

Kişisel Marka ve Kişisel Markalaşma: Google Doodle Üzerine Bir Analiz

Personal Brand and Personal Branding: An Analysis of Google Doodles

Emet GÜREL¹, Eda ARSLAN²

Öz

Kişisel marka ve markalaşma, 1990'lerden itibaren gündemde olan kavramlardır. İnsanın bir ürün ya da hizmet gibi markalaşabileceğini savunan kişisel marka, markalarla örülün günümüz dünyasına özgü bir yaklaşım olarak büyük popülerlik kazanmıştır. Öyle ki yöneltilen tüm eleştiriler ve tanımlamadaki muğlaklık dahi, bu popüleriteyi azaltmamıştır. Kişisel marka ve kişisel markalaşma kavramlarına yönelik ilgiden hareket eden bu çalışma, kişisel marka ve kişisel markalaşma kavramlarını Google Doodle -GDoodle- örneğinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. GDoodle; internet tabanlı ürünler geliştiren Google firmasının özel günleri ve yıl dönümlerini kutlamak, tarihe geçmiş ünlü kişileri anmak için logosunda gerçekleştirdiği değişikliklerdir. Araştırmanın çalışma evrenini, GDoodle'lar oluşturmaktadır. Bu bağlamda 01 Ocak 2020 ve 31 Aralık 2020 tarih aralığında yayımlanan tüm GDoodle'lar incelenmiş ve kişiyi temel alan GDoodle'lar belirlenmiştir. Belirlenen kişi temalı GDoodle'lar çeşitli kategoriler uyarınca gruplanmış ve kişisel marka ile kişisel markalaşmaya ilişkin bir profil oluşturmak amacıyla analiz edilmiştir. Bulgulara ilişkin detaylar, çalışmanın sonuç kısmına yansıtılmış ve kişisel marka ile kişisel markalaşmaya ilişkin çıkarımlar yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Google, Google Doodle, GDoodle, Kişisel Marka, Kişisel Markalaşma, İletişim Çalışmaları.

Abstract

Personal brand and personal branding are concepts that have been around since the 1990s. Personal brand, which argues a person can be a brand just like a product or service, has gained a lot of attention although the concept is still ambiguous in terms of its definition. This study aims to analyse personal brand and personal branding through Google Doodle -GDoodle- designs. Doodles are the changes that are made to the Google logo to celebrate holidays, anniversaries, and the lives of famous people such as artists, pioneers, and scientists. The scope of this study is limited to Google Doodles Archives. In this regard, all GDoodles published between January 1st, 2020 and December 31st, 2020, were examined and GDoodles that were about a person were determined. The findings of the study were interpreted by creating certain categories and analysed to create a framework for personal brand and personal branding. Findings obtained from this study were included in the results sections, and the study was completed with a general discussion of the results.

Key Words: Google, Google Doodles, GDoodles, Personal Brand, Personal Branding, Communication Studies.

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 31.08.2021

Kabul Tarihi (Accepted): 10.10.2021

Atıf (Cite as): Gürel, E. & Arslan, E. (2021).

Kişisel Marka Ve Kişisel Markalaşma: Google Doodle Üzerine Bir Analiz.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 36, s. 268-301, DOI: 10.31123/akil.989234

Giriş

Kişisel marka, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren gündemde olan ve farklı disiplinler tarafından ele alınan bir kavram ve uygulamadır. Kişisel marka kavramı, ilk kez Tom Peters -Thomas J. Peters- (1999) tarafından ilk kez telaffuz edilmiştir. Bilimsel bir olgu olarak konu edildiği bu ilk çalışmadan günümüze, kişisel marka ve kişisel markalaşmanın popülerliği azalmamış, bilakis artmıştır. Kişisel markanın temel çıkış noktası, insanların tıpkı bir ürün ya da hizmet gibi hedef kitle nezdinde arzu edilir ve talep edilir olabileceğidir. Bilim, edebiyat, sanat, sinema, spor, siyaset ve daha pek çok farklı alanda ismi anılan biri olabilmek, kişisel markanın bir kavram olarak varlığına işaret etmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ve internet, günümüzde kişisel marka ve markalaşmaya yeni bir açılım sunmaktadır. Bu çalışmada, kişisel marka ve markalaşma Gdoodle örneği üzerinden analiz etmeyi amaçlanmaktadır. Çalışma, kişisel marka ve kişisel markalaşma ile GDoodle arasındaki bağlantıyı ortaya koyma açısından önem taşımaktadır.

1. Kişisel Marka

Kişisel marka -personal brand-, 'kişi' odaklı kavram ve uygulamalar bütünüdür. En yalın ifadeyle kişisel marka, öznesi ve eylemi kişi olan marka olarak karşılık bulmaktadır. Daha geniş ifadeyle ise kişisel marka; herhangi bir alanda akla gelen, bilinen veya yenilik yaratan biri olabilmek anlamına gelmektedir. Kişisel marka olmuş bir kişi; herhangi bir meslek, sektör ve uzmanlık alanı ile özdeşleştirilebilmektedir. Bu anlamıyla kişisel marka, toplum nezdinde belirli bir kişi ile ilişkilendirilen çağrışımlar bütünüdür (Parmentier, Fischer ve Reuber, 2013, s. 374).

Kişisel marka; kişiye dair zeka, yetenek, potansiyel, deneyim, tavır, görünüm ve benzeri niteliklerin tümünün toplamıdır. Kişiye dair tüm özellikleri kapsayan kişisel marka; kişiyi, olduğu kişi yapan ve onu diğer kişilerden farklı kılan niteliklerin genel hali olarak değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda kişisel marka, kişinin sahip olduğu değerleri temel almakla birlikte kişinin gerçek kimliğini yansıtmaktadır (McNally ve Speak, 2002 s. 15).

Görece yeni bir çalışma alanı olarak dikkat çeken kişisel marka, tanımlama konusunda bazı muğlaklıkları içermektedir. Bununla birlikte alanyazında kişisel marka kavramına ilişkin ortak noktalar da bulunmaktadır. Kişisel marka ve markalaşmanın, toplum nezdindeki bilinirlik ve ün ile koşut olan niteliği neredeyse tüm tanımların ortak özelliği olarak dikkat çekmektedir (Gürel ve Arslan, 2020). Öyle ki Close, Moulard ve Monroe (2010, s. 4) da, kişisel markayı oldukça yalın bir şekilde ele almakta ve toplumda iyi bilinen ya da yeni bilinmeye başlayan bir kişi olarak değerlendirmektedir.

Bu bakış açısı uyarınca kişisel marka, ünlülerle ve ün yönetimi ile yakından ilişkilidir. Thomson'ın (2006, s. 105) da işaret ettiği üzere farklı kitleler tarafından tanınmış olan ve belli bir şöhrete sahip olan ünlüler, kişisel marka olarak nitelendirilebilmektedir. Tarihsel süreç kapsamında kişisel marka, başlangıçta oyuncular, şarkıcılar ve sporcular için geçerli bir kavram olarak gündeme gelmiş; zamanla kapsam genişlemesine uğrayarak siyasetçiler, sağlık bilimciler, yöneticiler, gastronomi uzmanları gibi birçok uzmanlık alanından kişileri içeren bir nitelik kazanmıştır (Moulard, Garrity ve Rice, 2015, s. 173). Dolayısıyla kişisel marka; belirli bir meslek grubuna değil, toplumsal yaşamın tüm alanlarına yönelik bir kavram ve uygulamadır.

Aynı zamanda kişisel markalaşma, kişinin bireysel çabalarıyla ya da dışarıdan profesyonel destek

olarak şekillenen bir süreçtir. Bununla birlikte yaşamları sona erdikten sonra kamusal bilinçte yeniden doğan ve markalaşan birçok kişiden söz etmek mümkündür. Söz konusu kişiler, öznel tercihleri olmasa da ya da konuya ilişkin bir vasiyetleri olmasa da; karakterleri, yaşam öyküleri, acıları, mutlulukları, başarıları ve buluşları ile yıllar sonra bir markaya dönüşmüşlerdir. Öyle ki Dymoke'a (2013) göre fikirleri, icatları ya da sanatları ile öldükten sonra ünlü olan veya başarılarıyla anılan birçok kişiye rastlamak mümkündür. Bu doğrultuda Olenski (2017) ise ünlülerin marka değerlerinin ölüm sonrası arttığını ifade etmektedir.

Kişisel marka ve kişisel markalaşma, günümüz dünyasında yeni iletişim teknolojileri ve internet ile ilişkilendirilmektedir. Uluslararası ve ulusal alanyazın incelendiğinde kişisel marka ve markalaşmayı, teknoloji düzleminde ele alan ve internet ile sosyal ağlar üzerindeki görünürlük üzerinden konu eden çalışmaların varlığı görülebilmektedir. Bu bağlamda Harris ve Rae (2011) kişisel markalaşmayı, sosyal ağlardaki görünürlük ve ilişkiler temelinde konu etmiştir. Wetsch (2012), Petruca (2016), ve Johnson (2017); sosyal medya aracılığı ile kişisel marka yaratma sürecini ele almışlardır. Chen (2013) YouTube aracılığı ile kişisel markalaşma olgusunu incelemiştir; Shaker ve Hafiz (2014) internet ortamında kişisel marka yaratma sürecini mercek altına almıştır. Papakonstantinidis (2019) ise kişisel markayı, kariyer gelişimi ve internet ortamındaki işe alım uygulamaları üzerinden incelemiştir.

Ulusal alanyazına göz atıldığında İbicioğlu ve arkadaşlarının (2014) kişisel markayı, kariyer yönetimi çerçevesinde konu ettikleri ve sosyal medya ile teknolojinin bu süreçteki etkisini araştırdıkları görülebilmektedir. Taşkırın (2017) kişisel markalaşmayı, yeni medya kullanımı üzerinden ele almıştır. Hepekiz ve Gökallı (2019) kişisel markayı, benlik kavramı ve sosyal medya uygulamaları temelinde mercek altına almışlardır. Kaya, Uğurhan ve Bayçu (2019) sosyal ağların kişisel marka kavramı bağlamında nasıl kullanıldığını konu ederken; Aykhan (2019) kişisel markalaşmada, sosyal medyanın rolünü araştırmıştır.

2. Google Doodle

Google Doodle, internet temelli hizmet ve ürünler geliştiren çok uluslu bir teknoloji şirketi olan Google'ın gerçekleştirdiği uygulamalardan biridir. 1998 yılında Sergey Brin ve Larry Page tarafından kurulan Google; kurulduğu ilk günden beri gerçekleştirdiği uygulamalarla, farklı ve yenilikçi bir profil çizmektedir. GDoodle; Google'ın yenilikçi ve yaratıcı yönünün, fark yaratan bakış açısının bir yansıması olarak değerlendirilebilmektedir.

