework of social and emotional loneliness and was designed and conducted in a relational survey model. The relational survey model is known as a research approach that aims to determine the existence or degree of relationships between two or more variables (Fraenkel, 1993). This model, which was preferred in this study, is used to define the relationships between variables and to identify potential cause-effect relationships (Creswell & Creswell, 2018). In this study, this model was preferred to determine the direction and strength of the potential relationship between excessive Instagram use and social and emotional loneliness.

Participants and Tools

The target population of the study is associate and undergraduate students between the ages of 18-24 residing alone or with their families in Istanbul. The purposive sampling method was used to select the sample. Participants who used Instagram at least 14 hours a week in the last 4 weeks and had at least 1 Instagram account were included in the statistical analysis of the study. Participants who wanted to participate in the study were asked to examine their usage statistics, which can be learned through the Instagram platform, and to be included in this study if they have used Instagram for at least 14 hours or more per week in the last 4 weeks.

The sample size was calculated using the G*Power 3.1.9.7 program, taking into account the effect sizes in similar studies. The minimum sample size was determined as 280 for a 95% confidence interval and a statistical power of .80. The questionnaire forms were delivered to a total of 292 volunteer participants, considering possible data losses.

The participants were administered 2 different scales with validity and reliability. The participants were firstly administered the “Instagram Addiction Scale (IAS)” adapted into Turkish by Kavaklı and Inan, and secondly, the “Social and Emotional Loneliness Scale for Adults (SELSF)” adapted to Turkish culture by Akgül and a validity and reliability study was conducted (Kavaklı & Inan, 2020; Akgül., 2019). The research was conducted with an online survey method. To identify the participants who wanted to participate in the study, the announcement of the study was shared on Instagram and other social media platforms, and then the survey form was sent to the participants who wanted to participate in the study via e-mail address.

Statistical Analysis

In this study, various statistical analyses were used to examine Instagram addiction and related factors. First, descriptive analysis was applied to understand and summarize the general characteristics of the data set. Then, correlation analysis was conducted to determine the strength and direction of the relationships between Instagram addiction and other psychological factors. Then, multiple linear regression analysis was applied to identify the factors predicting Instagram addiction and to assess the relative importance of these factors. This analysis provided the opportunity to evaluate the effect of independent variables on the dependent variable separately and allowed the theoretical models to be tested. Finally, ANOVA was used to examine whether Instagram addiction levels differed in terms of demographic characteristics. This comprehensive analysis approach allowed for an in-depth examination of the complex nature of Instagram addiction and its associated factors

Findings

A total of 292 participants (N=292) participated in the study. When the gender distribution of the participants is examined, the mean value is (1.44 ± 0.50), which shows that the sample is relatively balanced in terms of gender. The mean age of the participants was (20.90 ± 1.01) and ranged between 18 and 24 years. The sample of the study consists of young adults.

When the sub-dimensions of the Instagram Addiction Scale were examined, the dimension with the highest average score was determined as the “Relationship Interruption Subdimension” (12.92 ± 7.78). This was followed by “Escape from Reality Subdimension” (11.30 ± 5.42) and “Deprivation of Control Subdimension” (9.79 ± 3.98). The “Obsession Subscale” (9.36 ± 4.95) and “Health and Interpersonal Problems Subscale” (6.56 ± 1.44) had relatively lower mean scores.

The mean Instagram Addiction Total Score was calculated as (49.94 ± 19.88). This score indicates a moderate level of addiction between the minimum score of 24 and the maximum score of 86. In addition, the mean Social Emotional Loneliness Scale Total Score was found to be (67.12 ± 23.81), indicating that the participants felt moderate to high levels of social and emotional loneliness..

Table 1: Correlation Analysis

Variables	r	p
Instagram Addiction Scale Total Score	1	
Social Emotional Loneliness Scale Total Score	0.858	< 0.001***
Lack of Control Sub-Dimension (IAS)	0.917	< 0.001***
Escaping from Reality Sub-Dimension (IAS)	0.953	< 0.001***
Disengagement Sub-Dimension (IAS)	0.936	< 0.001***
Obsession Sub-Dimension (IAS)	0.732	< 0.001***
Health and Interpersonal Problems Sub-Dimension (IAS)	0.114	0.051*

p < .05 ** p < .01 *** p < .001

Correlation analysis results show that there are strong and significant relationships between Instagram addiction and various psychological factors. The strongest positive correlations were found between Instagram Addiction Total Score and Escape from Reality Subdimension ($r = .953$, $p < .001$), Relationship Interruption Subdimension ($r = .936$, $p < .001$), Deprivation of Control Subdimension ($r = .917$, $p < .001$), and Social Emotional Loneliness Scale Total Score ($r = .858$, $p < .001$), respectively. In addition, a strong positive correlation ($r = .732$, $p < .001$) was observed with the Obsession Subscale. On the other hand, no statistically significant relationship was found between the Health and Interpersonal Problems Subscale and Instagram Addiction ($r = .114$, $p > .05$) (Table 1).

According to these results, there is a strong and positive relationship between Instagram use and social/emotional loneliness, and as Instagram addiction increases, social and emotional loneliness also increases. Again, according to the correlation table, there is a very strong and positive relationship between Instagram use and escape from reality. This shows that individuals with high Instagram addiction also have a high tendency to escape from reality. In addition, a strong and positive relationship was found between obsessions and Instagram use. This finding indicates that as Instagram addiction increases, obsessive thoughts and behaviors increase (Table 1).

A strong positive relationship was found between the sub-dimensions of control deprivation and relationship interruption and Instagram addiction. This suggests that individuals with high Instagram addiction experience problems in their social relationships and loss of control over their behaviors. However, no significant relationship was found between health and interpersonal problems and Instagram use. This suggests that Instagram addiction does not directly affect physical health or interpersonal relationships (Table 1).

Table 2: Regression Analysis

Independent Variables	B	SD	β	t	p
Lack of Control Sub-Dimension (IAS)	0.87	0.043	0.200	20.23	<0.001***
Escaping from Reality Sub-Dimension (IAS)	0.92	0.039	0.273	23.56	<0.001***
Disengagement Sub-Dimension (IAS)	0.78	0.041	0.249	19.02	<0.001***
Obsession Sub-Dimension (IAS)	0.54	0.046	0.114	11.74	<0.001***
Health and Interpersonal Problems Sub-Dimension (IAS)	0.31	0.050	0.070	6.20	<0.001***
Total Score of Social and Emotional Loneliness Scale	-0.45	0.037	-0.145	-12.16	<0.001***

p < .05 ** p < .01 *** p < .001

The results of the multiple regression analysis show that the model perfectly explains Instagram addiction ($R^2 = 1.000$, $F(6, 285) = \infty$, $p < .001$). This means that the independent variables explain the entire variance in Instagram addiction. According to the coefficients table, all independent variables significantly predict Instagram addiction. Accordingly: Relationship interruption sub-dimension ($\beta =$

.391, $p < .001$); escape from reality sub-dimension ($\beta = .273$, $p < .001$); obsession sub-dimension ($\beta = .249$, $p < .001$); control deprivation sub-dimension ($\beta = .200$, $p < .001$); health and interpersonal problems sub-dimension ($\beta = .072$, $p < .001$); social emotional loneliness scale total score ($\beta = .000$, $p < .001$) (Table 2).

Table 3: ANOVA

Model	SS	df	MS	p
Regression	115036.89	6	19172.815	<0.001***
Residuals	0.000	285	0.000	-
Total	115036.89	291	-	-

$p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

According to the ANOVA table, the regression model is statistically significant ($F(6, 285) = \infty$, $p < .001$). This finding shows that the selected independent variables are effective in predicting Instagram addiction and the model is valid (Table 3).

CONCLUSION

The correlation analysis results of our study presented in Table 1 showed that the strongest relationships of Instagram addiction were with the sub-dimensions of escape from reality, relationship interruption, and lack of control, respectively. These findings are in parallel with many studies in the literature (Kircaburun & Griffiths, 2018; Sheldon & Bryant, 2016). Indeed, similar to the results of our study, Kircaburun and Griffiths (2018) emphasize that social media platforms are used as a tool for users to escape from the stress of daily life. Similarly, the study conducted by Sheldon and Bryant (2016) examined the way Instagram use affects social relationships and showed that it is used as a platform that can replace face-to-face communication. This finding supports the high correlation of the relationship interruption sub-dimension in our study. In addition, Andreassen and colleagues' (2017) study on social media addiction revealed that loss of control over use is an important indicator of addiction. This study, in line with our findings, supports that lack of control is an important factor in Instagram addiction. In addition, as emphasized by Casale and Fioravanti (2018), social media use plays an important role in meeting psychological needs in our study.

According to the correlation analysis, the strongest relationships were found with the sub-dimensions of escape from reality, relationship interruption, and lack of control, respectively (Table 1). This shows that Instagram addiction is more closely related to psychological factors and has similar results to previous studies (Ponnusamy et al., 2020). The significant and strong correlation in the escape from reality dimension suggests that teenagers and young adults use Instagram as an escape to express themselves in a different world rather than the current world and is in line with previous studies in this respect (Sheldon & Bryant, 2016).

In regression analysis, significant relationships were found between Instagram addiction and social-emotional loneliness, lack of control, escape from reality, relationship interruption, obsession, and health and interpersonal problems (Table 2). These findings are in line with Kircaburun and Griffiths' (2018) study and confirm that Instagram addiction is strongly related to psychological factors, especially escape from reality and lack of control. Moreover, Casale and Fioravanti's (2018) study on social media addiction supports our findings and shows that addiction is related to the role of fulfilling psychological needs and providing an escape from real life. However, in this study, we aimed to examine these relationships in Instagram in more detail and draw attention to the role of the unique dynamics of the platform in the addiction process.

One of the striking findings of the study was that the relationship interruption sub-dimension was the strongest predictor of Instagram addiction ($\beta = .315$, $p < .001$). Although this result is consistent with Sheldon and Bryant's (2016) study examining the way Instagram use affects social relationships, it

emphasizes the effect of relationship interruption on addiction more strongly. This difference is thought to be due to the changing usage dynamics and increasing popularity of Instagram over time. On the other hand, this finding is in line with Yang et al.'s (2018) study suggesting that social media addiction may lead to social isolation. However, it is thought that our study brings a new perspective to the literature in terms of showing that disconnection may be an antecedent rather than a consequence of addiction.

Although the strong positive relationship between social-emotional loneliness and Instagram addiction ($r = .858$, $p < .001$) is consistent with some studies in the literature, this relationship is seen as another point that draws attention in this study. Pittman and Reich's (2016) study draw attention to the fact that visual-based social media platforms can be effective in reducing the feeling of loneliness. However, the findings of this study suggest that this relationship may be more complex and potentially harmful. The increase in Instagram use as loneliness increases suggests that the platform is used as a coping mechanism but may also increase the risk of addiction. This finding is in line with Primack and colleagues' (2017) study examining the relationship between social media use and perceived social isolation. However, by focusing specifically on Instagram, our study aims to clarify the role of this platform in the relationship between loneliness and addiction.

The moderate positive relationship between the obsession subscale and Instagram addiction ($r = .732$, $p < .001$) is in line with Andreassen et al.'s (2016) study examining the relationship between social media addiction and obsessive-compulsive disorder. However, our study examines this relationship specifically in the context of Instagram, providing new insights into how the visual-oriented nature of the platform may trigger obsessive thoughts and behaviors. This finding highlights the potential negative effects of Instagram on the mental health of its users. It is also thought to contribute to the development of future intervention strategies.

The fact that the health and interpersonal problems subscale significantly predicted Instagram addiction ($\beta = .072$, $p < .001$) is similar to Andreassen and colleagues' (2017) study on the negative consequences of social media addiction. However, our study analyses this relationship in the specific context of Instagram, revealing in more detail the impact of the platform's unique features (e.g., visually oriented content, displaying 'perfect' lifestyles) on users' health perceptions and interpersonal relationships. This finding is in line with Fardouly and Vartanian's (2016) study examining the effects of Instagram use on body image, but our study suggests that these effects can be seen across a broader spectrum of health and relationships. These results emphasize that the potential negative effects of Instagram use should be assessed not only at the individual level but also at the level of interpersonal relationships and general health perception.

In light of this, this study revealed the complex and multidimensional nature of Instagram addiction. Our findings showed that Instagram addiction was strongly related to social-emotional loneliness, lack of control, escape from reality, relationship interruption, obsession, and health and interpersonal problems. Relationship interruption was the strongest predictor of addiction, indicating the potential negative effects of Instagram use on social relationships. Furthermore, the strong positive association between social-emotional loneliness and Instagram addiction suggests that the platform may be used as a coping mechanism for loneliness, but this may also increase the risk of addiction. The association of obsession and health and interpersonal problems dimensions with addiction emphasizes the potential negative effects of Instagram use on users' mental health and overall quality of life. These findings reveal the need to raise awareness about the use of Instagram and similar social media platforms, to disseminate digital literacy training, and to develop intervention strategies for individuals at risk of addiction. Future research should examine the causality of these relationships and investigate the long-term effects of Instagram addiction.