GDoodle, Google şirketinin logosu temel alınarak gerçekleştirilen tematik bir logo çalışması olarak tanımlanabilmektedir (Arslan, 2020, s. 88). Daha geniş bir ifadeyle ise GDoodle; belirli günleri, olayları, başarıları, dönüm noktalarını ve kişileri kutlamak ya da anmak için geçici bir süre Google logosu üzerinde yapılan değişikliklerdir. Khan ve Kumar'a (2019, s. 4777) göre GDoodle; Google şirketi tarafından küresel düzeyde uygulanan ve belirli bir alana katkı sağlamış ünlü kişiler ile kültürel etkinlikleri kutlamak amacıyla Google arama motorunun ana sayfasında konumlanan eğlenceli bir girişimdir.

GDoodle uygulamasının kavram ayağını oluşturan 'Doodle', gelişigüzel bir şekilde yapılan yazım veya çizim olarak anlam bulmaktadır (Beal, 2008). Doodle etimolojik köken itibarıyla, 17. yüzyıl ile tarihlenen bir kelimedir. Kelime olarak 'Doodle', 'dudle' ve 'dawdle' kelimelerinden gelen Doodle, 'zamanı boşa harcamak' ve 'basit adam' anlamına gelmektedir (Harper, 2021). Dilbilimsel ve tarihsel

köken açısından Doodle, taslak olarak yazmak ya da çizmek olarak ifade bulmaktadır.

Doodle kelimesini, 'karalama' olarak Türkçeleştirmek mümkündür. Bir çocuğun, defterine ya da kitabına çok da anlam atfetmeden yaptığı yazım ve çizimleri ile bir yetişkinin can sıkıntısı ve neşe gibi duygulanımlarla bir kağıt parçasına bilinçle ya da bilinçsizce yaptığı yazım ve çizimleri karalama olarak değerlendirmek olanaklıdır. Bu bağlamda amaçsızlık ve yazım ya da çizim içermek, karalama etkinliğinin ana unsurları olarak belirmektedir.

TDK Türkçe Sözlük (2021) karalama kelimesini; "üstünde düzeltmeler yapılan, temize çekilmemiş yazı taslağı, müsvedde" olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, Doodle kelimesinin anlamını büyük oranda karşılamakla birlikte, oldukça geniş olan anlamını açıklamakta kısıtlı da kalmaktadır. Çünkü Doodle, yalnızca yazıyı değil, çizimi de kapsamakta ve bir taslak gibi düzelterip mükemmelleştirilecek bir nitelik arz etmemektedir.

Almandrala'ya (2017) göre Doodle, üzerinde çalışılması gereken herhangi bir şeyin üzerine ya da kenarına spontane bir şekilde yapılan çizim eylemidir ve mütevazı bir oyalanmadan daha fazla anlam ifade etmektedir. Bu bağlamda karalama yapmak, kötü bir üne sahiptir; ancak öğrenme, yaratıcılık ve performansla yakından ilişkilidir. Öyle ki odaklanmaya yardımcı olmak, daha üretken bir çalışan olmayı sağlamak, kişiyi şimdiki zamanda tutmak, yaratıcılık için bir çıkış bir noktası oluşturmak, fikir üretmeyi olanaklı kılmak gibi işlevlere sahiptir.

Birçok önemli yazar, bilim ve düşün insanının da karalamalar yaptığı bilinmektedir. Bu kişiler; tuttukları notlara ya da güncelerine karalamalar yaparak kelime, sembol, dizi, sıralama, doğrusallık, analiz, ilişkilendirme, görsel ritim, sayı, tasvir, boyut ve bütünlük gibi tüm zihinsel becerilerini bir arada kullanmışlardır. Leonardo da Vinci ve Charles Darwin, bu bağlamda örnek verilebilmektedir (Buzan ve Keene, 1996; Buzan ve Buzan, 2012, s. 13-15).

Pazarlama ve reklam bağlamında ele alındığında Doodle, Google şirketi ile özdeşleşen uygulamalar bütünüdür. GDoodles, Google tarafından özel günler için tasarlanan özel tasarım logolar olarak tanımlanabilmektedir (Elmasoğlu, 2016, s. 82). Türkmen'e (2020, s. 98) göre ise GDoodle, temalı logodur. Bu bakış açısı uyarınca temsiliyeti olan ve amaç ihtiva eden görsel bir simge olan GDoodle, yaratıcılık ve sanat ile bağlantılı bir kavram ve uygulamadır. Dolayısıyla GDoodle, Google şirketinin şirket logosunu ve sanatsal mutasyonları kullanarak önemli olayları ile kişileri siber uzayda anmasına ve takipçileriyle interaktif bir iletişim kurmasına olanaklı kılan bir yaklaşım olarak tanımlanabilmektedir (Carvalho, Soares, Neves ve Medeiros, 2018).

GDoodle uygulamalarının tarihsel gelişimine bakıldığında, görece yakın bir zamanda ortaya çıktıkları görülebilmektedir. İlk GDoodle, Page ve Brin tarafından Nevada Çölü'nde kutlanan Burning Man Festivali ile ilgili olarak 1998 yılında tasarlanmıştır. Page ve Brin, bu tasarımla Google kullanıcılarına şirket dışında olduklarını eğlenceli bir şekilde aktarmayı amaçlamıştır. İkinci GDoodle ise, 2000 yılıyla tarihlenmektedir. Bastille Day -Bastille Günü- temalı bu GDoodle'ın kullanıcılarından olumlu geribildirimler alması üzerine Google, çizer ve mühendislerden oluşan bir Google Doodle ekibi oluşturmuş ve GDoodle uygulamalarına süreklilik kazandırmıştır (Google Doodle Archive, 2021).

GDoodle, Google şirketinin kurumsal imajına ilişkin bir araç olmasının yanı sıra günümüzde bir popüler kültür ikonu olarak değerlendirilebilmektedir. GDoodle'lar dünyanın birçok bölgesinden geniş bir takipçi ve hayran kitlesine sahiptir. Bu kitle, GDoodle'ları takip etmekten, sosyal medyada

paylaşmaktan, haklarında yorum yapmaktan hoşlanmaktadır. Öyle ki Google Doodle Archive (2021) üzerinden yayımlanan tüm GDoodle'lara ulaşmak ve Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn gibi sosyal mecralar ile e-posta üzerinden paylaşım yapmak mümkündür.

GDoodle fikri ilk ortaya çıktığında, özel günleri kutlama amacına hizmet etmiştir. Ancak ilerleyen zamanla birlikte kapsam genişlemesine uğramış ve ünlü sanatçılar, fikir öncüleri ve bilim insanları gibi önemli şahsiyetlerin doğum günü kutlamaları, sene-i devriyeleri ya da imza attıkları başarılarının yıl dönümleri gibi pek çok farklı olay konu edilmeye başlamıştır. Google Doodle Arşivi'ne (2021) göre Doodle fikrinin ilk ortaya atıldığı 1998 yılından günümüze dek 4.000'den fazla GDoodle çalışması yayımlanmıştır.

GDoodle fikirleri, 'Doodler' olarak adlandırılan Google Doodle ekibinin yanı sıra Google çalışanları ve Google kullanıcıları olmak üzere birçok farklı kaynaktan faydalanılarak oluşturulmaktadır. Bu bağlamda Google kullanıcıları, herhangi olay ya da kişiye ilişkin kutlama ya da anma temalı GDoodle fikirlerini, Google Doodle ekibi ile paylaşabilmektedirler.

Google, şirket dışından gelecek GDoodle fikirlerine açık olmakla birlikte, GDoodle tasarımlarının seçiminde birçok unsura dikkat etmektedir. GDoodle seçimine ilişkin ilk unsur, çalışmanın Google'ın kültürü ile teknoloji, yenilik ve yaratıcılık gibi değerlerini temel alarak oluşturulmuş olmasıdır. Dolayısıyla GDoodle seçiminde; Google'ın kişiliğini ve yeniliğe olan tutkusunu en iyi şekilde yansıtan olaylar, kişiler ve tasarımlar tercih edilmektedir. GDoodle seçiminde önemli olan bir diğer unsur, daha önceden yapılmış çalışmaların yinelenmemesi ve benzerlerinin yapılmamasıdır (Barnett, 2013). Bu yönüyle GDoodle tasarımlarının, özgün olduğu ve birbirlerini tekrar etmediklerini ifade etmek mümkündür.

GDoodle, internet kullanıcılarının ilgisini çekmesinin yanı sıra bilim dünyasının da ilgisini çekmektedir. Uluslararası ve ulusal alanyazın incelendiğinde GDoodle olgusunu konu eden ve iletişim, medya, tasarım, eğitim, kültür ve pazarlama gibi farklı alanlara ait çalışmaların bulunduğu görülmektedir. Uluslararası alanyazına bakıldığında Shmueli (2017) çalışmasında, her kültüre göre özel bir şekilde tasarlanan GDoodle uygulamalarının, kullanıcıların etkileşimi üzerindeki etkisini ele almıştır. Hershkovitz ve Leshem (2017) GDoodle uygulamalarının, kişilerin öğrenme eylemi ile olan ilişkisini incelemiştir. Khan ve Kumar (2019), bilim veya eğitimin farklı alanlarında katkı sağlamış ve toplum tarafından bilinir olan Hindistan doğumlu göçmenlerin GDoodle aracılığı ile betimlenme biçimlerini araştırmışlardır. Basudev ve Bharat (2020) Google Doodle uygulamalarını, dijital markalama üzerinden ele almışlardır.

Ulusal alanyazına göz atıldığında ise, GDoodle ile ilgili akademik çalışmaların kısıtlı olduğu görülebilmektedir. Bu bağlamda Elali ve arkadaşları (2012) GDoodle uygulamalarını, Google şirketinin kurumsal imajına etkisi kapsamında konu etmiştir. Türkmen (2020) ise, GDoodle uygulamalarını etkileşimli medya açısından incelemiştir.

Uluslararası ve ulusal alanyazındaki tüm bu bahsi geçen çalışmalardan hareketle GDoodle uygulamalarının genel olarak iletişim ve tasarım açısından ele alındığını ifade etmek mümkündür. GDoodle ile ilgili akademik çalışmaların odaklandığı bir diğer alan ise, pazarlamadır.

3. Araştırmanın Amacı, Yöntemi, Önemi ve Kısıtı

Çalışma kapsamında kişisel marka ve kişisel markalaşmanın GDoodles örneği üzerinden analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Öncüleri, bilim insanlarını ve ünlü sanatçıları anmak ya da kutlamak için Google logosunda yapılan çalışma olan GDoodle; kişisel marka ve kişisel markalaşmayı incelemek için önemli bir araçtır. Uluslararası ve ulusal alanyazın incelendiğinde 'kişisel marka ve kişisel markalaşma' ile 'GDoodles' kavram ve uygulamalarının, farklı bağlamlarda ele alındığı ancak birlikte hiç çalışılmadıkları görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmanın, kişisel marka ve kişisel markalaşma ile GDoodle arasındaki bağlantıyı ortaya koyma açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışma, betimsel bir nitelik arz etmekte olup nitel araştırma modeline uygun tasarlanmıştır. Araştırmanın evrenini, Google'ın kurumsal web sitesi üzerinden erişilebilen 'Google Doodles Arşivi' oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem türü, ölçüt -kriter- örneklemdir. Ölçüt -kriter- örneklemede önemli olan nokta, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan durumların çalışılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 22). Bu bağlamda araştırma kapsamında belirlenen ölçütler şu şekildedir: 1. Google Doodle Arşivi'nde yer almak. 2. 2020 yılında yayımlanmış olmak ve 3. Bir kişiyi konu ediyor olmak.

Araştırma, 2020 yılı ile tarihlenmektedir. Araştırmanın verileri, 01 Ocak 2020-31 Aralık 2020 tarih aralığını kapsamakta olup Ağustos 2021 tarihinde Google Doodles Arşivi'nden toplanmıştır. Araştırma kapsamında, 2020 yılı verilerinin seçilme sebebi verilerin güncelliği ve dataların doygunluğudur.

4. Araştırma Bulguları

Araştırma bulguları; 2020 yılına ait GDoodle tasarımları temel alınarak 'ad-soyad', 'cinsiyet', 'doğum-ölüm tarihi', 'uğraş alanı', 'uyruk', 'GDoodle yayımlanma tarihi', 'GDoodle yayımlanma gerekçesi' ve 'GDoodle yayımlanan bölge' kategorileri kapsamında derlenmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma bulgularına ilişkin kategoriler araştırmacılar tarafından oluşturulmuş olup 'GDoodle'a konu olan kişi' ve 'GDoodle'ın özellikleri' olmak üzere iki temel bulguyu içermektedir. Araştırma kapsamında ulaşılan bulgular, kronolojik olarak düzenlenerek alfabetik olarak sıralanarak Tablo. 1'de toplu olarak sunulmuştur.

Tablo 1: 2020 Yılına Ait Kişi Temalı GDoodles Verileri

Ad-Soyad	Cinsiyet	Doğum-Ölüm Tarihi	Uğraş Alanı	Ülke/ Uyruk	GDoodle Yayımlanma Tarihi	GDoodle Yayımlanma Gerekçesi	GDoodle Yayımlanan Bölge
Amaka Igwe	Kadın	1963-2014	Sinema (Yapımcı, Girişimci)	Nijerya	Ocak 2020	Doğum Günü	Nijerya
Genoveva Matute	Kadın	1915-2009	Edebiyat (Yazar)	Filipinler	Ocak 2020	Doğum Günü	Filipinler

Dr. Nabil Ali Mohamed	Erkek	1938-2016	Dilbilim (Dilbilimci)	Mısır	Ocak 2020	Doğum Günü	Kanada, Almanya, Avusturya, Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Umman, Irak, Pakistan
Vicente Huidobro	Erkek	1893-1948	Edebiyat (Şair)	Şili	Ocak 2020	Doğum Günü	Peru, Şili, Arjantin, İzlanda, İtalya, Yunanistan
Kaifi Azmi	Erkek	1919-2002	Edebiyat (Şair, Hayırsever)	Hindistan	Ocak 2020	Doğum Günü	Hindistan
Mufidah Abdul Rahman	Kadın	1914-2002	Hukuk (Avukat)	Mısır	Ocak 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Umman, Irak
Dr. Martin Luther King Jr.	Erkek	1929-1968	Din (Papaz, Hareket Önderi, Aktivist,)	Amerika Birleşik Devletleri	Ocak 2020	Anma	Amerika Birleşik Devletleri
Wong Liu Tsong -Anna May Wong-	Kadın	1905-1961	Sinema (Oyuncu)	Çin, Amerika Birleşik Devletleri	Ocak 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, İzlanda, İsveç, Almanya, Avusturya, İsviçre, İtalya, Bulgaristan, Vietnam, Japonya
Luis Alberto Spinetta	Erkek	1950-2012	Müzik (Müzişyen)	Arjantin	Ocak 2020	Doğum Günü	Kolombiya, Peru, Ekvador, Şili, Arjantin, Uruguay, Paraguay, İspanya, İtalya, Bulgaristan, Almanya, Avusturya, Vietnam

Lelia Gonzalez	Kadın	1935-1944	Siyaset (Akademisyen Aktivist)	Brezilya	Şubat 2020	Doğum Günü	Brezilya
Mary Somerville	Kadın	1780-1872	Bilim (Astronomi)	Birleşik Krallık	Şubat 2020	Kutlama	Birleşik Krallık, İrlanda, İzlanda, Litvanya, Hırvatistan, Bosna Hersek, Bulgaristan, Yunanistan, İsrail, Hindistan, Vietnam, Japonya, Avustralya, Yeni Zelanda, Küba, Peru, Şili, Arjantin
Nkosi Johnson	Erkek	1989-2001	Aktivist (Influencer)	Güney Afrika	Şubat 2020	Doğum Günü	Kanada, Küba, Peru, Şili, Arjantin, İzlanda, Birleşik Krallık, İrlanda, Vietnam, Japonya, Güney Afrika
María Teresa Vera	Kadın	1895-1965	Müzik (Müzişyen)	Küba	Şubat 2020	Doğum Günü	Küba
Else Lasker-Schüler	Kadın	1869-1945	Edebiyat (Şair)	Almanya	Şubat 2020	Kutlama	Almanya, Avusturya, Bulgaristan, Yunanistan, Birleşik Krallık, İrlanda, İzlanda, İsrail, Vietnam, Küba
Nise da Silveira	Kadın	1905-1999	Tıp (Psikiyatrist)	Brezilya	Şubat 2020	Doğum Günü	Brezilya, Peru, Şili, Arjantin, İtalya, Vietnam

Irena Sendlerowa	Kadın	1910-2008	Aktivist (Sosyal Hizmet Uzmanı, İnsani Yardım)	Polonya	Şubat 2020	Doğum Günü	Almanya, Çekya, Polonya, Litvanya, İsveç, Çekya, Avusturya, Bulgaristan, Yunanistan, Birleşik Krallık, İrlanda, İzlanda, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Küba, Guatemala, Honduras, Nikaragua, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador
Susan Brownell Anthony	Kadın	1820-1906	Aktivist (Kadın Hakları Savunucusu)	Amerika Birleşik Devletleri	Şubat 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri
Jaan Kross	Erkek	1920-2007	Edebiyat (Şair, Yazar)	Estonya	Şubat 2020	Doğum Günü	Estonya, Letonya, Litvanya, İzlanda, Hırvatistan, Vietnam, Küba
Robert Gomez Bolaños -Chespirito-	Erkek	1929-2014	Sinema (Komedyen)	Meksika	Şubat 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Küba, Peru, Şili, Arjantin, Brezilya, İtalya, İzlanda
Sir John Tenniel	Erkek	1820-1914	Sanat (İllüstratör, Karikatürist)	Birleşik Krallık	Şubat 2020	Doğum Günü	Birleşik Krallık, Almanya, İsveç, İzlanda, Hırvatistan, Avusturya, Bosna Hersek, İsrail, Hindistan, Vietnam, Avustralya, Yeni Zelanda, Amerika Birleşik Devletleri, Küba

Marcel Pagnol	Erkek	1895-1974	Sinema (Yapımcı)	Fransa	Şubat 2020	Doğum Günü	Fransa
Nurhayati Sri Hardinia Siti Nukatin -NH Dini-	Kadın	1936-2018	Edebiyat (Yazar)	Endonezya	Şubat 2020	Doğum Günü	Endonezya
Mohammed Khadda	Erkek	1930-1991	Sanat (Ressam)	Cezayir	Mart 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Umman, Irak, Yunanistan
Josephine Lang	Kadın	1815-1880	Müzik (Besteci, Şarkıcı)	Almanya	Mart 2020	Doğum Günü	Almanya, Avusturya
Olga Orozco	Kadın	1920-1999	Edebiyat (Yazar)	Arjantin	Mart 2020	Doğum Günü	Kolombiya, Peru, Şili, Arjantin
Dr. Ignaz -Philipp-Semmelweis	Erkek	1818-1865	Bilim (Doktor, Araştırmacı)	Avusturya-Macaristan	Mart 2020	Anma	Tüm Dünya
Leonid Utyosov	Erkek	1895-1982	Müzik (Müzisyen)	Rusya	Mart 2020	Doğum Günü	Rusya
Wubbo Ockels	Erkek	1946-2014	Bilim (Astronot, Fizikçi)	Hollanda	Mart 2020	Doğum Günü	Hollanda

Dame Jean Macnamara	Kadın	1899-1968	Tıp (Doktor)	Avustralya	Nisan 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Avustralya, Yeni Zelanda
Lola Álvarez Bravo	Kadın	1907-1993	Sanat (Fotoğraf Sanatçısı)	Meksika	Nisan 2020	Doğum Günü	Meksika
Hashim Khan	Erkek	1914-2014	Spor (Squash Oyuncusu)	Pakistan	Nisan 2020	Kutlama	Pakistan
Frank Soo	Erkek	1914-1991	Spor (Futbol Oyuncusu)	Çin, Birleşik Krallık	Mayıs 2020	Kutlama	Birleşik Krallık
Saadat Hasan Manto	Erkek	1912-1955	Edebiyat (Yazar)	Hindistan	Mayıs 2020	Doğum Günü	Pakistan
Tomris Uyar	Kadın	1941-2003	Edebiyat (Yazar, Çevirmen)	Türkiye	Mayıs 2020	Kutlama	Türkiye, Almanya
Sir Nicholas -George- Winton	Erkek	1909-2015	Akivist (İnsani Yardım, Hayırsever)	Birleşik Krallık	Mayıs 2020	Doğum Günü	Kanada, İzlanda, Birleşik Krallık, Çekya, Slovakya, Letonya, Litvanya, Yunanistan

Israel	Erkek	1959-1997	Müzik (Müzişyen)	Amerika Birleşik Devletleri	Mayıs 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri, İzlanda, Birleşik Krallık, Fransa, Yunanistan, Hırvatistan, İtalya, Avusturya, Almanya
Kazi Nazrul Islam	Erkek	1899-1976	Edebiyat (Şair, Yazar, Müzişyen, Aktivist)	Bangladeş	Mayıs 2020	Doğum Günü	Bangladeş
-Carmen-Adelina Gutiérrez Alonso	Kadın	1925-2015	Bilim (Astrofizikçi, Akademisyen)	Şili	Mayıs 2020	Doğum Günü	Peru, Şili, Arjantin
Margaret Lin Xavier -Khun Ying Srivisanvaja-	Kadın	1898-1932	Tıp (Doktor)	Tayland	Mayıs 2020	Doğum Günü	Tayland
Anna Molka Ahmed	Kadın	1917-1994	Sanat (Ressam, Eğitimci)	Pakistan	Haziran 2020	Kutlama	Pakistan
Marguerite Yourcenar	Kadın	1903-1987	Edebiyat (Yazar, Şair)	Fransa	Haziran 2020	Doğum Günü	Fransa, Litvanya, Letonya
Huda Sha'arawi	Kadın	1879-1947	Aktivist (Topluluk Lideri, Kadın Hakları Savunucusu)	Mısır	Haziran 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Umman, Irak
Olive Morris	Kadın	1952-1979	Aktivist (Topluluk Lideri, Kadın Hakları Savunucusu)	Jamaika	Haziran 2020	Doğum Günü	Birleşik Krallık