REFERENCES

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew research center*, 31(2018), 1673-1689.

- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Bian, M., & Leung, L. (2015). Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Patterns of Smartphone Use to Social Capital. *Social Science Computer Review*, 33(1), 61-79. <https://doi.org/10.1177/0894439314528779>
- Cacioppo, J. T., & Hawkley, L. C. (2009). Perceived social isolation and cognition. *Trends in Cognitive Sciences*, 13(10), 447-454. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2009.06.005>
- Caplan, S. E. (2007). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet Use. *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 234-242. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9963>
- Casale, S., & Fioravanti, G. (2018). Why narcissists are at risk for developing Facebook addiction: The need to be admired and the need to belong. *Addictive Behaviors*, 76, 312-318. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2017.08.038>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Elhai, J. D., Yang, H., McKay, D., & Asmundson, G. J. G. (2020). COVID-19 anxiety symptoms associated with problematic smartphone use severity in Chinese adults. *Journal of Affective Disorders*, 274, 576-582. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.05.080>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Fraenkel, J., Wallen, N., & Hyun, H. (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education 10th ed*. McGraw-Hill Education.
- Hanife Akgül. (2019). *Adapting Social and Emotional Loneliness Scale(Selsa-S) to Turkish Culture: Relevance and Reliability*. 21st International Congress on Psychological Counseling and Guidance. <https://toad.halileksi.net/wp-content/uploads/2022/07/yetiskinler-icin-sosyal-ve-duygusal-yalnizlik-olcegi-toad.pdf>
- He, Q., Turel, O., & Bechara, A. (2017). Brain anatomy alterations associated with Social Networking Site (SNS) addiction. *Scientific Reports*, 7(1), 45064. <https://doi.org/10.1038/srep45064>
- Holt-Lunstad, J., Smith, T. B., Baker, M., Harris, T., & Stephenson, D. (2015). Loneliness and Social Isolation as Risk Factors for Mortality: A Meta-Analytic Review. *Perspectives on Psychological Science*, 10(2), 227-237. <https://doi.org/10.1177/1745691614568352>
- Kardefelt-Winther, D. (2014a). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kardefelt-Winther, D. (2014b). A conceptual and methodological critique of internet addiction research: Towards a model of compensatory internet use. *Computers in Human Behavior*, 31, 351-354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>
- Kavaklı, M., & İnan, E. (2020). Psychometric Properties and Correlates of the Turkish Version of Instagram Addiction Scale (IAS). *Klinik Psikoloji Dergisi*, 0, 1. <https://doi.org/10.5455/kpd.26024438m000037>

- Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 158-170.
<https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>
- Kuss, D., & Griffiths, M. (2017). Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.
<https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Laursen, B. P., & Žukauskienė, R. (Ed.). (2018). *Interpersonal development* (First electronic edition). Routledge, Taylor and Francis Group.
- Lee, E., Lee, J.-A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Mascheroni, G., Vincent, J., & Jimenez, E. (2015). “Girls are addicted to likes so they post semi-naked selfies”: Peer mediation, normativity and the construction of identity online. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9(1). <https://doi.org/10.5817/CP2015-1-5>
- Montag, C., Becker, B., & Gan, C. (2018). The Multipurpose Application WeChat: A Review on Recent Research. *Frontiers in Psychology*, 9, 2247. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02247>
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2018). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70-87.
<https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in Human Behavior*, 107, 106294. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106294>
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1-8.
<https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- Priporas, C.-V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers’ expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374-381.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>
- Ryan, T., Allen, K. A., Gray, D. L., & McInerney, D. M. (2017). How Social Are Social Media? A Review of Online Social Behaviour and Connectedness. *Journal of Relationships Research*, 8, e8. <https://doi.org/10.1017/jrr.2017.13>
- Schwieger, D., & Ladwig, C. (2018). Reaching and retaining the next generation: Adapting to the expectations of Gen Z in the classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Southgate, D. (2017). The Emergence of Generation Z And Its Impact in Advertising: Long-Term Implications For Media Planning and Creative Development. *Journal of Advertising Research*, 57(2), 227-235. <https://doi.org/10.2501/JAR-2017-028>
- Turel, O. (2015). Quitting the use of a habituated hedonic information system: A theoretical model and empirical examination of Facebook users. *European Journal of Information Systems*, 24(4), 431-446. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.19>

- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103-113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media Use Is Linked to Lower Psychological Well-Being: Evidence from Three Datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 311-331. <https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>
- Twenge, J. M., Spitzberg, B. H., & Campbell, W. K. (2019). Less in-person social interaction with peers among U.S. adolescents in the 21st century and links to loneliness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(6), 1892-1913. <https://doi.org/10.1177/0265407519836170>
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594-601. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.029>
- Volkow, N. D., & Morales, M. (2015). The Brain on Drugs: From Reward to Addiction. *Cell*, 162(4), 712-725. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.07.046>
- Waytz, A., & Gray, K. (2018). Does Online Technology Make Us More or Less Sociable? A Preliminary Review and Call for Research. *Perspectives on Psychological Science*, 13(4), 473-491. <https://doi.org/10.1177/1745691617746509>
- Yang, C., Holden, S. M., Carter, M. D. K., & Webb, J. J. (2018). Social media social comparison and identity distress at the college transition: A dual-path model. *Journal of Adolescence*, 69(1), 92-102. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.09.007>
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). "It's Just a Lot of Work": Adolescents' Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 196-209. <https://doi.org/10.1111/jora.12376>

EĞİTİM İLETİŞİMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE TEKNOLOJİ

DIGITAL TRANSFORMATION AND TECHNOLOGY IN EDUCATION COMMUNICATION

Taylan MARAL¹



ORCID: T.M. 0000-0003-4508-4001

Corresponding author/Sorumlu yazar:

¹ Taylan Maral

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye

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

Received/Geliş tarihi: 09.12.2024

Similarity Ratio/ Benzerlik Oranı: %7

Last revision received/Son revizyon teslimi:
11.02.2025

Accepted/Kabul tarihi: 16.02.2025

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

Citation/Atıf: Maral, T. (2025). Eğitim İletişimde Dijital Dönüşüm ve Teknoloji. Journal of Communication Science Researches, 5 (2), 173-189.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.1518812>

Öz

Eğitim ortamlarının dijital araçlarla bütünleşmesi, öğrenme sürecini etkili ve verimli hale getirmek için önemlidir. Bu çalışmada, literatür taraması yöntemiyle dijital araçların eğitimdeki kullanımı ve öğrenci-öğretmenlere sağladığı faydalar incelenmiştir. Dijital araçlar, interaktif ders materyalleri, çevrim içi ödevler ve öğrenci takip sistemleri ile öğrenme süreçlerini zenginleştirir ve öğretmenlerin öğrenci ilerlemesini takip etmelerini sağlar. İnteraktif simülasyonlar ve sanal gerçeklik uygulamaları, öğrenme deneyimini daha etkili ve keyifli hale getirir. Sanal sınıf ortamlarında iletişim dinamikleri, LMS platformları ve video konferans uygulamaları sayesinde güçlendirilir. Bu araçlar, duyuru, çevrim içi tartışma forumları ve ders materyallerine kolay erişim gibi imkanlarla öğrenci katılımını artırır. Geri bildirim verme, interaktif materyaller kullanma ve etkileşimli aktiviteler düzenleme gibi stratejiler, öğrenci motivasyonu ve derslere aktif katılım için önemlidir. Öğretmenlerin dijital becerilerinin geliştirilmesi, teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerini artırarak daha etkili bir öğrenme süreci sunar.

Anahtar Kelimeler: Eğitim İletişimi, Dijitalleşme, Motivasyon, Uzaktan Eğitim.

Abstract

The integration of digital tools into educational environments is essential for making the learning process more effective and efficient. This study examines the use of digital tools in education and their benefits for students and teachers through a literature review. Digital tools, such as interactive course materials, online assignments, and student tracking systems, enrich learning processes and enable teachers to monitor student progress effectively. Interactive simulations and virtual reality applications enhance learning experiences, making them more engaging and impactful. In virtual classroom settings, communication dynamics are strengthened through LMS platforms and video conferencing tools. These tools, with features like announcements, online discussion forums, and easy access to course materials, increase student participation. Strategies such as providing feedback, using interactive materials, and organizing engaging activities are crucial for boosting student motivation and active participation in lessons. Enhancing teachers' digital skills improves technology-based communication competencies, facilitating a more effective learning process.

Keywords: Educational Communication, Digitalization, Motivation, Distance Education.

GİRİŞ

Dijital dönüşümün, çağımızın tüm alanlarında olduğu gibi eğitim sistemlerinde de önemli değişimlere yol açtığı bir gerçekliktir. Bu dönüşüm, özellikle eğitim iletişimi ve öğrenme ortamlarındaki dönüşümlerle kendisini belirginleştirmektedir. Dijital araçların eğitim ortamlarına uyumu, öğrenci-öğretmen etkileşiminin güçlendirilmesi, öğrenme deneyimlerinin zenginleştirilmesi ve öğretim sürecinin daha etkili hale getirilmesi gibi çeşitli açılardan bu dönüşümü desteklemektedir. Eğitimdeki dijital dönüşümün merkezinde yer alan, dijital araçlar ve eğitim ortamlarına uyumu, öğretmenlerin ders içeriğini daha etkili bir şekilde sunmalarına olanak tanıyan dijital araçlar, aynı zamanda öğrencilerin farklı öğrenme stillerine uygun materyallere erişimini sağlayarak öğrenme deneyimlerini kişiselleştirmektedir. Sanal sınıf ortamlarının eğitimdeki önemi ve bu ortamların öğrenci-öğretmen etkileşimini nasıl etkilediği de inceleme konuları arasındadır. Sanal sınıf ortamlarının yaygınlaşması, öğrencilere zamandan ve mekândan bağımsız olarak öğrenme imkânı sunmaktadır. Öğrenme Yönetim Sistemleri (Learning Management System [LMS]), bu dijital dönüşümün temel bileşenlerinden biridir. Bu sistemler genel olarak ders, kayıt, sunum, analitik ve ölçe/değerlendirme olmak üzere 5 modülden meydana gelmektedir.

Öte yandan, uzaktan eğitimin iletişim zorlukları ve çözümleri, öğrenci katılımını artırmak için iletişim stratejileri, eğitim teknolojilerinin öğrenci motivasyonuna etkisi ve ilgi çekici içeriklerin tasarımı gibi konular detaylı bir şekilde öğrenme yönetim sistemlerine yönelik çalışmalar kapsamında incelenmektedir. Öğretmen eğitiminde dijital becerilerin ve teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin geliştirilmesi de bu çalışmanın önemli odak noktalarından birisini oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırılan konular, eğitim iletişimi ve teknolojinin birleşimini ele alarak çeşitli stratejiler ve yaklaşımlar sunmaktadır. Bu stratejilerin uygulanması, öğrencilerin derse daha fazla katılım göstermelerini sağlayabilir ve öğrenme motivasyonlarını artırabilir. Öğretmenlerin dijital becerilerinin geliştirilmesi ve teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin kazandırılması, dijital çağın gereksinimlerine daha iyi yanıt verebilmelerini sağlayabilir ve öğrencilerin başarılı bir şekilde eğitim almalarına katkı sağlayabilir.

Bu makalenin amacı, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonunun öğrenci öğrenme süreçlerini nasıl etkilediğini ve öğretmen-öğrenci etkileşimini nasıl geliştirdiğini incelemektir. Dijital araçların kullanımıyla öğrenme sürecinin daha etkili ve verimli hale getirilebileceği, öğrenci motivasyonunun artırılabilirliği ve öğretmenlerin dijital iletişim yetkinliklerini geliştirerek öğrencilerle daha etkili bir şekilde iletişim kurabilecekleri problemlerine odaklanılmaktadır.

Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki soruların yanıtları araştırılmıştır:

1. Dijital araçların kullanımı, öğrencilerin ders materyallerine erişimini ve öğrenme sürecine katılımlarını nasıl etkilemektedir?
2. Öğretmenlerin dijital becerilerinin geliştirilmesi, onların öğrenciyle olan iletişimlerini ve öğretim süreçlerinin verimliliğini nasıl artırmaktadır?

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma deseni, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması, verilerin analizi, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği ile araştırma etiği gibi alt başlıklarda ayrıntılı bilgilere yer verilmektedir.

Araştırmanın Deseni

Bu çalışma eğitim teknolojilerinin ve dijital araçların öğrenme sürecine entegrasyonunu incelediği için, nitel araştırma yöntemlerinden "durum çalışması" (case study) deseniyle tasarlanmıştır. Durum çalışması, belirli bir sistemin işleyişini ve fonksiyonlarını ayrıntılı bir şekilde incelemek için çeşitli veri toplama yöntemlerini kullanarak sistematik bilgi edinmeyi amaçlayan bir metodolojidir (Chmiliar, 2010, s. 582). Durum çalışması, belirli bir olay, süreç veya birey hakkında derinlemesine bilgi toplanmasını ve bu bilgilerin detaylı bir şekilde analiz edilmesini sağlar. Bu yöntemde, öğretmenler, öğrenciler ve eğitim yöneticileri gibi farklı paydaşlarla yapılan görüşmeler, gözlemler ve doküman analizleri kullanılarak, dijital araçların kullanımının öğrenme süreci üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde incelenebilir. Açıklayıcı durum çalışmaları (explanatory case study) keşfedici (exploratory) ve

tanımlayıcı durum çalışmaları tarafından tamamlanır (Yin, 2003, s. 1).

Çalışma Grubu

Bu araştırma, literatür taramasına dayalı olarak mevcut durumun karşılaştırılmasına yönelik gerçekleştirilmiştir ve bu nedenle kişilere dayalı bir çalışma grubu kullanılmamıştır. Araştırma kapsamında, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonu ve bu entegrasyonun öğrenci öğrenme süreçlerine etkisi ile ilgili mevcut literatür incelenmiş ve analiz edilmiştir. İncelenen literatür, farklı coğrafi bölgelerden ve çeşitli disiplinlerden çalışmaları kapsamaktadır. Bu yaklaşım, dijital araçların eğitimdeki rolünü ve etkisini geniş bir perspektiften değerlendirmeyi amaçlarken literatür taraması sayesinde, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonu ile ilgili mevcut bilgi birikimi ve araştırma bulguları derinlemesine analiz edilmesini sağlamıştır.

Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Literatür taraması, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonu ve bu entegrasyonun öğrenci öğrenme süreçlerine etkisi üzerine mevcut bilgi birikimini ve araştırma bulgularını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kaynaklar, dijital araçların eğitimdeki kullanımını ve etkilerini anlamak için kapsamlı bir veri seti sağlamıştır. Elde edilen veriler, araştırma sorularına yanıt verecek şekilde sistematik olarak analiz edilmiştir. Literatür taramasında elde edilen bulgular, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonunun teorik temellerini ve pratik uygulamalarını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada, dijital araçların eğitim ortamlarına entegrasyonu ve bu entegrasyonun öğrenci öğrenme süreçlerine etkisi üzerine mevcut literatür incelenmiştir. Literatür taraması, araştırma konusu ile ilgili çeşitli akademik makaleler, kitaplar, tezler ve raporların sistematik bir şekilde gözden geçirilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasında, dijital araçların eğitimdeki rolünü ve etkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmek için farklı coğrafi bölgelerden, çeşitli eğitim seviyelerinden ve farklı disiplinlerden çalışmalar dahil edilmiştir. Veri toplama sürecinde, öncelikle dijital araçlar ve eğitim teknolojileri konusundaki anahtar kelimeler belirlenmiş ve bu anahtar kelimeler kullanılarak akademik veri tabanları taranmıştır. Elde edilen kaynaklar, araştırma soruları ve hedefleri doğrultusunda analiz edilmek üzere seçilmiştir. İncelenen literatürün araştırmanın amacına uygunluğu, kapsamı ve güvenilirliği dikkate alınarak seçim yapılmıştır. Verilerin analizi, içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinde, incelenen literatürden elde edilen veriler yorumlanmıştır. İlk aşamada, her bir kaynaktan elde edilen veriler toplanmış ve sonrasında dijital araçların öğrenme süreçlerine etkisi, öğrenci motivasyonu, öğretmen-öğrenci etkileşimi ve eğitimde dijital araçların kullanımı gibi ana temalar etrafında organize edilmiştir.

Araştırma Etiği

Bu çalışma etik onay gerektiren herhangi bir araştırmayı içermemektedir.

Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bu çalışmada, literatür taramasına dayalı bir yöntem tercih edilmiştir ve araştırmanın geçerliliği için inandırıcılık; dış geçerliliği için aktarılabirlik ölçütlerinin sağlanmasına dikkat edilmiştir. Araştırmanın niteliğinin artırılması amacıyla, literatürden destek alınarak (Yıldırım ve Şimşek, 2021) geçerlik ve güvenilirlik için şu hususlar uygulanmıştır:

- **Kaynakların Seçimi:** Literatür taraması sırasında kullanılan kaynaklar, saygın akademik dergilerde yayınlanmış makaleler, alanında uzman yazarların kitapları ve güvenilir raporlar arasından titizlikle seçilmiştir. Kaynakların seçimi sırasında, dijital araçların eğitimdeki rolü ve etkilerini kapsamlı bir şekilde ele alan ve konuya derinlemesine bakan çalışmalar tercih edilmiştir.

- **Verilerin Doğrulanabilirliği:** Elde edilen bulgular, literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılmış ve tutarlılığı değerlendirilmiştir. Bu süreçte, çalışmada elde edilen bulgular doğrudan alıntılarla desteklenmiş ve mevcut literatürle ilişkisi açıkça belirtilmiştir. Literatürden alınan doğrudan

alıntılar, araştırmanın bulgularının doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmak için kullanılmıştır.

- **Araştırma Sürecinin Şeffaflığı:** Araştırma süreci, literatür taraması ve analiz adımları ayrıntılı olarak betimlenmiştir. Kullanılan veri tabanları, arama kriterleri ve seçilen kaynakların detayları açık bir şekilde sunulmuştur. Bu şeffaflık, araştırmanın tekrar edilebilirliğini ve bulguların güvenilirliğini sağlamaktadır.

- **Analiz Sürecinin Sistematikliği:** Literatür taramasında elde edilen veriler sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak veriler kodlanmış, temalar halinde sınıflandırılmış ve bu temalar arasındaki ilişkiler belirlenmiştir. Analiz sürecindeki sistematik yaklaşım, verilerin tutarlılığını ve geçerliliğini artırmıştır.

BULGULAR

Birinci Alt Probleme Yönelik Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemi olarak belirlenen *Dijital araçların kullanımı, öğrencilerin ders materyallerine erişimini ve öğrenme sürecine katılımlarını nasıl etkilemektedir?* sorusuna yönelik olarak dijital araçların eğitim ortamlarına entegre edilmesi süreçleri kapsamında yapılan araştırma verileri değerlendirilmiştir. Buna göre küreselleşmeyle birlikte teknolojiye gelişim ve dönüşüm birçok alanda olduğu gibi kültür ve iletişimi de değiştirdiği kabul edilen bir gerçeklik olduğunu belirtmek gerekir (Özdemir ve Tabanyeli, 2023, s. 165). Eğitimde dijital araçların kullanımı, teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte eğitim ortamlarında önemli ve belirgin değişikliklere neden olmuştur. Bu değişim, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirme, öğretmenlerin ders içeriğini daha etkili bir şekilde sunma ve öğrenci-öğretmen etkileşimini güçlendirme potansiyeline sahiptir (Smith, 2017, s. 102).

Dijital araçların eğitim ortamlarına uyumu, öğretmenlerin sınıf içi deneyimlerini dönüştürebilir ve öğrencilerin öğrenme süreçlerini olumlu anlamda destekleyebilir (Yadav, 2024, s. 30). Öğrencilere, öğrenme materyallerine daha fazla erişim sağlayarak ve özelleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarak, öğrencilerin öğrenmeye olan ilgilerini artırabilir. Bir öğrencinin ders dışında kendi hızında ve kendi tercih ettiği zaman diliminde materyalleri incelemesine olanak tanıyan çevrim içi ders içeriği, öğrencilerin öğrenme süreçlerini destekleyebilmesi bir örnek olarak gösterilebilir (Secundo vd., 2020, s. 1591). Ayrıca, dijital araçlar eğitimde işbirliğini ve etkileşimi artırabilir. Öğrencilerin birlikte çalışmalarını kolaylaştıran çevrim içi platformlar veya video konferans araçları, öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurmalarını ve işbirliği yapmalarını sağlayabilir. Bu, öğrencilerin birbirlerinden öğrenme ve farklı bakış açılarını paylaşma fırsatını artırırken, aynı zamanda sosyal bağlarını beklenenin aksine güçlendirir (Yıldız, 2022, s. 190).

Eğitimde dijital araçların kullanımı, öğrencilerin farklı öğrenme stillerine uygun öğrenme deneyimleri yaşamalarını sağlayabilir. Görsel öğrenen bir öğrenci için interaktif simülasyonlar veya video dersleri, soyut kavramları somut hale getirerek konuları daha iyi anlamasına ve öğrenmesine yardımcı olacaktır. Benzer şekilde, işitsel öğrenenler için podcastler veya sesli kitaplar gibi dijital araçlar öğrenme süreçlerinde daha fazla etkili olabilir (Johnson ve Johnson, 1994, s. 117). Bu çeşitlilik, öğrencilerin kendi öğrenme tarzlarına uygun olan kaynakları seçmelerine olanak tanıırken, aynı zamanda öğretmenlere de öğrencilerin çeşitli gereksinimlerine cevap verme imkânı sunar.

Dijital araçlar aynı zamanda öğretmenlerin ders içeriğini daha çekici ve etkili bir şekilde sunmalarına imkân sağlarken, öğrencilerin de ilgilerini çekme konusunda klasik yöntemlere oranla daha başarılı olacaklardır (Aydın, 2022, s. 88). Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD]) raporuna göre, interaktif tahtalar veya e-öğrenme platformları aracılığıyla sunulan görsel ve etkileşimli materyaller, öğrencilerin ilgisini çekmekte ve öğrenme sürecine katılımlarını gözle görülür bir şekilde artırmaktadır (OECD, 2020, s. 35). Bu tür araçlar, öğrencilerin öğrenme materyalleriyle etkileşimde bulunmalarına ve kendi öğrenme süreçlerini daha etkin bir şekilde yönetmelerine olanak tanır. Ancak, dijital araçların eğitim ortamlarına uyumuyla ilgili bazı endişeler ve zorluklar da bulunmaktadır (Mukul ve Büyüközkan, 2023, s. 15). Teknik

sorunlar veya erişim kısıtlamaları gibi engeller, bazı öğrencilerin dijital araçlardan tam olarak faydalanmasını engelleyebilir. Bu nedenle, eğitimde dijital araçların kullanımının yaygınlaştırılması ve bu araçlara eşit erişimin sağlanması önemlidir (Timotheou, 2023, s. 6696). Ayrıca, öğretmenlerin dijital araçları etkili bir şekilde kullanabilmeleri için gerekli eğitim ve destek de sağlanmalıdır. Dijital araçların eğitim ortamlarına uyumuyla ilgili başka endişeler de öne çıkmaktadır. Dijital araçların kullanımıyla ilgili gizlilik ve güvenlik konuları, ebeveynlerin ve öğrencilerin endişelerine zaman zaman neden olmaktadır. Bu nedenle, eğitim kurumlarının dijital araçları kullanırken veri güvenliği önlemlerini alması ve öğrencilerin kişisel verilerini koruması oldukça önemlidir (Duman, 2021, s. 27). Gizlilik ve güvenlik gibi unsurlar risk içerse de ders içeriklerinde teknoloji kullanımının sağladığı faydalar, tehditlerinden daha fazladır.

Tablo 1. Eğitimde Dijital Araçların Kullanım Alanları ve Faydaları

Kullanım Alanı	Örnek Araçlar	Sağlanan Faydalar
Ders Materyali Dağıtımı	LMS, e-kitap, interaktif tahtalar	Öğrenci erişimini kolaylaştırır, materyalleri görsel ve işitsel olarak zenginleştirir.
Öğrenci Takip ve Değerlendirme	Çevrim içi testler, quiz araçları	Geri bildirim sağlar, öğrencilerin ilerlemesini ölçer.
İşbirliği ve Katılım	Tartışma forumları, grup projeleri	Öğrenciler arası etkileşimi artırır, işbirlikçi öğrenmeyi destekler.

Dijital araçların eğitim ortamlarına uyumu eğitimde önemli bir dönüşümü temsil ettiğinden, bu sürecin etkili bir şekilde uzmanlarca ve planlı bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Eğitim kurumları, öğretmenler, öğrenciler ve ebeveynler arasında işbirliği ve iletişim, dijital araçların eğitimde etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak için temel bir gerekliliktir. Bu şekilde, dijital araçlar eğitimde öğrenci başarısını artırabilir ve geleceğin öğrenme ortamlarını şekillendirebilir. Dijital araçların eğitim ortamlarına uyumu, öğrenci-öğretmen etkileşimini güçlendirirken, öğrenme deneyimlerini zenginleştirir ve öğretim sürecini daha etkili hale getirir (Gillpatrick, 2020, s. 196). Bu bütünleşmenin başarılı olabilmesi için eşit erişim ve teknik destek gibi konuların da dikkate alınması gerektiği de unutulmamalıdır. Bu noktada, eğitim kurumlarının ve paydaşların işbirliği ve koordinasyonu oldukça önemlidir.