Marsha P. Johnson	Gay	1945-1992	Aktivist (Drag Queen, LGBT Aktivisti)	Amerika Birleşik Devletleri	Haziran 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Küba, Kolombiya, İspanya, Fransa, İtalya, Yunanistan, İsviçre, Avusturya, Çekya, Almanya, Slovakya, Hollanda, İrlanda, Birleşik Krallık, Danimarka, Norveç, Finlandiya, Hindistan, Tayland, Vietnam, Japonya, Avustralya, Yeni Zelanda
Joaquim Pinto de Oliveira -Tebas-	Erkek	1721-1811	Sanat (Mimar)	Brezilya	Haziran 2020	Kutlama	Brezilya
Hwang Hye-seong	Kadın	1920-2006	Eğitim	Güney Kore	Temmuz 2020	Doğum Günü	Güney Kore
Phraya Si Sunthon Wohan -Noi	Erkek	1822-1891	Edebiyat (Yazar, Eğitmen)	Tayland	Temmuz 2020	Doğum Günü	Tayland
Natalia Bekhtereva	Kadın	1924-2008	Bilim (Nörobilimci, Psikolog)	Rusya	Temmuz 2020	Doğum Günü	Rusya

Artemisia Gentileschi	Kadın	1593-1653	Sanat (Ressam)	İtalya	Temmuz 2020	Doğum Günü	İtalya, Yunanistan, Bulgaristan, Almanya, Avusturya, Litvanya, İzlanda, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Avustralya, Yeni Zelanda
Dilhan Eryurt	Kadın	1926-2012	Bilim (Astrofizikçi, Akademisyen, Araştırmacı)	Türkiye	Temmuz 2020	Kutlama	Türkiye, Hırvatistan, Almanya, İsveç, Birleşik Krallık, İrlanda, İzlanda, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Avustralya, Yeni Zelanda
Tatyana Lioznova	Kadın	1924-2011	Sinema (Yönetmen, Senarist)	Rusya	Temmuz 2020	Doğum Günü	Rusya
Rodolfo Vera Quizon -Dolphy-	Erkek	1928-2012	Sinema (Oyuncu, Komedyen)	Filipinler	Temmuz 2020	Doğum Günü	Filipinler

Jeanne Baret	Kadın	1740-1807	Gezgin (Botanikçi)	Fransa	Temmuz 2020	Doğum Günü	Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Brezilya, Kanada, İzlanda, İrlanda, Litvanya, Fransa, İtalya, Hırvatistan, Yunanistan, Bulgaristan, Senegal, Gana, Nijerya, Kenya, Uganda, Tanzanya, Güney Afrika, Avustralya, Yeni Zelanda
Turhan Selçuk	Erkek	1922-2010	Sanat (Karikatürist)	Türkiye	Temmuz 2020	Doğum Günü	Türkiye
Pacita Abad	Kadın	1946-2004	Sanat (Ressam, Aktivist)	Filipinler	Temmuz 2020	Kutlama	Filipinler, Kambodiya, Amerika Birleşik Devletleri, İzlanda
Vicki Draves	Kadın	1924-2010	Spor (Dalgıç)	Amerika Birleşik Devletleri	Ağustos 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Filipinler
Bahiga Hafez	Kadın	1908-1983	Sinema (Oyuncu, Yapımcı, Yönetmen)	Mısır	Ağustos 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Irak, Umman
Mekatilili wa Menza	Kadın	1840-1914	Aktivist (Bağımsızlık Savunucusu)	Kenya	Ağustos 2020	Kutlama	Kenya

Librado Silva Galeana	Erkek	1942-2014	Edebiyat (Çevirmen, Yazar)	Meksika	Ağustos 2020	Doğum Günü	Meksika
Julius Lothar Meyer	Erkek	1830-1895	Bilim (Kimyager)	Almanya	Ağustos 2020	Doğum Günü	Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Almanya, İtalya, Avusturya, Hırvatistan, Yunanistan, Ukrayna, Litvanya, Letonya, Finlandiya, Fas, Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Irak, Umman, Tayland
Dame Barbara Hepworth	Kadın	1903-1975	Sanat (Heykeltıraş)	Birleşik Krallık	Ağustos 2020	Kutlama	Birleşik Krallık, Litvanya, İtalya, Yunanistan, İsrail, Japonya, Yeni Zelanda, Amerika Birleşik Devletleri, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin

Alexandre Dumas	Erkek	1802-1870	Edebiyat (Yazar)	Fransa	Ağustos 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Dominik Cumhuriyeti, Porto Riko, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, Brezilya, Portekiz, İspanya, Fransa, Birleşik Krallık, İzlanda, İtalya, Yunanistan, Hırvatistan, Bulgaristan, Bosna Hersek, Sırbistan, Macaristan, Avusturya, Çekya, Ukrayna, Slovakya, İsviçre, Polonya, Almanya, Litvanya, Letonya, Rusya, Norveç, Finlandiya, Japonya, Yeni Zelanda
Aya Kōda	Kadın	1904-1990	Edebiyat (Yazar)	Japonya	Eylül 2020	Doğum Günü	Japonya
Dr. Harold Moody	Erkek	1882-1947	Tıp (Doktor, Aktivist)	Birleşik Krallık	Eylül 2020	Kutlama	Birleşik Krallık
Jackie Ormes	Kadın	1911-1985	Sanat (Karikatürist, Aktivist)	Amerika Birleşik Devletleri	Eylül 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri
Kim Sowol	Erkek	1902-1934	Edebiyat (Şair)	Kuzey Kore	Eylül 2020	Doğum Günü	Japonya, Güney Kore

-Terrance Stanley-Terry Fox	Erkek	1958-1981	Spor (Atlet, Aktivist)	Kanada	Eylül 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Porto Riko, Dominik Cumhuriyeti, Guatemala, Honduras, Nikaragua Cumhuriyeti, Kosta Rika, Panama, Kolombiya, Venezuela, Ekvador, Peru, Şili, Arjantin, İzlanda, Birleşik Krallık, Almanya, Litvanya, Slovakya, Çekya, Avusturya, İsviçre, İtalya, Hırvatistan, Bulgaristan, Yunanistan, İsrail, Vietnam, Yeni Zelanda
Felicitas Mendez	Kadın	1916-1998	Akivist (Sivil Haklar Savunucusu)	Porto Riko	Eylül 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Porto Riko
Mascha Kaléko	Kadın	1907-1975	Edebiyat (Şair)	Almanya	Eylül 2020	Kutlama	Almanya, Birleşik Krallık, İzlanda, Bulgaristan, Yunanistan, Peru, Şili, Arjantin
Mandawuy Yunupingu	Erkek	1956-2013	Müzik (Müziyen)	Avustralya	Eylül 2020	Doğum Günü	Avustralya
Notaila Rashed	Kadın	1934-2012	Edebiyat (Yazar)	Mısır	Eylül 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Libya, Mısır, Suudi Arabistan, Irak, Umman
Jovita Idár	Kadın	1885-1946	Medya (Gazeteci, Eğitimci, Aktivist)	Amerika Birleşik Devletleri	Eylül 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri

Benyamin Sueb	Erkek	1939-1995	Sinema (Komedyen, Oyuncu, Şarkıcı)	Endonezya	Eylül 2020	Kutlama	Endonezya
Sergey Ozhegov	Erkek	1900-1964	Dilbilim (Dilbilimci)	Rusya	Eylül 2020	Doğum Günü	Rusya
Romy Schneider	Kadın	1938-1982	Sinema (Oyuncu)	Avusturya	Eylül 2020	Doğum Günü	İzlanda, Fransa, Avusturya, Almanya, Ukrayna, İsrail
Arati Saha	Kadın	1940-1994	Spor (Yüzücü)	Hindistan	Eylül 2020	Doğum Günü	Hindistan, İtalya, Birleşik Krallık, İzlanda
Zohra Segal	Kadın	1912-2014	Sinema (Oyuncu, Dansçı, Koreograf)	Hindistan	Eylül 2020	Kutlama	Hindistan
Eileen Chang	Kadın	1920-1995	Edebiyat (Yazar, Senarist, Aktivist)	Çin	Eylül 2020	Doğum Günü	Tayvan
Ignatius Sancho	Erkek	1729-1780	Edebiyat (Yazar, Aktivist)	Birleşik Krallık	Ekim 2020	Kutlama	Birleşik Krallık
Mary Ann Shadd Cary	Kadın	1823-1893	Medya (Gazeteci, Yayıncı, Eğitimci, Avukat)	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada	Ekim 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Letonya, Senegal, Gana, Nijerya, Kenya, Tanzanya, Güney Afrika
Anton Wilhelm Amo	Erkek	1703-1759	Felsefe (Filozof, Eğitimci)	Gana	Ekim 2020	Kutlama	Almanya, İtalya, Letonya, Gana, Nijerya, Senegal, Uganda, Kenya, Tanzanya, Güney Afrika, Brezilya

Oğuz Atay	Erkek	1934-1977	Edebiyat (Yazar, İnşaat Mühendisi, Akademisyen)	Türkiye	Ekim 2020	Doğum Günü	Türkiye
Laudelina de Campos Melo	Kadın	1904-1991	Akivist (Organizatör, Toplum Çalışanı)	Brezilya	Ekim 2020	Doğum Günü	Brezilya
Claudia Jones	Kadın	1915-1964	Medya (Gazeteci, Aktivist)	Trinidad ve Tobago	Ekim 2020	Kutlama	Birleşik Krallık
Kyu Sakamoto	Erkek	1941-1985	Müzik (Şarkıcı, Oyuncu)	Japonya	Ekim 2020	Kutlama	Japonya
Dr. Zohra Begum Kazi	Kadın	1912-2007	Bilim (Fizikçi)	Hindistan	Ekim 2020	Doğum Günü	Bangladeş
Benedict Sandin	Erkek	1918-1982	Tarih (Etnolog, Tarihçi, Küratör)	Malezya	Ekim 2020	Doğum Günü	Malezya
Mihail Sebastian	Erkek	1907-1945	Edebiyat (Yazar, Gazeteci)	Romanya	Ekim 2020	Doğum Günü	Romanya
Farid al- Atrash	Erkek	1910-1974	Müzik (Şarkıcı, Besteci, Müziyen, Oyuncu)	Mısır	Ekim 2020	Doğum Günü	Fas, Cezayir, Libya, Lübnan, Mısır, Suudi Arabistan, Irak, Umman
Ivan Bunin	Erkek	1870-1953	Edebiyat (Şair, Yazar)	Rusya	Ekim 2020	Doğum Günü	Rusya
Gianni Rodari	Erkek	1920-1980	Edebiyat (Yazar, Gazeteci)	İtalya	Ekim 2020	Doğum Günü	Rusya, Litvanya, Ukrayna, Bulgaristan, Yunanistan, İtalya