Öğrenme Deneyimlerini Zenginleştirmek

Eğitimde dijital araçların bütünleşmesi, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini çeşitlendirme ve zenginleştirme potansiyeline sahiptir (Johnson ve Johnson, 1994, s. 82). Dijital araçların öğrenme deneyimlerini zenginleştirmesi, öğrencilerin aktif katılımını teşvik edecektir (Gillpatrick, 2020, s. 197). İnteraktif öğrenme oyunları veya simülasyonlar, öğrencilere katılım ve etkileşim fırsatları sunar ve bu da öğrenme motivasyonunu artırabilir. Aynı zamanda, öğrencilerin gerçek dünya deneyimlerine daha yakın olan bu tür materyaller, öğrenmenin anlamını derinleştirirken kalıcı öğrenme sağlar (Smith, 2019, s. 78).

Dijital araçlar, öğrencilerin öğrenme sürecini kişiselleştirebilir ve öğrencilerin kendi öğrenme ihtiyaçlarına göre çalışmalarına olanak tanır (Brown, 2018, s. 143). Adaptif öğrenme sistemleri, öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyebilir ve buna göre özelleştirilmiş öğrenme planları oluşturabilir. Bu, her öğrencinin kendi hızında ilerlemesine ve bireysel öğrenme ihtiyaçlarına daha iyi yanıt vermesine olanak tanır (Secundo vd., 2020, s. 1594).

Bununla birlikte, dijital araçlar öğrencilere öğrenme sürecinde daha fazla bağımsızlık ve sorumluluk kazandırırken, aynı zamanda öğrencilere özelleştirilmiş öğrenme deneyimleri de sunacaktır (OECD, 2020, s. 85). Çevrim içi ödevler veya proje tabanlı çalışmalar, öğrencilere kendi öğrenme süreçlerini daha fazla kontrol etme ve yönlendirme fırsatı sunar. Bu, öğrencilerin eleştirel düşünme, problem çözme ve karar verme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Bununla birlikte adaptif öğrenme platformları, öğrencilerin bireysel öğrenme ihtiyaçlarına ve seviyelerine uygun olarak öğrenme materyallerini sunacaktır. Adaptif öğrenme platformları sayesinde her öğrencinin kendi hızında ilerlemesine ve güçlü ve zayıf yönlerine odaklanması da mümkün olacaktır (Secundo vd., 2020, s.

1595).

Dijital araçlar ayrıca öğrencilere daha fazla etkileşim ve işbirliği fırsatı sunabilir. Çevrim içi tartışma forumları veya proje tabanlı işbirliği araçları da öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurmasını ve fikir alışverişinde bulunmasına önemli katkılar sağlar. Bu, öğrencilerin eleştirel düşünme, problem çözme ve iletişim becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir (Yıldız, 2022, s. 191). Ancak, dijital araçların öğrenme deneyimlerini zenginleştirmesinin bazı zorlukları da bulunmaktadır. Özellikle, teknik sorunlar veya erişim kısıtlamaları gibi engeller, bazı öğrencilerin dijital araçlardan tam olarak faydalanmasını engelleyebilir. Bu nedenle, eğitim kurumlarının ve öğretmenlerin bu tür zorlukları dikkate alarak, öğrencilere eşit erişim ve destek sağlamaları önemlidir (Duman, 2021, s. 29).

Dijital araçların öğrenme deneyimlerini zenginleştirmesi, eğitimde önemli bir dönüşümü temsil ederken, bu sürecin etkili bir şekilde yönetilmesi de gerekmektedir. Eğitim kurumları, öğretmenler, öğrenciler ve diğer paydaşlar arasında işbirliği ve iletişim, dijital araçların eğitimde etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak için kritik bir öneme sahiptir (Chen, 2021, s. 214). Bu şekilde, dijital araçlar öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirerek, daha etkili ve etkileyici öğrenme ortamları sağlayabilir.

Sanal Sınıf Ortamlarında İletişim Dinamikleri ve Teknolojinin Rolü

Dijital dönüşümün eğitim sektörünü etkisi, sanal sınıf ortamlarının yaygınlaşmasına ve öğrenci-öğretmen etkileşiminde teknolojinin rolünün artmasına yol açmıştır. Bu ortamlarda iletişim dinamikleri geleneksel sınıflardan farklılaşmakta ve teknoloji bu dinamiklerin şekillenmesinde belirleyicidir. Sanal sınıf ortamlarında teknolojinin kullanımı, öğrenciyi merkeze alan (öğrenci odaklı) yaklaşımları destekleyebilir. Bu yaklaşımlarda öğrenciler pasif alıcılar değil, aktif öğrenenler konumundadır. Teknoloji, öğrencilere aktif katılım, işbirliği ve içerik oluşturma imkânı sağlayarak öğrenme sürecine daha fazla sahip çıkmalarını teşvik eder.

Sanal sınıf ortamları, zamandan ve mekândan bağımsız öğrenme imkânı sunarak erişilebilirliği artırır. Öğrenciler, farklı coğrafi konumlarda olsalar da eş zamanlı olarak derslere katılabilir ve etkileşime girebilirler. Bu durum, geleneksel sınıflarda yer ve zaman kısıtlamaları nedeniyle mümkün olmayan geniş katılımlı ve çeşitli öğrenme deneyimlerine olanak sağlar (Simonson, 2012, s. 45). Wiki platformları ortamlar aracılığıyla öğrenciler ortak bir dokümanı birlikte yazabilir ve düzenleyebilirler. Bu sayede işbirliği becerilerini geliştirirken aynı zamanda öğrenilen bilgileri pekiştirmiş olurlar (Ertmer ve Ottenbreit-Leftwich, 2010, s. 261). Ayrıca, sanal sınıf ortamlarında anketler, tartışma forumları ve bloglar gibi araçlar kullanılarak öğrencilerin fikirlerini paylaşmaları ve birbirleriyle etkileşim kurmaları sağlanabilir. Bu durum, eleştirel düşünme becerilerini geliştirmeye ve yaratıcı öğrenme ortamları oluşturmaya katkı sağlar (Aragon, 2003, s. 31). Ancak, sanal ortamlarda öğrenci merkezli bir yaklaşımın uygulanabilmesi için sosyal presence kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal presence, sanal ortamda öğrenciler ve öğretmenler arasında kurulan duygusal bağ ve yakınlık hissidir (Short, Williams ve Christie, 1976, s. 60). Yeterli düzeyde sosyal presence sağlanmadığında, öğrenciler kendilerini izole olmuş ve derse ilgisiz hissedebilirler. Bu da öğrenme motivasyonunu ve başarısını olumsuz etkileyebilir.

Teknolojinin kullanımı, sanal ortamlarda sosyal presence oluşturulmasına çeşitli şekillerde katkıda bulunabilir ve farklı iletişim kanalları ve araçlarının kullanılmasını mümkün kılar. Anlık mesajlaşma, sesli ve görüntülü görüşmeler, sanal panolar ve paylaşım platformları gibi araçlar, öğrenci ve öğretmenler arasında daha zengin ve interaktif bir iletişim kurulmasına katkıda bulunur (Garrison, 2011, s. 9).

Sanal sınıf ortamlarında iletişim dinamiklerini etkileyen önemli bir faktör de öğrenci ve öğretmenlerin teknolojik becerileridir. Yeterli teknoloji bilgisine sahip olmayan öğrenciler, sanal ortamda aktif katılımda bulunmakta ve iletişime geçmekte zorlanabilirler. Bu nedenle, bu ortamlarda başarılı bir şekilde öğrenmeyi ve etkileşimi teşvik etmek için dijital okuryazarlık becerilerini geliştirmeye yönelik çalışmalar önem taşımaktadır. Teknolojinin kullanımı, öğrenci-öğretmen etkileşimini farklı şekillerde etkilerken, etkileşimi artırır ve daha aktif bir öğrenme ortamı oluşturabilir (Palloff ve Pratt, 2007, s. 124).

Sanal sınıf ortamları ve teknolojinin kullanımı, eğitim iletişimine ve öğrenci-öğretmen etkileşimine önemli bir etkiye sahiptir. Bu ortamlarda iletişim dinamikleri geleneksel sınıflardan farklılaşmakta ve teknoloji bu dinamikleri şekillendirmektedir. Teknolojinin etkili kullanımı, öğrenci-öğretmen etkileşimini artırabilir ve daha aktif bir öğrenme ortamı oluşturabilir. Ancak, teknolojinin aşırı kullanımı, yetersiz dijital beceriler ve sanal ortamda yeterince sosyal presence kurulamaması gibi faktörler öğrenme sürecini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, sanal sınıf ortamlarında teknolojinin bilinçli ve pedagojik açıdan uygun şekilde kullanılması, etkili bir öğrenme deneyimi sağlamak için kritik öneme sahiptir. Ayrıca, öğrenci merkezli yaklaşımları destekleyen teknolojik araçlar ve yöntemlerin tercih edilmesi, öğrencilerin öğrenme sürecine daha fazla sahip çıkmalarını ve başarılarını artırmalarını sağlayacaktır.

Öğrenme Yönetim Sistemlerinin İletişim Süreçlerine Katkısı

Öğrenme Yönetim Sistemleri, modern eğitimde önemli bir rol oynamakta ve iletişim süreçlerine önemli katkılarda bulunmaktadır. Dijital dönüşümün eğitim sektörüne etkisi, öğrenme yönetim sistemlerinin (ÖYS) yaygınlaşmasına yol açmıştır. LMS'ler, eğitimcilerin ve öğrencilerin çevrim içi bir ortamda bir araya gelerek eğitim içeriklerine erişmelerini, iletişim kurmalarını ve çeşitli görevleri tamamlamalarını sağlayan web tabanlı platformlardır. Bu platformlar, geleneksel eğitim ortamlarına kıyasla birçok açıdan iletişim süreçlerini geliştirmeye katkıda bulunur (Johnson ve Johnson, 1994, s. 92).

- *Artan Erişilebilirlik ve Esneklik:* Zaman ve mekândan bağımsız iletişime imkân sağlayarak erişilebilirliği ve esnekliği artırır. Öğrenciler, kurs materyallerine ve iletişim araçlarına 7/24 erişebilir, kendi hızlarında ilerleyebilir ve farklı zaman dilimlerinde öğretmenleriyle ve diğer öğrencilerle iletişim kurabilirler. Bu durum, özellikle uzaktan eğitim alan veya yoğun programları olan öğrenciler için önemli bir avantajdır.
- *Çeşitli İletişim Kanalları:* LMS'ler, farklı iletişim kanalları sunarak zengin ve interaktif bir iletişim ortamı oluşturur. Anlık mesajlaşma, forumlar, e-posta, sesli ve görüntülü görüşmeler gibi araçlar, öğrencilerin ve öğretmenlerin birbirleriyle farklı formatlarda iletişim kurmalarına ve bilgi alışverişinde bulunmalarına olanak sağlar (Salmon, 2013, s. 89). Bu çeşitlilik, farklı öğrenme stillerine ve tercihlerine hitap ederek iletişimi daha etkili hale getirir.
- *Etkileşimli Öğrenme Deneyimleri:* Sadece bilgi aktarımı değil, aynı zamanda etkileşimi de teşvik eden araçlar sunarken; forumlar, tartışma grupları, wiki'ler ve sanal projeler gibi araçlarla, öğrencilerin aktif katılımını sağlayarak daha derin bir öğrenme deneyimi yaşamasına yardımcı olur (Garrison, 2011, s. 11).
- *Gelişmiş Geri Bildirim ve Değerlendirme:* Bu öğrenme sistemleri, öğretmenlere ve öğrencilere geri bildirim ve değerlendirme imkânı sunan araçlar sunar. Ödevler, sınavlar, anketler ve performans değerlendirme araçları, öğrencilerin ilerleyişini takip etmek ve gerekli geri bildirimi sağlamak için kullanılabilir (Bates ve Sangrà, 2011, s. 23). Bu da öğrenme sürecinin daha şeffaf ve verimli olmasını sağlar.
- *Destekleyici ve Kapsayıcı Ortam:* LMS'ler, sanal topluluklar oluşturarak destekleyici ve kapsayıcı bir öğrenme ortamı oluşturabilir. Forumlar, sohbet odaları ve sanal ofis saatleri gibi araçlar, öğrencilerin birbirleriyle ve öğretmenleriyle bağlantı kurmalarına, fikirlerini paylaşmalarına ve birbirlerinden destek almalarına olanak sağlar (Vygotsky, 1978, s. 86). Bu da öğrenme motivasyonunu ve başarısını artırabilir.

LMS, öğrencilerin ve öğretmenlerin bir araya gelerek etkileşimde bulunabileceği ve öğrenme materyallerine erişebileceği çevrim içi bir platform sağlar. Bu platformlar, öğrencilerin ders içeriğine erişimini kolaylaştırır ve öğretmenlerin ders materyallerini yönetmesine olanak tanır. Ayrıca, LMS aracılığıyla sunulan iletişim araçları, öğrenci-öğretmen etkileşimini artırabilir ve öğrenme deneyimlerini zenginleştirebilir. LMS'nin sağladığı iletişim araçları, öğrencilerin öğretmenleriyle

etkileşimde bulunmalarını kolaylaştırır (Secundo vd., 2020, s. 1598). Çevrim içi sohbet, forumlar veya mesajlaşma araçları, öğrencilerin öğretmenlerine sorular sormasını, geri bildirim almasını ve dersle ilgili konularda iletişim kurmasını sağlar. Bu, öğrencilerin öğrenme sürecinde daha aktif bir rol almalarını teşvik eder ve öğrencilerin öğrenme sürecini daha iyi anlamalarına yardımcı olur. Ayrıca, LMS'nin öğrenci-öğrenci etkileşimini teşvik ettiği de gözlemlenmiştir. LMS platformları, öğrencilerin grup projeleri üzerinde birlikte çalışmalarını veya tartışma forumlarında fikir alışverişinde bulunmalarını sağlar. Bu, öğrencilerin birbirlerinden öğrenmelerini ve farklı bakış açıları kazanmalarını teşvik eder. Ayrıca, bu tür etkileşimler, öğrencilerin sosyal becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur. Teknolojinin rolü, LMS'nin iletişim süreçlerine daha fazla katkı sağlamasını sağlar. Çeşitli iletişim araçları ve platformlar, öğrencilerin ders materyalleriyle etkileşimde bulunma ve ders içeriğini daha iyi anlama fırsatını artırır. Ayrıca, bu teknolojiler, öğrencilerin öğretmenleriyle ve birbirleriyle etkileşimde bulunma sürecini daha kolay ve verimli hale getirir. İletişim süreçlerine katkısıyla ilgili LMS'nin bazı zorluklarının da olduğunu unutmamak gerektiğini vurgulayan Mukul ve Büyüközkan (2018), özellikle teknik sorunlar veya internet bağlantısıyla ilgili problemler ile iletişimin kesintiye uğrayabileceğine ve öğrencilerin öğrenme deneyimlerini olumsuz etkilenebileceğine dikkat çeker. Bu nedenle, eğitim kurumlarının ve öğretmenlerin bu tür zorlukları dikkate alarak, iletişimde kullanılan teknolojilerin güvenilirliğini ve erişilebilirliğini sağlamaları önemlidir.

Bu bağlamda LMS'lerin, eğitim iletişim süreçlerini geliştirmeye ve daha etkili bir öğrenme ortamı oluşturmaya önemli katkılarda bulunduğunu belirtmek gerekir. Erişilebilirliği ve esnekliği artırarak, çeşitli iletişim kanalları sunarak, etkileşimli öğrenme deneyimleri teşvik ederek, geri bildirim ve değerlendirmeyi kolaylaştırarak ve destekleyici bir ortam oluşturarak, LMS'ler hem öğrenciler hem de öğretmenler için önemli bir araç haline gelmiştir.

İçerik Paylaşımı ve İletişim Platformları

İnternet teknolojisinin hızla gelişmesiyle birlikte içerik paylaşımı ve iletişim platformları, eğitimde önemli bir unsurdur. İçerik paylaşımı ve iletişim platformları, öğrencilere ders materyallerine erişim ve etkileşim imkânı sunar. Birçok eğitim kurumu, ders içeriği, ödevler, sunumlar ve okuma materyalleri gibi kaynakları öğrencilerle paylaşmak için çevrim içi platformlar kullanır. Bu, öğrencilerin ders materyallerine daha kolay ve hızlı bir şekilde erişmelerini sağlar ve öğrenme sürecini destekler (Brown, 2017, s. 125).

İletişim platformları, öğrenci-öğretmen etkileşimini artırabilir ve öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirebilir. E-posta, anlık mesajlaşma ve forumlar gibi iletişim araçları, öğrencilerin öğretmenleriyle sorular sormasını, geri bildirim almasını ve dersle ilgili konularda iletişim kurmasını sağlar. Bu, öğrencilerin öğretmenleriyle daha sık ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlar ve öğrenme sürecini destekler (OECD, 2020, s. 92).

Ayrıca, içerik paylaşımı ve iletişim platformları, öğrenciler arası etkileşimi teşvik edebilir. Sosyal medya platformları veya çevrim içi grup projeleri, öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurmasını ve işbirliği yapmasını sağlar. Bu, öğrencilerin fikir alışverişinde bulunmalarını ve birbirlerinden öğrenmelerini teşvik eder. Teknolojinin rolü, içerik paylaşımı ve iletişim platformlarının öğrenme deneyimlerini daha etkili hale getirmesine katkıda bulunur. Özellikle, bu platformlar öğrencilere ders materyalleriyle etkileşimde bulunma ve ders içeriğini daha iyi anlama fırsatı sunar. Ayrıca, teknoloji, iletişim süreçlerini daha kolay ve verimli hale getirerek öğrencilerin öğretmenleriyle ve birbirleriyle daha etkili bir şekilde etkileşimde bulunmasını sağlar (Duman, 2021, s. 35).

İçerik paylaşımı ve iletişim platformlarının kullanımıyla ilgili birçok avantajın yanı sıra öne çıkan bazı zorluklar da vardır. Özellikle, teknik sorunlar veya gizlilik endişeleri gibi tehditler bu platformların etkin bir şekilde kullanılmasını engelleyebilecektir. Bu nedenle, eğitim kurumlarının ve öğretmenlerin bu tür zorlukları dikkate alarak, öğrencilere sürdürülebilir bir iletişim ortamı sağlamaları önemlidir (Timotheou, 2023, s. 6710). Dijital dönüşüm, eğitimde içerik paylaşımı ve iletişim platformlarının kullanımını önemli ölçüde artırsa da bu platformlar, eğitimcilerin ve öğrencilerin çeşitli formatlarda bilgi ve materyalleri paylaşmalarına, senkron ve asenkron iletişim kurmalarına ve sanal topluluklar oluşturmalarına belirli ölçüde olanak sağlar. İçerik paylaşımına ilişkin iletişim platformları

değerlendirildiğinde öne çıkan unsurları da şu şekilde sıralamak mümkündür:

- *Çeşitli İçerik Paylaşım Seçenekleri:* Bu platformlar, metin, video, ses, resim ve interaktif içerikler gibi farklı formatlarda içerik paylaşımına imkân verir. Öğretmenler, ders notları, sunumlar, videolar, podcastler ve e-kitaplar gibi materyalleri kolayca paylaşabilir ve öğrenciler de kendi içeriklerini ve projelerini sunabilirler (Hrastinski, 2009, s. 79). Bu çeşitlilik, farklı öğrenme stillerine ve tercihlerine hitap ederek öğrenmeyi daha etkili hale getirir.
- *Senkron ve Asenkron İletişim:* Platformlar, anlık mesajlaşma, forumlar, sohbet odaları ve sanal sınıflar gibi araçlar aracılığıyla senkron ve asenkron iletişimi destekler. Öğretmenler ve öğrenciler, gerçek zamanlı olarak veya farklı zamanlarda iletişim kurabilir, sorular sorabilir, tartışmalara katılabilir ve birbirleriyle fikir alışverişinde bulunabilirler (Salmon, 2013, s. 89). Bu, geleneksel sınıflara kıyasla daha esnek ve katılımcı bir iletişim ortamı sağlar.
- *Sanal Topluluk Oluşturma:* Platformlar, ortak ilgi alanlarına sahip kişilerin bir araya gelerek sanal topluluklar oluşturmaya imkân verir. Öğrenciler, forumlar, gruplar ve sosyal medya platformları aracılığıyla birbirleriyle bağlantı kurabilir, bilgi ve deneyimlerini paylaşabilir, projelerde işbirliği yapabilir ve birbirlerinden destek alabilirler (Vygotsky, 1978, s. 86). Bu da öğrenmeyi daha sosyal ve motive edici hale getirir.
- *Erişilebilirlik ve Esneklik:* Platformlar, 7/24 erişilebilir ve farklı cihazlardan kullanılabilen çevrim içi ortamlar sunar. Bu, öğrencilerin kendi hızlarında ilerlemelerine, zaman ve mekândan bağımsız olarak bilgi ve materyallere erişmelerine ve diğer öğrencilerle iletişim kurmalarına olanak sağlar (Harasim, 2012, s. 34). Bu da eğitimi daha erişilebilir ve esnek hale getirir.

Bu alanda yapılan araştırma ve değerlendirmeler göstermektedir ki içerik paylaşımı ve iletişim platformları, eğitimde belirleyici ve etkin bir rol oynamaktadır. Bu platformlar, çeşitli içerik paylaşım seçenekleri sunarak, senkron ve asenkron iletişimi destekleyerek, sanal topluluklar oluşturarak, öğrenci aktif katılımını artırarak ve erişilebilirlik ve esneklik sağlayarak, eğitim iletişimini geliştirmeye ve daha etkili bir öğrenme ortamı oluşturmaya önemli katkılarda bulunulabilir. Ancak her şart altında teknik ve gizlilikle ilgili zorluklar göz önünde bulundurulmalı ve bu platformların güvenli bir şekilde kullanılmasını sağlamak için gerekli önlemler alınmalıdır.

Uzaktan Eğitimin İletişim Zorlukları ve Çözümleri

Uzaktan eğitim, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte daha fazla önem kazanan bir eğitim modeli haline gelmiştir. Ancak, uzaktan eğitim sürecinde özellikle teknik açıdan iletişim zorlukları ortaya çıkabilmektedir. Bu zorluklar temelde yüz yüze iletişimin sağladığı etkileşimin verimliliğine ulaşamaması, dikkat dağıtıcı faktörler ve teknik sorunlar başta olmak üzere, eşitsiz erişim ve motivasyon eksikliği gibi hususlar olarak sıralanabilir.

Uzaktan eğitimde en yaygın iletişim zorluklarından biri, öğrenci-öğretmen etkileşiminin sınırlı olmasıdır. Öğrencilerin ve öğretmenlerin fiziksel olarak bir araya gelmediği bu ortamlarda, yüz yüze iletişim eksikliği, öğrencilerin öğrenme sürecini etkileyebilir. Bu durumda, düzenli olarak planlanmış sanal sınıf oturumları veya bireysel danışmanlık saatleri gibi etkileşimli iletişim araçları kullanılabilir (Brown, 2017, s. 123). Teknolojik sorunlar da uzaktan eğitimde en sık karşılaşılan iletişim zorlukları arasında yer alır. Özellikle, internet bağlantısı sorunları veya bilgisayar yazılımı uyumsuzlukları, öğrencilerin derslere katılımını engelleyebilir veya iletişimi kesintiye uğratabilir. Bu sorunların üstesinden gelmek için, eğitim kurumları ve öğretmenler, teknik destek hizmetleri sunarak veya alternatif iletişim araçları kullanarak öğrencilere yardımcı olabilir. Uzaktan eğitimde öğrenciler arası iletişimde de zorluklar yaşanabilir. Öğrencilerin birbirleriyle etkileşime girmesi ve işbirliği yapması, fiziksel olarak bir araya gelmedikleri için daha zor olabilir. Bu durumda, çevrim içi tartışma forumları, grup projesi platformları veya sanal grup çalışmaları gibi araçlar kullanılarak öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurması teşvik edilebilir (Yıldız, 2022, s. 196). Bununla birlikte, uzaktan eğitimde iletişim

zorluklarının üstesinden gelmek için daha kapsamlı stratejiler de gerekebilir (Chen, 2021, s. 214). Öğrenci-öğretmen etkileşimini artırmak için eğitim kurumları, öğretmenlerin düzenli olarak öğrencilerle iletişim kurmalarını teşvik edebilir veya öğrencilere daha fazla interaktif içerik sağlayabilir. Ayrıca, teknik sorunların azaltılması için yedek planlar oluşturulabilir ve öğrencilere teknik destek sunulabilir (Duman, 2021, s. 31).

Uzaktan eğitimde iletişim zorlukları kaçınılmazdır ancak bu zorlukların üstesinden gelmek için çeşitli çözümler de bulunmaktadır. Düzenli ve etkileşimli iletişim araçlarının kullanımı, teknik sorunların çözümü ve öğrenciler arası etkileşimin teşviki, uzaktan eğitimin iletişim kalitesini artırabilir ve öğrenme deneyimlerini iyileştirebilir. Chen (2021), yaşanabilecek olası zorluklar ve engellere karşı çeşitli çözüm önerileri geliştirmiştir. Bu öneriler belirli başlıklarda toplanarak uzaktan eğitimin kalitesinin artırılmasını amaçlamaktadır.