Dolores Cacuango -Mama Doleyeruk-	Kadın	1881-1971	Aktivist (Yerli Halklar ve Çiftçi Hakları Savunucusu)	Ekvador	Ekim 2020	Doğum Günü	Ekvador, Peru, Şili, Arjantin
Dr. Stamen Grigorov	Erkek	1878-1945	Tıp (Doktor, Mikrobiyolog)	Bulgaristan	Ekim 2020	Doğum Günü	Fransa, Macaristan, Ukrayna, Bulgaristan, Yunanistan, Peru, Şili, Arjantin, Kanada, Amerika Birleşik Devletleri
Eloísa Angulo	Kadın	1919-1991	Müzik (Şarkıcı)	Peru	Ekim 2020	Doğum Günü	Peru
Emilio Aragón Bermúdez -Miliki-	Erkek	1929-2012	Sanat (Palyaço)	İspanya	Kasım 2020	Doğum Günü	İspanya
Martín Chambi	Erkek	1891-1973	Sanat (Fotoğraf Sanatçısı)	Peru	Kasım 2020	Doğum Günü	Arjantin, Peru, Şili
Purushottam Laxman Deshpande	Erkek	1919-2000	Edebiyat (Yazar)	Hindistan	Kasım 2020	Doğum Günü	Hindistan
Sir Giles Gilbert Scott	Erkek	1880-1960	Sanat (Mimar)	Birleşik Krallık	Kasım 2020	Doğum Günü	Birleşik Krallık
Marie Dressler	Kadın	1868-1934	Sinema (Oyuncu)	Kanada	Kasım 2020	Doğum Günü	Kanada
Umeko Tsuda	Kadın	1864-1929	Eğitim (Eğitimci)	Japonya	Kasım 2020	Kutlama	Japonya
Maria Tallchief	Kadın	1925-2013	Sanat (Balerin)	Amerika Birleşik Devletleri	Kasım 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri

Jacques Brel	Erkek	1929-1978	Müzik (Şarkıcı, Müziyen)	Belçika	Kasım 2020	Kutlama	Rusya, Litvanya, Letonya, Almanya, Avusturya, Belçika, Fransa, İtalya, Hırvatistan, Bosna Hersek, Sırbistan, Bulgaristan, Yunanistan, Vietnam
Eliška Junková	Kadın	1900-1994	Spor (Otomobil Yarışçısı)	Çekya	Kasım 2020	Doğum Günü	Kanada, Almanya, İtalya, Çekya, Slovakya, İtalya, Yunanistan
Fanny Eaton	Kadın	1835-1924	Sanat (Ressam Modeli ve Ev İşçisi)	Jamaika, Birleşik Krallık	Kasım 2020	Kutlama	Birleşik Krallık, İzlanda, Yunanistan, Arjantin, Peru, Şili, Trinidad ve Tobago, Avustralya, Yeni Zelanda
Ahmed Zaki	Erkek	1949-2005	Sinema (Oyuncu)	Mısır	Kasım 2020	Doğum Günü	Cezayir, Tunus, Libya, Mısır, Lübnan, Suudi Arabistan, Irak, Azerbaycan
Benoit Mandelbrot	Erkek	1924-2010	Bilim (Matematikçi)	Polonya, Amerika Birleşik Devletleri, Fransa	Kasım 2020	Doğum Günü	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Fransa, Polonya, Litvanya, Letonya, Bulgaristan, Yunanistan
Tino Sidin	Erkek	1925-1995	Sanat (Ressam, Eğitimci)	Endonezya	Kasım 2020	Kutlama	Endonezya
Salmah İsmail -Saloma-	Kadın	1935-1983	Müzik (Şarkıcı, Oyuncu, Moda İkonu)	Malezya	Kasım 2020	Kutlama	Malezya

Frank Bailey	Erkek		Güvenlik (İtfaiyeci)	Birleşik Krallık	Kasım 2020	Doğum Günü	Birleşik Krallık
Munier Chowdhury	Erkek	1925-1971	Sanat (Yazar, Eleştirmen, Öğitmen, Aktivist)	Bangladeş	Kasım 2020	Doğum Günü	Bangladeş
Bano Qudsia	Kadın	1928-2017	Edebiyat (Yazar)	Pakistan	Kasım 2020	Doğum Günü	Pakistan
Henri Salvador	Erkek	1917-2008	Müzik (Şarkıcı, Komedyen, Kabare Sanatçısı)	Fransa	Kasım 2020	Kutlama	Fransa, Sırbistan, İsrail
Kateryna Bilokur	Kadın	1900-1961	Sanat (Ressam)	Ukrayna	Aralık 2020	Doğum Günü	Ukrayna
Sir William Arthur Lewis	Erkek	1915-1991	Ekonomi (İktisatçı)	St Lucia	Aralık 2020	Kutlama	Birleşik Krallık, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Peru, Trinidad ve Tobago, İzlanda, Litvanya, Ukrayna, Macaristan, Hırvatistan, Bulgaristan, Yunanistan, İsrail, Hindistan, Japonya
Zinaida	Kadın	1884-1967	Sanat (Ressam)	Ukrayna	Aralık 2020	Doğum Günü	Rusya, Litvanya, Vietnam, Arjantin
Marie Popelin	Kadın	1846-1913	Hukuk (Avukat, Aktivist)	Belçika	Aralık 2020	Doğum Günü	Belçika
Li Tien-lu	Erkek	1910-1998	Sanat (Kukla Sanatçısı)	Tayvan	Aralık 2020	Doğum Günü	Tayvan

Aliye Berger	Kadın	1903-1974	Sanat (Gravür/Grafik Sanatçısı, Ressam)	Türkiye	Aralık 2020	Doğum Günü	Türkiye
Elizabeth Peratrovich	Kadın	1911-1958	Aktivist (Sivil Haklar Savunucusu)	Amerika Birleşik Devletleri	Aralık 2020	Kutlama	Amerika Birleşik Devletleri, Kanada

Kaynak: Google Doodle Archive, <http://www.google.com/Doodles> adresinden 04.08.2021 tarihinde derlenerek araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma bulgularının genel değerlendirilmesinde, 2020 yılı itibariyle dünyada ve Türkiye’de toplamda 402 GDoodle yayımlandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda yayımlanan kişi temalı GDoodle sayısı, 119 olarak tespit edilmiştir. Bu iki bulgu niceliksel olarak oranlandığında; kişi temalı GDoodle sayısının, yıl kapsamında yayımlanan tüm GDoodle sayısının yaklaşık olarak üçte biri olduğu görülmektedir. Bu oran, görece yüksek bir oran olarak değerlendirilebilmektedir.

Araştırma bulguları ‘cinsiyet’ kategorisi bağlamında incelendiğinde; kişi temalı 119 GDoodle’ın 56 tanesi erkek, 62 tanesi kadın ve 1 tanesi gay olarak saptanmıştır. Bu bağlamda 2020 yılında yayımlanan kişi temalı GDoodle’ların kadın ve erkek kategorileri açısından cinsiyet dağılımı sayısal olarak birbirine yakın bulunmuştur. Gay kategorisinde yer alan Marsha P. Johnson ise, aktivist ve LGBTQI+ Hareketi savunucusu kimliğinin yanı sıra bir drag queen ve şov dünyasına ait bir isim olarak dikkat çekmektedir. Yaşamı süresinde ABD’de popüler bir kimlik olan Johnson, Temmuz 1992’de yaşamını şaibeli bir şekilde yitirmiştir.

Araştırmanın bu bulgusu, çalışmanın önceki bölümlerinde ifade edildiği üzere GDoodle tasarım ve uygulamalarının Google’nın kurum kültürü ve kurumsal değerlerine koşut seçilmesi durumu ile örtüşmektedir. Google şirketin farklılık yönetimine verdiği önem ve bu konudaki çalışmalarını düşünüldüğünde (Google Diversity Annual Report, 2020), LGBTQI+ haklarına dikkat çekme amacı güden bu GDoodle anlam kazanmaktadır.

Araştırma kapsamında GDoodle’a konu olan kadın, erkek ya da gay tüm kişilerin; bir uğraş sahibi oldukları ve uğraşlarında elde ettikleri başarılarla ya da üstlendikleri öncü rolle toplum yaşamına katkıda buldukları tespit edilmiştir. Fanny Eaton, bu kapsamda verilebilecek bir diğer örnektir. Yaşamını ressam modeliği yaparak ve ev hizmetleri görerek kazanan Eaton; 1850’li yıllarda İngiltere’de Dante Gabriel Rossetti, John Everett Millais ve Rebecca Solomon gibi sanatçıların katkıda bulunduğu Pre-Raphaelite Kardeşliği isimli sanat akımına dahil olmuştur. Eaton, siyahilerin daha azınlıkta olduğu ve saygı görmedikleri bir dönemde, ideal güzellik anlayışının ve farklılık kavramlarının yeniden tanımlanmasında öncü bir rol oynamıştır.

Söz konusu bulgu, alanyazında da konu edildiği üzere kişisel marka ve kişisel markalaşma kavramlarının herhangi bir alanda toplum nezdinde bilinirlik kazanma durumu ile örtüşmektedir. Araştırma bulguları toplumsal cinsiyet perspektifinde yorumlandığında, özellikle kadınlar açısından kişisel markalaşmanın; bir meslek/iş sahibi olma, kamusal hayatın içinde olma, öncü rol oynama, ilham kaynağı olma ve topluma katkı sağlama gibi konulara paralellik arz ettiğini ifade etmek mümkündür.

Araştırma bulguları 'doğum-ölüm tarihi' kategori uyarınca mercek altına alındığında, 2020 yılında yayımlanan tüm kişi temalı GDoodle'ların; yaşamını kaybetmiş kişilerle ilgili olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla artık hayatta bulunmayan kişilerle ilgili tüm bu GDoodle'ların anma ve onore etme amacı taşıdığını ifade etmek mümkündür. 2020 yılı kapsamındaki kişi temalı GDoodle'lara konu olan şahısların doğum yıllarının, 1500'lü yıllar ile 1900'lü yıllar arasında olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, kişi temalı GDoodle'lara ilişkin en eski doğum yılı 1593 olup İtalyan kadın ressam Artemisia Gentileschi'ye aittir. 8 Temmuz 1593 Roma doğumlu olan Gentileschi, barok dönemin en önemli ressamlarından biri olarak kabul edilmektedir. Öyle ki Floransa'da bulunan Accademia di Arte del Disegno'ya kabul edilen ilk kadın olarak haklı bir üne sahiptir (Mavioğlu ve Karbeyaz, 2017, s. 140). Araştırma kapsamında bulguların ve günümüze en yakın olan doğum tarihi 1963 olup Nijeryalı bir kadın ve sinema yapımcısı olan Amaka Igwe'ye aittir. 2 Ocak 1963 Enugu doğumlu olan Igwe, kurduğu medya imparatorluğu ve 'Nollywood' olarak adlandırılan Nijerya film endüstrisine yaptığı katkılarla tanınmaktadır.