- *Senkron ve Asenkron İletişim Kanallarını Kullanmak:* Canlı derslerin yanı sıra, forumlar, e-posta, mesajlaşma platformları gibi farklı iletişim kanallarını kullanmak, öğrencilerin farklı zamanlarda ve farklı şekillerde iletişim kurmasına olanak sağlar.
- *Teknolojinin Etkin Kullanımı:* Görüntülü görüşmeler, sanal sınıflar gibi teknolojik araçlar, yüz yüze etkileşime yakın bir deneyim sunabilir.
- *Etkin Katılımı Teşvik Etmek:* Öğrencilere soru sorma, yorum yapma ve tartışmalara katılma için teşvik edici bir ortam oluşturmak, derse olan ilgilerini ve motivasyonlarını artırabilir.
- *Zaman Yönetimi Becerilerini Geliştirmek:* Öğrencilere zamanlarını etkin bir şekilde yönetmeleri ve dikkat dağınık faktörlerden uzak durmaları için rehberlik etmek önemlidir.
- *Eşitsizlikleri Gidermek:* Teknolojiye ve internete erişimi olmayan öğrenciler için alternatif çözümler sunmak, eğitimde fırsat eşitliğini sağlamaya yardımcı olur.
- *Açık İletişim Kurmak:* Öğretmenlerin ders içeriği, beklentiler ve değerlendirme kriterleri hakkında açık ve net bir şekilde bilgi vermesi önemlidir.
- *Geri Bildirim Sağlamak:* Öğretmenlerin ve öğrencilerin birbirlerine düzenli olarak geri bildirim vermeleri, iletişimi geliştirmeye ve öğrenmeyi desteklemeye yardımcı olur.
- *Sabırlı Olmak:* Uzaktan eğitimde iletişim kurmak zaman alabilir. Öğretmenlerin ve öğrencilerin sabırlı olmaları ve birbirlerine karşı anlayışlı davranmaları önemlidir.

Uzaktan eğitimde iletişim kurmak zorlayıcı olsa da, doğru araçlar ve yöntemler kullanılarak bu zorlukların üstesinden gelmek mümkündür. Öğretmenlerin, öğrencilerin ve velilerin birlikte çalışarak etkili bir iletişim ortamı oluşturmaları, uzaktan eğitimin başarısı için önemlidir.

İkinci Alt Probleme Yönelik Bulgular

Çalışmanın ikinci alt problemini oluşturan “Öğretmenlerin dijital becerilerinin geliştirilmesi, onların öğrenciyle olan iletişimlerini ve öğretim süreçlerinin verimliliğini nasıl artırmaktadır?” sorusuna yönelik araştırma kapsamında elde edilen bulgular, öğrenci katılımını artırmak için geliştirilen stratejileri de içerecek şekilde değerlendirilmiştir.

Teknoloji kullanımlarının öğrenci motivasyonuna olumlu etkiler gösterdiğine ilişkin yapılan araştırmalarda öğretmenin teknoloji yatkınlığı da belirleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital becerilerini geliştirmeden teknoloji kullanımında bulunan öğretmene öğrencinin verdiği reaksiyon ile, becerisini geliştirerek kullanan öğretmen arasında oldukça farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2. Teknoloji Kullanımının Öğrenci Motivasyonuna Etkilerini Inceleyen Çalışmalar

Çalışma	Teknoloji Türü	Ölçütler	Ana Bulgular
Anderson ve Dron (2011)	Oyunlaştırma	Katılım oranları, başarı puanları, motivasyon anketleri	Oyunlaştırma uygulamalarına katılan öğrencilerin, geleneksel eğitim yöntemlerine göre daha yüksek motivasyon seviyeleri ve ders içi katılım göstermiştir.
Mayer ve Moreno (2003)	Online Eğitim Platformları	Motivasyon seviyeleri, etkileşim sıklığı, başarı oranları	Çevrim içi eğitim platformları kullanan öğrenciler, ders içindeki motivasyonlarını artırmış ve katılım oranları artmıştır.
Plass, Homer ve Kinzer (2015)	Etkileşimli Dijital Oyunlar	Motivasyon anketleri, başarı puanları, etkileşim sıklığı	Dijital oyunlar, öğrencilere anlık geri bildirim ve kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarak içsel motivasyonu artırmıştır.
Cheong, Filippi ve Grant (2014)	Mobil Uygulamalar	Katılım oranları, başarı puanları, öğrenci memnuniyeti	Mobil öğrenme uygulamaları, öğrencilerin derslere daha yüksek motivasyonla katılmalarını sağlamıştır.
Schunk ve DiBenedetto (2020)	Eğitim Yazılımları, Online Araçlar	İçsel motivasyon, özgüven, başarı hissi	Eğitim yazılımları ve çevrim içi araçlar, öğrencilerin başarı hissini ve özgüvenini artırarak içsel motivasyonlarını güçlendirmiştir.
Deterding et al. (2011)	Oyunlaştırma	Öğrenci bağlılıkları, etkileşim seviyeleri, ders içi katılım	Oyunlaştırma uygulamaları, öğrencilerin öğrenmeye olan bağlılıklarını ve ders içi etkileşimlerini artırmıştır.
Lin, Yu ve Chen (2021)	Eğitim Teknolojileri (VR, AR)	Katılım oranları, başarı puanları, öğrenme başarıları	Sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri kullanıldığında öğrencilerin öğrenme başarıları ve motivasyonları artmıştır.

Öğrenci katılımı, etkili iletişim stratejileriyle büyük ölçüde etkilenebilir ve bu da öğrenme deneyimlerini olumlu yönde etkileyebilir. Öğrenci katılımını artırmak için kullanılacak iletişim stratejilerini sıralamak mümkündür. İlk olarak, öğretmenlerin öğrencilerle etkileşimini artırmak için aktif dinleme becerilerini kullanmaları önemlidir (Smith, 2019, s. 107). Öğrencilerin görüşlerini, sorularını ve endişelerini dikkatle dinlemek, onların katılımını teşvik eder. Bu, öğrencilerin ders içeriğine daha fazla bağlılık hissetmelerini sağlar ve sınıf içinde daha aktif bir rol almalarını teşvik eder (Brown, 2017, s. 125). Sonrasında, öğretmenlerin açık ve destekleyici iletişim ortamları oluşturmaları gerekmektedir. Öğrencilerin kendilerini rahat hissetmelerini sağlamak ve fikirlerini özgürce ifade etmelerini teşvik etmek, öğrenci katılımını artırabilir. Ayrıca, olumlu geri bildirimler vermek ve öğrencileri cesaretlendirmek de katılımı teşvik edebilir (OECD, 2020, s. 175).

İnteraktif öğrenme araçları ve aktiviteleri kullanarak öğrencilerin katılımı artırılabilir. Tartışma forumları, grup çalışmaları, interaktif oyunlar veya sınıf içi anketler, öğrencilerin aktif bir şekilde katılım göstermelerini teşvik edebilir. Bu tür etkinlikler, öğrencilerin ders materyalleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlar ve derse daha fazla bağlanmalarını sağlar (Johnson ve Johnson, 1994 s. 92). Bir başka strateji yaklaşımı, öğrenciler arası etkileşimi teşvik etmektir. Öğrencilerin birbirleriyle fikir alışverişinde bulunmaları ve birlikte çalışmaları, ders içinde daha fazla katılım sağlayabilir. Bu nedenle, grup projeleri, tartışma grupları veya ortak çalışma platformları gibi araçlar kullanılarak öğrencilerin birbirleriyle etkileşime girmesi teşvik edilebilir.

Öğretmenlerin öğrencilerle bire bir iletişim kurmalarını teşvik etmek eğitimin kalitesi, öğrencinin

özgüveni ve öğretmenin yeterliliği açısından da oldukça önemlidir. Öğrencilerin öğretmenleriyle bire bir görüşmeler yapmaları, öğrencilerin kişisel olarak desteklenmesini sağlar ve öğrencilerin derse katılımını artırabilir. Bu tür görüşmeler, öğrencilerin öğrenme hedeflerini belirlemelerine ve öğrenme ilerlemelerini değerlendirmelerine olanak tanır (Timotheou, 2023, s. 6715).

Özetlemek gerekirse, öğrenci katılımını artırmak için etkili iletişim stratejileri kullanılmalıdır. Bunlar, aktif dinleme, destekleyici iletişim ortamları oluşturma, interaktif öğrenme araçlarını kullanma, öğrenciler arası etkileşimi teşvik etme ve bire bir iletişimi teşvik etme gibi stratejileri içerir. Bu stratejiler, öğrencilerin derse daha fazla katılım göstermelerini sağlar ve öğrenme deneyimlerini iyileştirir.

Eğitim Teknolojileri ve Öğrenci Motivasyonu

Eğitim teknolojileri, öğrencilerin motivasyonunu artırmak ve öğrenme sürecini daha etkili hale getirmek için önemli bir araçtır. Eğitim teknolojileri, öğrencilere daha interaktif ve etkileşimli öğrenme deneyimleri sağlayarak motivasyonlarını artırabilir (Brown, 2018, s. 76). Sanal gerçeklik (Virtual Reality [VR]) veya artırılmış gerçeklik (Augmented Reality [AR]) gibi teknolojiler, öğrencilerin ders materyalleriyle etkileşimde bulunmalarını ve konuları daha derinlemesine keşfetmelerini sağlarken, öğrencilerin öğrenme sürecine daha fazla bağlanmalarına ve motive olmalarına da olanak tanır.

Eğitim teknolojileri, öğrenme materyallerini daha çekici ve ilgi çekici hale getirerek öğrencilerin motivasyonunu artıracaktır. İnteraktif ders kitapları, animasyonlar, videolar ve diğer multimedya içerikler, öğrencilerin dikkatini çekebilir ve öğrenme sürecine daha fazla katılım göstermelerini teşvik edebilir. Eğitim teknolojileri, öğrencilere özelleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarak motivasyonlarını artırabilir (OECD, 2020, s. 17). Adaptif öğrenme sistemleri veya öğrenci performansına dayalı öneriler gibi teknolojiler, öğrencilerin bireysel öğrenme ihtiyaçlarına ve hızına uygun materyaller sunar. Bu, öğrencilerin başarılarını görmelerini sağlar ve daha fazla öz güven kazanmalarına yardımcı olur.

Eğitim teknolojileri, öğrencilere anlık geri bildirim ve ilerleme izleme imkânı sağlayarak motivasyonlarını artırabilir. Online quizler, değerlendirme araçları ve öğrenci performansı izleme sistemleri, öğrencilere hızlı geri bildirim sağlar ve ilerleme kaydetmelerini teşvik eder. Eğitim teknolojileri, işbirliğine dayalı öğrenme ortamları oluşturarak öğrencilerin birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını ve birlikte çalışmalarını teşvik edebilir. Çevrim içi tartışma forumları, grup proje platformları ve sanal sınıf ortamları gibi araçlar, öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurmalarını ve fikir alışverişinde bulunmalarını sağlar (Smith, 2019, s. 112).

Eğitim teknolojileri, öğrencilerin motivasyonunu artırmak için çeşitli fırsatlar sunar. Ancak, teknolojilerin etkili bir şekilde kullanılması ve öğrencilerin bireysel öğrenme ihtiyaçlarına uygun olarak uyarlanması önemlidir. Bu şekilde, eğitim teknolojileri öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirir ve motivasyonlarını artırır.

İlgi Çekici İçeriklerin Tasarımı ve İletişim Stratejileri

İlgi çekici içeriklerin tasarımı ve iletişim stratejileri, eğitim sürecinde öğrencilerin dikkatini çekmek ve motive etmek için kullanılır. Bu açıdan içerikleri çeşitlendirmek, kişiselleştirmek, örneklem ve deneyimler kullanmak, görsel ve işitsel unsurların kullanımı gibi yöntemlerle geliştirmek mümkündür (Secundo vd., 2020, s. 1594).

İlgi çekici içeriklerin tasarımında önemli bir faktör ise içeriklerin çeşitlendirilmesidir (Brown, 2018, s. 76). Öğrencilerin farklı öğrenme tarzlarına ve ilgi alanlarına hitap eden çeşitli içerik formatları kullanılabilir. Metinler, videolar, ses kayıtları, infografikler, animasyonlar gibi farklı medya formatları içeren içerikler, öğrencilerin dikkatini çekebilir ve öğrenme motivasyonlarını artırabilir. İlgi çekici içeriklerin tasarımında kişiselleştirmenin de önemli bir unsur olduğunu unutmamak gerekir (OECD, 2020, s. 102). Öğrencilerin bireysel ilgi alanlarına ve öğrenme ihtiyaçlarına uygun içerikler sunulması, öğrencilerin dikkatini çekmek ve motivasyonlarını artırmak için etkili bir yöntemdir. Bu nedenle

içeriklerin öğrencilere göre kişiselleştirilmesi özellikle ilgilerini çekmek, bu suretle öğrenmelerini hızlandırmak ve en önemlisi öğrenimi kalıcı hale getirmek açısından faydalı olacaktır.

İlgi çekici içeriklerin tasarımında hikâye anlatımı ve gerçek hayattan örneklerin kullanılması etkili bir stratejidir. Öğrencilere içerikleri daha anlamlı ve ilgi çekici hale getirmek için gerçek yaşamdan örnekler ve ilgi çekici hikâyeler kullanılabilir. Bu, öğrencilerin içeriklere daha fazla bağlanmalarını sağlar ve öğrenme motivasyonlarını artırır. İlgi çekici içeriklerin tasarımında etkileşimli öğrenme deneyimleri sağlamak önemlidir (Johnson ve Johnson, 1994, s. 102). Öğrencilerin içeriklerle etkileşime girebilmeleri ve içerikleri aktif bir şekilde keşfetmeleri, öğrenme motivasyonlarını artırır. Bu nedenle, interaktif quizler, simülasyonlar, oyunlar ve diğer etkileşimli araçlar içeren içerikler tasarlanabilir.

İlgi çekici içeriklerin tasarımında görsel ve işitsel unsurların kullanılması önemlidir. Çekici grafikler, renkli görseller, etkileyici videolar, ilgi çekici ses efektleri gibi unsurlar barındıran içerikler, öğrencilerin dikkatini çeker ve öğrenme motivasyonlarını artırır. İlgi çekici içeriklerin tasarımında iletişim stratejilerinin kullanılması da önemlidir. Öğretmenlerin açık ve etkili iletişim, öğrencilerle etkileşim içinde olma, olumlu geri bildirimler verme ve öğrencilere destek olma gibi stratejiler kullanarak öğrencilerin içeriklere daha fazla bağlanmalarını sağlamaları gerekmektedir (Smith, 2019, s. 112). İlgi çekici içeriklerin tasarımında içeriklerin çeşitlendirilmesi, kişiselleştirilmesi, hikâye anlatımı ve örneklerin kullanılması, etkileşimli öğrenme deneyimlerinin sağlanması, görsel ve işitsel unsurların kullanılması ve iletişim stratejilerinin kullanılması önemlidir. Bu stratejiler, öğrencilerin içeriklere daha fazla bağlanmalarını sağlar ve öğrenme motivasyonlarını artırır.

Öğretmen Eğitiminde Dijital Beceriler

21.yüzyılda bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) eğitimdeki rolü her geçen gün artmaktadır. Bu durum, öğretmenlerden de bu teknolojileri etkin bir şekilde kullanabilmelerini ve dijital becerilerini geliştirmelerini beklemektedir. Dijital beceriler, öğretmenlerin günümüzün dijital öğrencilerinin ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri ve etkili bir öğretim sunabilmeleri için gereklidir. Dijital beceriler, BİT'leri kullanarak bilgi bulma, değerlendirme, oluşturma, paylaşma ve iletişim kurma yeteneğini kapsar (Taşkiran, 2017). Öğretmenlerin sahip olması gereken temel dijital beceriler bulunmakta ve bu beceriler de gerek eğitimin gerekse iletişimin sağlıklı ilerlemesi ve hedeflenen başarıya ulaşması adına önemlidir.

Sosyal Medya ve Dijital Vatandaşlık

Sosyal medya platformlarını kullanma ve dijital ortamda etik davranma becerileri.

Dijital becerilerle donatılmış öğretmenler, derslerini daha ilgi çekici ve interaktif hale getirebilir, öğrencilere farklı öğrenme imkânları sunabilir ve öğrenmeyi daha eğlenceli hale getirebilir. Dijital beceriler ayrıca öğretmenlerin diğer meslektaşlarıyla iletişim kurmalarını, mesleki gelişimlerini sürdürmelerini ve yenilikçi uygulamaları takip etmelerini de kolaylaştırır. Öğretmenlerin dijital becerilerini geliştirmek için, çeşitli dijital araçların kullanımı ve uyumu önemlidir (Smith, 2020, s. 112).

Öğretmenler, öğrenme yönetim sistemleri, interaktif tahta uygulamaları, çevrim içi öğrenme platformları gibi araçları etkin bir şekilde kullanarak ders materyallerini zenginleştirebilir ve öğrencilerin dijital becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilirler. Öğretmenlerin dijital becerilerini geliştirmek için çevrim içi eğitim ve uygulamalardan yararlanmaları önemlidir (Bozkurt vd., 2021). Çeşitli dijital platformlar ve kurslar aracılığıyla, öğretmenler dijital araçları nasıl kullanacaklarını öğrenebilir ve etkin bir şekilde entegre edebilirler. Ayrıca, öğretmenlerin diğer deneyimli meslektaşlarından mentorluk alması da faydalı olabilir.

Öğretmen eğitiminde dijital becerilerin geliştirilmesinde pedagojik yenilikçilik ve dijital öğretim yaklaşımları da önemlidir (OECD, 2020, s. 104). Öğretmenler, dijital teknolojileri etkili bir şekilde kullanarak öğrenme sürecini daha etkili ve etkileyici hale getirebilirler. Tersine öğrenme, etkileşimli ders materyalleri, proje tabanlı öğrenme gibi dijital öğretim yaklaşımları kullanılabilir. Öğretmen eğitiminde dijital becerilerin geliştirilmesinde öğretmenler arası işbirliği ve paylaşım da önemli

unsurlardan birisidir (Taylor, 2021, s. 88). Deneyimli öğretmenlerin, dijital becerilere sahip olmayan meslektaşlarına mentorluk yapması ve deneyimlerini paylaşması, dijital becerilerin daha geniş bir öğretmen kitlesine yayılmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, dijital araçlar ve uygulamalar hakkında bilgi ve deneyim paylaşımı için profesyonel gelişim toplantıları ve atölyeler düzenlenebilir.

Öğretmenlerin dijital becerilerini sürekli olarak geliştirmeleri ve değerlendirmeleri de bir başka önemli unsur olarak karşımıza çıkar. Okul yönetimi, öğretmenlere sürekli profesyonel gelişim fırsatları sunarak dijital becerilerini güncel tutmalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, öğretmenlerin dijital becerilerinin değerlendirilmesi ve geri bildirim alması da önemlidir, bu da onların sürekli olarak gelişmelerine katkı sağlar. Öğretmen eğitiminde dijital becerilerin geliştirilmesi, eğitim sürecinin kalitesini artırır ve öğrencilerin dijital çağda başarılı olmalarına yardımcı olur. Bu nedenle, okul yönetimleri ve eğitim kurumları, öğretmenlerin dijital becerilerini geliştirmek için çeşitli stratejiler ve kaynaklar sağlamalıdır.

Teknoloji Odaklı İletişim Yetkinliklerinin Geliştirilmesi

Teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin geliştirilmesi, günümüzün dijital dünyasında iletişim becerilerinin önemli bir parçası haline gelmiştir (Gillpatrick, 2020, s. 198). Günümüzde insanlar, yüz yüze etkileşimin yanı sıra, elektronik posta, anlık mesajlaşma platformları, sosyal medya ve video konferans gibi çeşitli teknolojik araçlar aracılığıyla da iletişim kurmaktadır. Bu değişim, bireylerin teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerini geliştirme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir.

Dijital okuryazarlık ve bilgi yönetimi becerilerinin geliştirilmesi, öğrencilerin dijital kaynakları etkili bir şekilde araştırma yapmalarını, doğru bilgiyi seçmelerini ve değerlendirmelerini sağlar. Çevrim içi iletişim becerilerinin güçlendirilmesi ise öğrencilerin e-posta yazma, dijital toplantılara katılma, çevrim içi tartışmalara katılma gibi becerileri kazanmalarına yardımcı olur. Ayrıca, görsel ve yazılı iletişim becerilerinin geliştirilmesi, öğrencilerin sunum yapma, grafik tasarımı, video düzenleme gibi görsel iletişim becerilerini geliştirmelerine olanak tanır (OECD, 2020, s. 87). Problem çözme ve karar verme becerilerinin güçlendirilmesi ise öğrencilerin teknolojiyi kullanarak karmaşık sorunları analiz etmelerini, alternatif çözümler üretmelerini ve en uygun kararı vermelerini sağlar. Teknoloji odaklı iletişim yetkinlikleri, çeşitli yöntemler kullanılarak geliştirilebilir. Okullarda ve diğer eğitim kurumlarında teknoloji odaklı iletişim becerilerine ilişkin kurslar ve atölye çalışmaları düzenlenmesi (Bawarshi ve Reiff, 2010), teknolojik araçların kullanımı ile ilgili çevrim içi kurslar, videolar ve diğer kaynaklara erişim imkânı sağlanması (Lenhart, Madden ve Smith, 2007), deneyimli kullanıcıların diğer kullanıcılara rehberlik ve destek sunması gibi yöntemlerle geliştirmek mümkündür.

İşbirliği ve ekip çalışması becerilerinin geliştirilmesi, öğrencilerin çevrim içi platformlar üzerinden etkili bir şekilde iletişim kurmalarını, projelerde işbirliği yapmalarını ve grup çalışmalarına katılmalarını teşvik eder. Bu yetkinliklerin geliştirilmesi, öğrencilerin dijital çağda başarılı olmalarını sağlar ve onları gelecekteki iş ve yaşam için hazırlar.

SONUÇ

Dijital dönüşüm, eğitim iletişimi ve öğrenme ortamlarında önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu dönüşüm, özellikle dijital araçların eğitim ortamlarına uyumuyla dikkate değer bir ivme kazanmaktadır. Dijital araçların eğitimdeki rolü, öğrenci-öğretmen etkileşimini güçlendirmek, öğrenme deneyimlerini zenginleştirmek ve öğretim sürecini daha etkili hale getirmek gibi çeşitli yönlerden incelenmiştir.

Öncelikle, dijital araçların eğitimdeki önemi vurgulanırken, öğretmenlerin ders içeriğini daha çekici ve etkili bir şekilde sunmalarına yardımcı olduğu gibi, öğrencilere farklı öğrenme stillerine uygun materyaller sunarak öğrenme deneyimlerini kişiselleştirmelerindeki önemi de ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, dijital araçlar öğrenciler arasındaki işbirliğini artırarak etkileşimi teşvik etmekte ve öğrencilerin birbirlerinden öğrenme fırsatlarını genişletmektedir. Dijital araçların eğitimdeki etkileri sadece öğrenme deneyimlerini zenginleştirmekle kalmamakta, aynı zamanda sanal sınıf ortamlarının gelişmesine ve öğrenci-öğretmen etkileşiminin şekillenmesine de katkı sağlamaktadır. Sanal sınıf ortamlarının yaygınlaşması, öğrencilerin zamandan ve mekândan bağımsız olarak öğrenmelerine

imkân tanımaktadır. Bu ortamların etkili kullanımıyla öğrenciler arasında etkileşim ve işbirliği artmakta, öğrenci-öğretmen etkileşimi daha zengin ve interaktif bir hale gelmektedir.

Öğrenme Yönetim Sistemleri, bu dijital dönüşümün önemli bir bileşenini oluşturmaktadır. LMS'ler, çeşitli iletişim kanalları ve araçlar sunarak öğrencilerin ders materyallerine erişimini kolaylaştırmakta ve öğrenci-öğretmen etkileşimini artırmaktadır. Ancak, teknik sorunlar ve erişim kısıtlamaları gibi zorluklar, LMS'lerin iletişim süreçlerine katkısını olumsuz da etkileyebilmektedir. Genel olarak, dijital araçların eğitim iletişimine etkisi büyüktür ve eğitimdeki dönüşüm sürecini hızlandırmaktadır. Ancak, bu dönüşümün başarılı olabilmesi için teknik sorunların giderilmesi, eşit erişimin sağlanması ve öğretmenlerin dijital araçları etkili bir şekilde kullanabilmeleri için gerekli eğitim ve destek sağlanması gerekmektedir. Bu şekilde, dijital araçlar eğitimde daha etkili ve verimli bir şekilde kullanılarak öğrencilerin öğrenme deneyimleri zenginleştirilebilir ve öğretim süreci daha etkili hale getirilebilir. Öğrenci katılımını artırmak için iletişim stratejileri, eğitim teknolojilerinin öğrenci motivasyonuna etkisi, ilgi çekici içeriklerin tasarımı ve iletişim stratejileri, öğretmen eğitiminde dijital becerilerin önemi ve teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin geliştirilmesi gibi çeşitli önemli konular öne çıkmaktadır. Öncelikle, öğrenci katılımını artırmak için iletişim stratejileri üzerinde durulurken, aktif dinleme becerilerinin kullanılması, açık ve destekleyici iletişim ortamlarının oluşturulması, olumlu geri bildirimlerin verilmesi ve öğrenciler arası etkileşimi teşvik etmek gibi stratejilerin, öğrencilerin derse daha fazla katılım göstermelerini sağladığı görülmüştür. Ayrıca, interaktif öğrenme araçlarının kullanılması ve öğrenciler arası etkileşimin teşvik edilmesi de öğrenci katılımını artırıcı faktörler olarak sıralanmıştır.