Bununla birlikte kişi temalı GDoodle'lara ilişkin bir zaman/yaşam çizelgesi oluşturulması durumunda, büyük oranda 20. yüzyıl ile ilişkilendirilebileceği görülmektedir. Söz konusu bulgu, iletişim teknolojileri ve araçlarının herhangi bir alanda ün kazanma ve kişiye ait yaşam detaylarının kamuoyuna mal olmasında etkili bir rol üstlenmeleri ile açıklanabilmektedir.

Araştırma bulguları 'uğraş alanı' kategorisi temelinde ele alındığında, 2020 yılında kişi temalı GDoodle'lara konu olan kişilerin birçok farklı uğraş alanına sahip oldukları saptanmıştır. Google Doodle Arşivi'nden yararlanılarak söz konusu uğraş alanları; 'aktivizm', 'bilim', 'dilbilim', 'din', 'edebiyat', 'eğitim', 'ekonomi', 'felsefe', 'gezgin', 'güvenlik', 'hukuk', 'medya', 'müzik', 'sanat', 'sinema', 'siyaset', 'spor', 'tarih' ve 'tıp' olarak ayrıntılandırılmıştır. Bu bağlamda bir kişinin topluma katkı sunan ve toplumun yaşam kalitesini artıran uğraş ya da uğraşlar gerçekleştirmiş olmasının, alanyazına koşut olarak marka olma ve markalaşma sürecine olumlu katkılarının olduğunu ifade etmek mümkündür.

Araştırma bulguları uyarınca en dikkat çeken uğraş alanları, edebiyat ve sanattır. 2020 yılında yayınlanan kişi temalı GDoodle'lar incelendiğinde; edebiyat alanında yirmi altı, sanat alanında yirmi bir paylaşımın olduğu görülmektedir. Edebiyat alt kategorisi; yazar, şair, çevirmen, editör ve eleştirmen gibi iş alanlarını içermektedir. Sanat alt kategorisinde ise, sahne ve performans sanatları ile görsel sanatlar yer almaktadır. Bu bağlamda resim, illüstrasyon, fotoğraf, gravür, grafik, karikatür, heykel, bale, palyaço ve kukla sanatı ile mimari gibi alanlar konu edilmektedir.

Edebiyat ve sanat alanlarını, on iki paylaşım ile aktivizm takip etmektedir. Aktivizm, bireylerin ve toplumların daha güzel ve daha iyi bir dünya ümidinden beslenen eylemcilik anlamına gelmektedir (Gürel ve Nazlı, 2019, s. 187). Araştırma kapsamında aktivist kimliğiyle dikkat çeken kişilerin yanı sıra herhangi alanda uğraş vermesine rağmen aktivist olarak anılan kişilerin de GDoodle'lara konu oldukları görülmektedir. Dolayısıyla aktivizm temasının görece ağırlığının, sabit bulgu oranından daha fazla olduğuna dikkat çekmek mümkündür.

Araştırma bulguları uyarınca GDoodle'lara konu olan kişiler arasında bağımsızlık, insan hakları, kadın hakları, LGBTQI+ hakları, sivil haklar, yerli halklar ve çiftçi hakları konularında savunucu tavırlarıyla tanınan kişilerin bulunduğu görülmektedir. Irena Sendlerowa, Sir Nicholas Winton ve Nkosi Johnson, bu kapsamda en dikkat çekici örneklerdir. Sendlerowa, Zegota Direniş Örgütü bünyesinde aktif

olarak çalışan ve 2.500 Yahudi çocuğun hayatını kurtaran bir sosyal hizmet uzmanıdır. Bu nedenle de Polonya tarafından yüksek onur ödülüne layık görülmüştür. Nicholas Winton, 2. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde 'Czech Kindertransport' olarak bilinen bir operasyon ile Alman işgali altındaki Çekoslovakya'dan çoğu Yahudi olan 669 çocuğun kurtarılmasını sağlayan bir hayırseverdir. Bu iyilikleri nedeniyle 'sir' ünvanının yanı sıra 'Beyaz Arslan' nişanı ile ödüllendirilmiştir. Nkosi Johnson ise AIDS hastası olan ve 12 yaşında yaşamını yitiren Güney Afrikalı bir çocuktur. Johnson, bir çocuk olmasına rağmen dünya kamuoyunun HIV ve AIDS konusundaki farkındalığın artmasını sağlamıştır.

Uğraş alanı kategorisinde aktivizmin ardından, on iki paylaşım ile sinema ile müzik gelmektedir. Sinema alt kategorisinde oyuncu, yönetmen, senarist ve yapımcı gibi iş alanlarının var olduğu görülebilmektedir. Müzik alt kategorisi ise; şarkıcı, besteci ve müzisyen açıllımlarına sahiptir. Dikkat çeken bir diğer uğraş alanı ise, on bir paylaşım ile bilimdir. Bilim alt kategorisi; astrofizik, fizik, kimya, matematik, nörobilim, psikoloji ve psikiyatri olarak detaylandırılabilir. Spor alt kategorisinde ise, altı paylaşım bulunmaktadır. Bu bağlamda atletizm, dalış, futbol, otomobil yarışı, squash ve yüzme; kişi temalı GDoodle'lara konu olmuş kişilerin profesyonel olarak ilgilendikleri spor dallarıdır.

Bu alt kategorilerin yanı sıra dilbilim, din, eğitim, felsefe, güvenlik, hukuk, medya, siyaset, spor, tarih ve tıp gibi uğraş alanlarından da söz etmek mümkündür. Bahsi geçen uğraş alanlarının insan yaşamı ve kamusal yaşam açısından önemi düşünüldüğünde, kişisel bir marka olmanın; yaşama katkı yapan ve insan hayatına dokunan bir kişi olmak ile ilgili olduğu yorumunu yapmak mümkündür. Bu bağlamda kişisel marka; ünlü olmakla bağlantılı, ancak ondan farklı ve onu aşan bir niteliktedir.

Araştırma bulguları 'ülke/uyruk' kategorisi bağlamında incelendiğinde, GDoodle'a konu olmuş kişilerin kırk dokuz devletin vatandaşları olduğu görülmüştür. Söz konusu veri, Google şirketinin küresel bir şirket olması ve hizmet alanının tüm dünya olması ile örtüşmektedir. Tespit edilen uyruklar ve ülkeler incelendiğinde, en fazla temsiliyetin 'Amerika Birleşik Devletleri' ile 'Birleşik Krallık' ülkelerine ait olduğu görülmüştür. Bu bağlamda kişi temalı GDoodle'lar ile ilgili en yoğun paylaşımının gelişmiş ülkelere ait olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Araştırma bulguları uyarınca, Türkiye ile ilgili yalnızca beş paylaşımın yapıldığı bulgulanmıştır. GDoodle kapsamında kendilerine yer verilmiş olan isimler; Tomris Uyar, Dilhan Eryurt, Turhan Selçuk, Oğuz Atay ve Aliye Berger'dir. Bulgu, cinsiyet açısından irdelendiğinde üç kadın ve iki erkek dağılımı görülebilmektedir. Uğraş alanı açısından ele alındığında ise edebiyat, sanat ve bilim kategorilerinin ön planda olduğu görülebilmektedir. Bu bağlamda Tomris Uyar ve Oğuz Atay edebiyat; Turhan Selçuk ve Aliye Berger sanat; Dilhan Eryurt ise bilim alanında çalışmalar ortaya koymuştur. Tüm bu isimlerin kariyerleri, başarı ve ödüllerle doludur.

Öykü yazarı ve çevirmen olan Tomris Uyar, 1979 ve 1986 yıllarında Saik Faik Hikaye Armağanı'nı kazanmış, özgün ve çeviri eserler ortaya koymuştur. Roman, öykü ve oyun yazarı olan Oğuz Atay; 1970 yılında TRT Roman Ödülü'nü kazanmış ve Türk edebiyatına damga vuran birçok önemli eser ortaya koymuştur. Bu bağlamda 'Tutunamayanlar' isimli romanı, 1997 yılında UNESCO tarafından 20. yüzyıl Türk edebiyatının en seçkin eseri seçilmiştir. 'Abdulcanbaz' isimli çizgi karaktere hayat veren Turhan Selçuk; yaşamı boyunca pek çok eser ortaya koymuş, ulusal ve uluslararası önemli ödüllere layık görülmüştür. Türkiye'nin ilk gravür sanatçılarından olan ve dünyanın farklı yerlerinde sergiler açan Aliye Berger, 1954 yılında Yapı Kredi Bankası tarafından düzenlenen resim yarışmasında birincilik ödülünü, 1955 yılında Tahran Bienali'nde ikincilik ödülünü almıştır. Astrofizikçi olan ve

NASA'da görev yapan ilk Türk bilim kadını olan Dilhan Eryurt ise; 1969 yılında Apollo Başarı Ödülü, 1977 yılında Tübitak Bilim Hizmet ve Teşvik Ödülü'nü almış kazanmış ve 1997 yılında Türkiye Bilimler Akademisi'ne şeref üyesi seçilmiştir. Dolayısıyla bu isimlerin, Türkiye'den çıkmakla birlikte dünya kapsamında çalışmalar ortaya koyduklarını ve yerelden küresele uzanan bir çizgiye sahip olduklarını ifade etmek mümkündür.

Araştırma bulguları 'tarih' kategorisi uyarınca ele alındığında 2020 yılı boyunca her ay kişiye ait GDoodle paylaşımının yapıldığı görülmüştür. 2020 yılı kapsamında kişi temalı GDoodle'ların yoğunlukla Eylül, Ekim ve Kasım aylarında yayımlandığı, en az paylaşımın ise Nisan ayında yapıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda kasım ayında on sekiz, eylül ve ekim aylarında ise, on altı tane kişi temalı GDoodle yayımlanmıştır. Nisan ayındaki paylaşım sayısı ise, üçtür.

2020 yılında en fazla GDoodle yapıldığı kasım ayı incelendiğinde, en yoğun paylaşımın sanat alanında öncü olan yedi kişiye ait olduğu saptanmıştır. Sanat alanını üç GDoodle ile müzik, iki GDoodle ile edebiyat ve sinema, bir GDoodle ile güvenlik, bilim, spor ve eğitim takip etmektedir. En fazla GDoodle paylaşımının yapıldığı diğer aylar olan ekim ve eylül ayı da, benzer bir görünümde. Bu doğrultuda ekim ayında altı edebiyat, üç siyaset ve müzik, iki bilim, bir felsefe ve tarih öncüsü; eylül ayında altı edebiyat, üç sinema, iki siyaset ve spor, bir tıp, müzik ve dilbilim öncüsüne rastlanmaktadır. Eylül ayında; En az paylaşımın yapıldığı nisan ayında ise; bir spor, bir sanat ve bir tıp öncüsüne yer verilmiştir. Bu bağlamda herhangi bir uğraş alanına mensup olan ve markalaşmayı başarmış öncü, bilim insanı veya ünlü kişilere ait GDoodle'lara yıl boyunca rastlanabileceğini, kişi temalı GDoodle'lar açısından belirli bir ayın öncelenmediğini ifade etmek mümkündür.

Araştırma bulguları, 'GDoodle yayımlanma gerekçesi' kategorisi kapsamında mercek altına alındığında; 'doğum günü', 'anma' ve 'kutlama' olmak üzere üç ayrı alt kategorinin varlığı ortaya konmuştur. Bu bağlamda en yoğun paylaşım, 81 GDoodle ile 'doğum günü' temasına aittir. Doğum günü teması; herhangi bir alanda ya da bulunduğu ülkede yenilik yaratan, öncü olan diğer bir deyişle kişisel marka olarak anılan bireylerin, doğum günlerine yönelik özel paylaşımları içermektedir.

Doğum günü alt kategorisini, otuz altı GDoodle ile 'kutlama' alt kategorisi takip etmektedir. Kutlama alt kategorisinde, farklı alanlarda başarı elde etmiş ve bir ilke imza atmış olan öncülerin ortaya koydukları başarıların yıl dönümü kutlanmaktadır. Bu kişiler, insanlık adına o denli önemli bir çıktı ortaya koymuşlardır ki, imzalarını attıkları buluşun ya da eylemin gerçekleştiği gün, diğer insanlar tarafından kutlanmakta ve kutsanmaktadır. Dolayısıyla bu alt kategorinin, dönem değiştiren kişi ve olaylar ile ilgili olduğu yorumunu yapmak olanaklıdır.

Bir diğer GDoodle yayımlanma gerekçesi ise, 'anma' amaçlıdır. Anma alt temasında, tarihte herhangi bir alanda bir dönüm noktası gerçekleştirmiş ve yenilik yaratmış olan kişiler ölüm yıl dönümlerinde hatırlanmaktadır. Bu kapsamda Dr. Martin Luther King ve Dr. Ignaz Semmelweis'a ait olmak üzere iki GDoodle bulunmaktadır.

Afrika-Amerika kökenli bir Baptist papaz olan ve Amerikan Yurttaş Hareketi önderi olan Martin Luther King, şiddet karşıtı ve ırksal eşitlik yanlısı görüşleri ile bilinmektedir. 1964 yılında Nobel Barış Ödülü'nü kazanan King, 1968 yılında uğradığı bir suikast sonucunda yaşamını yitirmiştir. Avusturya-Macaristan uyruklu bir bilim insanı ve doktor olan Ignaz Semmelweis ise, antiseptik prosedürlerin ve hijyen anlayışının öncüsüdür. Gözlemleri, dönemin yerleşik bilimsel ve tıbbi görüşleriyle çelişen Semmelweis, oldukça dramatik bir şekilde yaşamını yitirmiştir. Her iki örnekte de görüldüğü üzere

anma temalı GDoodle'ların, ölümlerinin üzerinden geçen onca yıl sonra söz konusu kişileri onore etme ve öncü kimliklerine dikkat çekme amacına hizmet ettikleri düşünülebilmektedir.

Araştırma bulguları 'GDoodle paylaşılan bölge' kategorisi bağlamında ele alındığında, eli yedi Doodle paylaşımının geniş bir ülke dağılımına sahip olduğu ve altmış iki paylaşımın ise yalnızca tek bir ülkede yayımlandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda geniş bir paylaşım dağılımı bulunan kişi temalı GDoodle'lara konu olan öncülerin; küresel çapta bir üne sahip olduğu, daha yoğun kitleler tarafından bilindiği ve tanındığı yorumu yapılabilmektedir. Tek bir ülkede yayımlanan GDoodle'lara konu olan öncüler ise, yerel düzeyde şöhret sahibi ya da lokal üne sahip kişiler olduklarını düşünmek mümkündür.

Araştırma kapsamında en geniş paylaşıma sahip kişi temalı GDoodle, edebiyat kategorisine ait olup Fransız yazar Alexandre Dumas olarak belirlenmiştir. Eserleri birçok dile çevrilen ve beyazperdeye de aktarılan Dumas, dünya üzerinde en çok okunan Fransız yazarlardan biridir. Dolayısıyla Dumas'ın ününün ülke sınırlarını aştığını ve küresel bir yayılım gösterdiğini ifade etmek mümkündür.

Tartışma ve Sonuç

Kapitalist eğilimli günümüz dünya düzeninde, pazarlama iletişimi ve markalaşma çalışmaları yaşamın tüm alanına sızmaktadır. Markalarla örülü bir dünyada yaşayan günümüz insanları, odak noktası kendileri olan bir markalaşma süreci içindedirler. Kişisel marka, öznesi ve eylemi insan olan markadır. Öyle ki Tom Peters (1997) tarafından ilk kez dillendirildiğinden itibaren kişisel marka ve kişisel markalaşma büyük yol kat ederek bilim dünyasının ilgi alanına girmiştir.

Google Doodle -GDoodle-; öncüleri, bilim insanlarını, ünlü sanatçı ve sporcuları anmak ya da kutlamak için Google logosunda yapılan bir çalışmadır. GDoodle, pazarlama iletişimi açısından oldukça yenilikçi ve farklı bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Kişisel marka ve kişisel markalaşma kavram ve uygulamalarının popülerliğine koşut olarak GDoodle kapsamında kişi temalı birçok tasarım ve uygulamaya rastlamak mümkündür.

Bu çalışma kapsamında kişisel marka ve kişisel markalaşma kavram ve uygulamaları, GDoodle örneği üzerinden mercek altına alınmıştır. Araştırma, 2020 yılını içermektedir. Google Doodle kurumsal arşivinden derlenen araştırma verileri, 01 Ocak 2020-31 Aralık 2020 tarih aralığını kapsamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın kısıtını, bu tarih haricinde Google Doodle Arşivi'nden ulaşılabilecek veriler oluşturmaktadır.

Araştırma bulgularının genel değerlendirilmesinde; elde edilen bulguların, alanyazın taramasına büyük oranda koşutluk arz ettiği görülmüştür. Bu bağlamda alanyazın bilgileri ve araştırma bulguları kişisel marka ve kişisel markalaşmanın tanımı, kapsamı ve disiplinlerarası niteliği gibi konular temelinde benzeşmektedir. Araştırma bulgularının genel değerlendirilmesinde en dikkat çeken veri, 2020 yılı kapsamında 402 GDoodle'ın yayımlanmış olmasıdır. Bu GDoodle'ların 119 tanesi, kişi temalıdır. Kişi temalı GDoodle'ların, toplam GDoodle içindeki sayısal oranı yaklaşık üçte bir şeklindedir. Kişisel marka ve markalaşma kavramlarının görece yeni olması düşünüldüğünde, bu oran küçümsenmeyecek bir oran olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada kapsamında önemli bulgulardan biri, GDoodle kapsamında yer verilen kişilerin cinsiyetleri ile ilgilidir. Cinsiyet teması kapsamında kişi temalı GDoodle'larda kadın, erkek ve gay alt

temalı GDoodle'ların varlığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda kadın ve erkek cinsiyetinin, sayısal oranı birbirine yakın bulunmuştur. 2020 kapsamında kişi temalı GDoodle'da gay bir aktivistin konu edildiği görülmüştür. Bu durum, Google şirketinin farklılık yönetimi ilke olarak benimsemesi ile ilişkilendirilmiş ve LGBTQI+ haklarına dikkat çekmek açısından önemli olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu, GDoodle kapsamında yer verilen kişilerin doğum tarihi ile ilgilidir. Söz konusu bulgu uyarınca GDoodle'a konu olan kişilerin yaşam periyodlarının, on altıncı yüzyıldan başlayarak yirminci yüzyıla kadar uzandığı saptanmıştır. Bu bağlamda kişisel marka ve markalaşma çağcıl dönemle ilişkilendirilmekle birlikte, tarihsel süreç kapsamında farklı dönemlerde yaşamış ve kişisel marka olmuş kişilerden söz etmenin mümkün olduğu düşünülebilmektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer bulgu, ülke/uyruk ile ilgilidir. Araştırma kapsamında yayımlanan GDoodle'ların dünyanın birçok coğrafyasından ve farklı uyruklardan kişiyi içerdiği görülmüştür. Kişisel marka ve markalaşma, Batı dünyasına ait bir kavramlaştırma ve uygulamadır, ancak dünyanın birçok coğrafyasından kişisel marka olmuş ve ait olduğu coğrafyayı aşarak küresel tanınırlığa ulaşmış bir çok kişinin varlığından söz edilebilmektedir. Bu anlamıyla kişisel marka olmanın; tarihi, kökeni, zamanı ve sınırları aşan bir niteliğe sahip olduğuna dikkat çekmek mümkündür.

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu, GDoodle'ların yayımlanma tarihine ilişkindir. Araştırma kapsamında dünya genelinde değişik coğrafyalardan, değişik dönemlerden ve değişik uğraş alanlarından kişileri anmak, kutlamak ya da onore etmek amacıyla yıl boyunca GDoodle paylaşımı yapıldığı görülmüştür. Bu bağlamda yılın tüm aylarında kişi temalı farklı GDoodle'lara rastlamanın olanaklı olduğunu ifade etmek mümkündür.

Araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer veri, GDoodle'a konu olan kişilerin uğraş alanı ile ilgilidir. İncelenen GDoodle tasarımlarında; aktivizm', 'bilim', 'dilbilim', 'din', 'edebiyat', 'eğitim', 'ekonomi', 'felsefe', 'gezgin', 'güvenlik', 'hukuk', 'medya', 'müzik', 'sanat', 'sinema', 'siyaset', 'spor', 'tarih' ve 'tıp' gibi pek çok farklı uğraş alanından kişiye yer verildiği bulgulanmıştır. Uğraş alanları teması kapsamında 'başarılı olmak' ve 'öncü olmak', ayırt edici unsurlar olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında bulgularan diğer bir veri, GDoodle'ların yayımlanma gerekçesi ile ilgilidir. Bu bağlamda GDoodle uygulamalarının; tarih boyunca farklı alanlarda dikkate değer çalışmalar gerçekleştirmiş kişilerin doğum günlerini kutlamak, başarılarını ve katkılarını anımsayarak onları onore etmek üzere yayımlandıkları görülmüştür. Araştırmanın örneklemini oluşturan kişilerin, başarıları ve kariyerleri ile özdeşleştirilerek anıldıkları bulgulanmıştır.