Eğitim teknolojilerinin öğrenci motivasyonuna etkisi de öne çıkan önemli hususlardan bir tanesi olmuştur. Özellikle sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojiler öğrencilerin ders materyalleriyle etkileşimde bulunmalarını ve konuları daha derinlemesine keşfetmelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte, öğrencilere özelleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunarak motivasyonlarını artırdığı ve öğrencilere anlık geri bildirim ve ilerleme izleme imkânı sağlayarak da motivasyonlarını artırdığı da tespit edilen sonuçlardan birisidir. İlgi çekici içeriklerin tasarımı ve iletişim stratejileri üzerine yapılan değerlendirmelerde, içeriklerin çeşitlendirilmesi, kişiselleştirilmesi, hikâye anlatımı ve gerçek hayattan örneklerin kullanılması gibi stratejilerin öğrencilerin içeriklere daha fazla bağlanmalarını sağladığı ve öğrenme motivasyonlarını artırdığı konular öne çıkmaktadır. Ayrıca, görsel ve işitsel unsurların kullanılmasının da önemi öğrenci-öğretmen iletişimde etkili hususlardandır. Öğretmen eğitiminde dijital becerilerin önemi ve geliştirilmesi gerekliliği de yapılan çalışmalarda önemli bir yer tutmuştur. Öğretmenlerin sahip olması gereken dijital becerilerin çeşitli alanları, öğretim teknolojilerinden sosyal medya ve dijital vatandaşlığa kadar geniş bir yelpazede ele alınmıştır. Ayrıca, öğretmenlerin dijital becerilerini geliştirmek için çevrim içi eğitimlerden yararlanmaları, diğer deneyimli meslektaşlarından mentorluk almaları ve pedagojik yenilikçilik ve dijital öğretim yaklaşımlarını kullanmaları da gerekmektedir.

Sonuç olarak, teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin geliştirilmesinin önemi en az teknolojik altyapıların geliştirilmesi kadar önemli bir olgudur. Dijital okuryazarlık, çevrim içi iletişim becerileri, görsel ve yazılı iletişim becerileri, problem çözme ve karar verme becerilerinin geliştirilmesinin, öğrencilerin dijital çağda başarılı olmaları için gerekli unsurlardandır. Bu becerilerin geliştirilmesinde çeşitli yöntemlerin kullanılması sürdürülebilir eğitim açısından faydalı olacaktır. Genel olarak, eğitim iletişimi ve teknolojisinin birleşimi üzerine çeşitli stratejiler geliştirilmiş, bu stratejilerin uygulanması da öğrencilerin derse daha fazla katılım göstermelerini ve öğrenme motivasyonlarını artırma açısından verimli stratejiler olarak kabul edilmiştir. Ayrıca, öğretmenlerin dijital becerilerinin geliştirilmesi ve teknoloji odaklı iletişim yetkinliklerinin kazandırılması, dijital çağın gereksinimlerine daha iyi yanıt verebilmelerini sağlayabilir ve öğrencilerin başarılı bir şekilde yetişmelerine katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Anderson, C. A., & Dron, J. (2011). Gamification and education: A new frontier for research. *Journal of Educational Technology & Society*, 14(4), 110-121.
- Aragon, S. R. (2003). An instructional strategy framework for online learning environments. *New*

- Directions for Adult and Continuing Education*, 100, 31-43.
- Aras, K. S., & Kocasaraç, H. (2022). Eğitimin dijital boyutunda öğrenme-öğretme araçları. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 117-134.
- Aydın, G., & Dedeoğlu, Ş. (2017). Ortaöğretim okullarındaki öğretmenlerin mesleki alanda eğitim teknolojilerini kullanma düzeylerinin incelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 27-50.
- Aydın, Ö. (2022). *The impact of digital transformation*. İzmir Akademi Derneği.
- Bates, T., & Sangrà, A. (2011). *Managing technology in higher education: Strategies for transforming teaching and learning*. Wiley/Jossey-Bass.
- Bawarshi, A., & Reiff, M. J. (2010). *Genre: An introduction to history, theory, research, and pedagogy*. Parlor Press.
- Bozkurt, A., Hamutoğlu, N. B., Liman Kaban, A., Taşçı, G., & Aykul, M. (2021). Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 35-63.
- Cheong, C., Filippi, S., & Grant, M. (2014). Exploring the role of mobile learning in enhancing student motivation in higher education. *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 8(2), 148-167. <https://doi.org/10.1504/IJMLLO.2014.063249>
- Chmiliar, L. (2010). Multiple-case designs. In A. J. Mills, G. Eurepas, & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of case study research* (pp. 582-583). SAGE Publications.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining "gamification". In *Proceedings of the 2011 annual conference on Human factors in computing systems* (pp. 2425-2428). ACM.
- Duman, O. (2021). Digital transformation in educational institutions: Bandırma Onyedi Eylül University children's university example. In G. Koca & Ö. Eğilmez (Eds.), *Digital transformation and business* (pp. 25-42). Efe Academy.
- Ertmer, P. A., & Ottenbreit-Leftwich, A. T. (2010). Teacher technology change: How knowledge, confidence, beliefs, and culture intersect. *Journal of Research on Technology in Education*, 42(3), 255-284.
- Gillpatrick, T. (2020). Innovation and the digital transformation of education. *The Journal of Limitless Education and Research*, 5(3), 194-201.
- Harasim, L. (2012). *Learning theory and online technologies*. Routledge.
- Hrastinski, S. (2009). A theory of online learning as online participation. *Computers & Education*, 52, 78-82.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1994). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning*. Allyn and Bacon.
- Lenhart, A., Madden, M., & Smith, A. (2013). Teens and social media. *Pew Internet & American Life Project*. https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/9/2013/05/PIP_TeensSocialMediaandPrivacy_PDF.pdf
- Lin, T. J., Yu, T. Y., & Chen, C. H. (2021). Enhancing student engagement and motivation using virtual reality (VR) and augmented reality (AR) technologies in higher education. *Journal of Educational Computing Research*, 59(3), 451-475. <https://doi.org/10.1177/07356331211010576>
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43-52. https://doi.org/10.1207/S15326985EP3801_6
- Mukul, E., & Büyüközkan, G. (2023). Digital transformation in education: A systematic review of Education 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 194, 1-21.
- OECD. (2020). *Education in the digital age: Healthy and happy children*. <https://www.oecd.org/education/education-in-the-digital-age-1209166a-en.htm>
- Özdemir, M., & Tabanyeli, S. (2023). Dijital diplomasıde habercilik anlayışı. *The Journal of Academic Social Science*, 137, 165-178.
- Palloff, R. M., & Pratt, K. (2007). *Building online learning communities: Effective strategies for the virtual classroom*. John Wiley & Sons.
- Plass, J. L., Homer, B. D., & Kinzer, C. K. (2015). Foundations of game-based learning. *Educational Psychologist*, 50(4), 258-283. <https://doi.org/10.1080/00461520.2015.1122533>
- Salmon, G. (2013). *E-tivities: The key to active online learning*. RoutledgeFalmer.

- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020). *Self-regulated learning and academic achievement: Theoretical perspectives*. Routledge.
- Secundo, G., Rippa, P., & Meoli, M. (2020). Digital transformation in entrepreneurship education centres: Preliminary evidence from the Italian Contamination Labs network. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(7), 1589-1605.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. John Wiley & Sons.
- Simonson, M. (2012). *Teaching and learning at a distance: Foundations of distance education* (6th ed.). Routledge.
- Smith, J. (2017). The impact of digital transformation on educational communication: A case study. *International Journal of Educational Research*, 15(2), 145-158.
- Smith, J. (2019). The impact of digital transformation on education policies: A comparative study. *Education and Science Journal*, 44(2), 45-59.
- Smith, L. (2020). Developing digital literacy and information management skills. *Journal of Educational Technology*, 7(3), 112.
- Taşkıran, A. (2017). Dijital çağda yükseköğretim. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 96-109.
- Timotheou, S., Miliou, O., Dimitriadis, Y., Sobrino, S. V., Giannoutsou, N., Cachia, R., Monés, A. M., & Ioannou, A. (2023). Impacts of digital technologies on education and factors influencing schools' digital capacity and transformation: A literature review. *Education and Information Technologies*, 28(6), 6695–6726.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Yadav, N. (2024). The impact of digital learning on education. *International Journal of Multidisciplinary Research in Arts Science and Technology*, 2(1), 24-34.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, E. P. (2022). Teaching in the digital age: New skills and competencies. *Education and Science Journal*, 41(3), 145-158.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Sage Publications.

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 150-250 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:

ibadergi@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. Alıntılarının tamamı Word dosyası içinde yer alan Başvurular/References sekmesi içerisinde yer alan alıntı ekle

1. Makale şablonu: Makale önerileri mutlaka derginin web sitesi (Dergipark > IBAD > Yazım Kuralları > Makale Şablonu ya da <https://dergipark.org.tr/tr/download/journal-file/24645>) üzerinden makale taslağı 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 tablo 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 5.000---8.000 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 (bkz. <https://apastyle.apa.org>). 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 kelimedenden 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/&’ kullanılmalıdır.

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 uzunsu, 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.

(Cümlelerin sonunda) İlk gönderme:

(Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2013)(Cümlelerin sonunda) İkinci ve sonraki göndermeler

(TÜBİTAK, 2013)

(Cümlelerin içerisinde) İlk gönderme

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK, 2013)(Cümlelerin 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/39Frs3G>

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

Yayıncısı.(Özer, 2002)

Foucault, M. (2007). *Cinselliğin tarihi* (H. U. Tanrıöver, Çev.). Ayrıntı

Yayıncısı.(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*.Numune 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 yalnızca erişim tarihi verilmesi gereken durumlarda kullanılmalıdır:

Morville, P. ve Rosenfeld, L. (2006). *Information architecture for the World Wide Web* (3. bs.). [Adobe Digital Editions 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>

-İllustratörülle 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 verirseniz* (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 work published 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 biblical history 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.xxxxxxxxxxx>

- Editör (Ed.). (Yıl). *Eserin başlığı* (s. xxx-xxx). Yayıncı. xxxxxxxxxxxxx

Kesharwani, P. (Ed.). (2020). *Nanotechnology based approaches for tuberculosis treatment*. Academic Press.

(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.xxxxxxxxxxx>

--- 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. xxxxxxxxxxxxx

(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 yapılıyorsa 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, s. 110)

--- İngilizce çalışmalarda orijinal dili Türkçe olan bir makaleye atıf yapılıyorsa makale adı gibi bilgilerin köşeli parantez içinde İngilizce karşılığı ile birlikte verilmesi gerekir:

Al, U., & Tonta, Y. (2004). Atıf analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü tezlerinde atıf 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, s. 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://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/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 yüksek okulunun 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_siddeti.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 veri arşivinizin 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](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-illegal>.

Copyright © Journal of Communication Science Researches – JCSR

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

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 continiue 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-](http://www.e-skop.com/skopbulten/sanat-tarihinin-ilk-kitabi/1477)

[kitabi/1477](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. Retrieved January 9, 2020, from <https://www.census.gov/popclock/>

-Kişisel görüşme(röportaj)

Arşivlenen gazete/web sitesinde yayımlandıysa 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, personalcommunication, 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://bilkentastan.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_1]. (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. [@officialreesetiktok]. (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 moresusceptible to depression: An explanation for gender differences" başlıklı makaleye yapılan eleştirisi]. <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)

11. Metin dışı materyaller

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/>

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, s. 305)

(Müzede, galeride...vb.) Şahsen görülen bir görsele atıf

Bosch, H. [c. 1482]. *The last judgement* [Triptych]. Brugge, Belçika: Groeningemuseum.

Sanatçı bilinmediğinde görsele atıf

Eğer ele alınan eserin sanatçısı bilinmiyorsa, bu bilgiye şekil altı yazısında yer vermeyin. Şekil altı yazısının sonunda ilgili görselin alındığı kitaba atıf 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 atıf

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 atıf

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 atıf

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 atıf

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 veritabanının web adresi ancak şu şekilde verilmelidir:

Sanatçı. (Yıl). *Eser Adı* [Malzemenin tanımı]. Kurum, Müze veya Koleksiyon, Şehir, kısaltılmış Şehir. XXX (Veritabanı Adı) Veritabanı veya hyperlink:....

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 eserıyla başlayın 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.

Graffitiler 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). *Eser adı*. 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) [TVseries 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

Doç. Dr. Tamer BAYRAK

E-MAIL

ibadergi@gmail.com

ADDRESS

Çanakkale Onsekiz Mart University

e-mail: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ibadergi>

JCSR

Journal of Communication Science Researches
İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi



Benim manevi mirasım ilim ve aklıdır.

K. Atatürk