Araştırmada bulgularan son veri ise, GDoodle'ların yayımlandıkları bölge ile ilgilidir. Araştırma kapsamında yayımlanan GDoodle çalışmalarının her birinin, farklı coğrafik yayımlı paylaşım oranına sahip olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle, bazı GDoodle çalışmaları, tek bir ülkede; bazı GDoodle çalışmaları birçok ülkede yayımlanmıştır. Bu doğrultuda, tek bir ülkede paylaşılan kişilerin, daha yerel bir etki alanına sahip olduğu ve yayımlandıkları lokasyon dahilinde markalaştıkları ileri sürülebilmektedir. Birçok ülkede paylaşılan kişiler ise, daha küresel düzeyde bir marka kimliğine ve tanınırlığa sahiptir.

Araştırma kapsamında Türkiye ile ilgili beş kişi temalı GDoodle paylaşımının bulunduğu bulgulanmıştır. Söz konusu GDoodle'lar; Tomris Uyar, Dilhan Eryurt, Turhan Selçuk, Oğuz Atay ve Aliye Berger ile ilgilidir. Kariyerlerindeki başarıları, üretkenlikleri ve üstlendikleri öncü rol ile dikkat

çeken bu isimlerden en fazla ülkede yayımlanan GDoodle, Dilhan Eryurt'a aittir. Eryurt'un kariyerinin ve alışmalarının ülke sınırlarını aşması, araştırmaları ile insanlığa katkıda bulunması, bu bulgu ile doğru orantılıdır.

Alanyazından ve gerçekleştirilen araştırmadan hareketle elde edilen tüm bulgular sonucunda, kişisel marka ve markalaşma kavram ve uygulamalarının, bu kavramlardan ilk kez bahseden yönetim gurusu Tom Peters'in söylemleri ile koşutluk arz ettiği görülmüştür. Peters (1997); her insanın yaşına, bulunduğu pozisyona veya yapmakta olduğu işe bağlı olmaksızın potansiyel bir marka olduğunu savunmaktadır. Öyle ki, herhangi bir kişi herhangi bir alanda elde ettiği başarı veya bir alana sağladığı katkı ile her an marka olarak anılabilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma; kişisel marka ve kişisel markalaşmayı, GDoodle örneğinde inceleyen ve alanyazında boşluk doldurmayı hedefleyen sınırlı sayıda çalışmalardan biridir. Kişisel marka ve kişisel markalaşma, geniş kapsamlı ve disiplinlerarası nitelik arz eden kavram ve uygulamalar bütünüdür. Görece yeni bir alan olması nedeniyle bu alanda, birçok çalışmaya ihtiyaç duyulduğu muhakkaktır. Çalışmanın, daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara bir yol haritası oluşturması beklenmektedir.

Kaynakça

- Arslan, E. (2020). İşveren Markası ve Örgütsel Çekicilik İlişkisinde Motivasyon Faktörlerinin Rolü: Google Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, İzmir, Türkiye.
- Aykan, N. (2019). Tanınmış Kişilerin Markalaşmasında Sosyal Medyanın Rolü: Sanatçı Gülşen Örneği (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
- Bharat, B. ve Basudev, D. (2020). Study of Different Ways of Digital Branding on the Google Homepage Using Google Doodle. *Asian Journal of Management*, 10 (4), 312-318.
- Beal, P. (2008). *A Dictionary of English Manuscript Terminology-1450-2000*. Oxford: Oxford University Press.
- Buzan T. ve Keene, R. (1996). *Dehanın El Kitabı*. 2. Baskı. Çeviren: Sinem Gül. İstanbul: Sabah Kitapları.
- Buzan T. ve Buzan, B. (2012). *Zihin Haritaları*. 2. Baskı. Çeviren: Güntülü Tercanlı. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Carvalho, B., Soares, M., Neves, A. ve Medeiros, R. (2013). Interactive Doodles: A Comparative Analysis of the Usability and Playability of Google Trademark Games Between 2010 and 2012. A. Marcus (Ed.). *Design, User Experience, and Usability Health, Learning, Playing, Cultural, and Cross-Cultural User Experience* (s. 508-517) içinde, California: Springer.
- Chen, C. (2013). Exploring Personal Branding on YouTube. *Journal of Internet Commerce*. 12 (4), 332-347. DOI: 10.1080/15332861.2013.859041.
- Close, A., Moulard, J. ve Monroe, K. (2010). Establishing Human Brands: Determinants of Placement Success for First Faculty Positions in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (6), 922-941. DOI: 10.1007/s11747-010-0221-6.
- Elali, L, Keiser, D. ve Odag, Ö. (2012). Logomorphism and Liquid Logos: An Analysis of Google Doodles. Gisela Gonçalves (Ed.). *The Dialogue Imperative* (s. 183-206) içinde. Portugal: Labcom.
- Elmasoğlu, K. (2016). Marka Kimlik Ögesi Olarak Logoların Marka İletişimi Açısından İncelenmesi: "Google Doodles Örneği". *Erciyes İletişim Dergisi*, 4 (4), 82-102. DOI: 10.17680/akademia.97733.

- Gürel, E. ve Nazlı, A. (2019). Dijital Aktivizm: Change.org Kampanyaları Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (4), 187-206. DOI: 10.18037/ausbd.668642.
- Gürel, E. ve Arslan, E. (2020). Kişisel Marka ve Kişisel Markalaşma: Bir Literatür Çalışması. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 694-706. DOI: 10.48146/odusobiad.788591.
- Harris, L. ve Rae, A. (2011). Building a Personal Brand through Social Networking. *Journal of Business Strategy*, 32 (5), 14-21. DOI: 10.1108/02756661111165435.
- Hepekiz, İ. ve Gökalliler, E. (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 761-782. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.446869.
- Hershkovitz, A. ve Leshem, Y. (2017). Exposure to Google Doodles as a Learning Opportunity. *Chais Conference for the Study of Innovation and Learning Technologies: Learning in the Technological Era*. Raanana, Israel.
- İbicioğlu, H., Çelik, C. ve Atılgan, K. (2014). Kişisel Markalama Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bireylerin Kariyer İlgisi Düzeyleri Bakımından Farklılıklarının İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (3) , 1-16 .
- Johnson, K. (2017). The Importance of Personal Branding in Social Media: Educating Students to Create and Manage their Personal Brand. *International Journal of Education and Social Science*, 4 (1), 21-27.
- Kaya, F., Uğurhan, Y. ve Uzoğlu Bayçu, S. (2019). Sosyal Medyada Kişisel Markalama: Nusr-Et Instagram Örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 14 (54), 196-207. DOI: 10.19168/jyasar.449649.
- Khan, K. ve Kumar, S. (2019). Representation of Indian Migrants on Google Doodle: Evidence from India. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8 (12), 4777-4785. DOI: 10.35940/ijitee.L3681.1081219.
- Mavioğlu G. ve Karbeyaz, K. 2017. Kadına Yönelik Ayrımcı Fiiller Açısından Ressam Artemisia Gentileschi. *Osmangazi Tıp Dergisi*, 39 (3), 140-145. DOI: 10.20515/otd.321475.
- McNally, D. ve Speak, K. (2002). *Be Your Own Brand A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. Berrett-Koehler: San Francisco.
- Moulard, J., Garrity, C. ve Rice, D. (2015). What Makes a Human Brand Authentic? Identifying the Antecedents of Celebrity Authenticity?. *Psychology and Marketing*, 32 (2), 173-186. DOI: 10.1002/mar.20771.
- Papakonstantinidis, S. (2019). *Tell Me About Yourself Personal Branding and Social Media Recruiting in the Brave New Online World*. Business Expert Press: New York.
- Parmentier, M., Fischer, E. ve Reuber, A. (2013). Positioning Person Brands in Established Organizational Fields. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41, 373-387. DOI: 10.1007/s11747-012-0309-2.
- Peters, T. (1997). *The Brand Called You*. Fast Company. 10, 83-89.
- Petruca, I. (2016). Personal Branding Through Social Media. *International Journal of Communication*, 6 (4), 389-392.
- Shaker, F. ve Hafiz, R. (2014). Personal Branding in Online Platform. *Global Disclosure of Economics and Business*, 3 (2), 109-120.
- Şakar, C. ve Bayazıt, Z. (2020). Sosyal Medyada Kişisel Marka Uygulamaları. *Working Paper Series*, 1 (1), 18-26.
- Thomson, M. (2006). Human Brands: Investigating Antecedents to Consumers' Strong Attachments to Celebrities. *Journal of Marketing*, 70, 104-119.
- Wetsch, L. (2012). A Personal Branding Assignment Using Social Media. *Journal of Advertising Education*, 16 (1), 30-36.

İnternet Kaynakları

Almandrala, A. (2017). 5 Big Benefits of Beeing A Doodler. http://www.huffpost.com/entry/doodling-benefits_n_7572182. Erişim Tarihi: 06.08.2021.

Barnett, E. (2013). Creating a Women's Google Doodle Was Too Frightening. The Daily Telegraph. <https://www.telegraph.co.uk/women/womens-business/9879577/Creating-a-womens-Google-Doodle-was-too-frightening.html?fb>. Erişim Tarihi: 06.08.2021.

Dymoke, N. (2013). 10 People Who Got Famous From The Grave. Erişim Adresi: [#rebellitem=1](https://bigthink.com/culture-religion/10-people-who-got-famous-from-the-grave?rebellitem=1) #rebellitem1. Erişim Tarihi: 04.08.2021.

Google. (2020). About Google. Erişim Adresi: <https://about.google/>. Erişim Tarihi: 04.08.2021.

Google (2020). 2020 Diversity Annual Report. Erişim Adresi: <https://diversity.google/annual-report/>. Erişim Tarihi: 04.08.2021.

Google Doodles Archive (2021). Erişim Adresi: <https://www.google.com/Doodles/about>. Erişim Tarihi: 04.08.2021.

Harper, D. (2021). Doodle. Online Etymology Dictionary. Erişim Adresi: <http://www.etymonline.com/word/Doodle>. Erişim Tarihi: 06.08.2021.

Olenki, S. (2017). The Branding of Dead Celebrities. Forbes. Erişim Adresi: <https://www.forbes.com/sites/steveolenki/2017/06/12/the-branding-of-dead-celebrities/?sh=436668246d80>. Erişim Tarihi: 04.08.2021.

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük (2021). Karalama. Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 15.08.2021.

Extended Abstract

Purpose of Research

This study aims to analyse personal brand and personal branding through Google Doodle designs. Doodles are the changes that are made to the Google logo to celebrate holidays, anniversaries, and the lives of famous people such as artists, pioneers, and scientists. Thus, doodles are great tools to have an understanding of personal branding.

Research Question

How Google Doodles are related to the concept of personal brand and personal branding?

Literature Review

Personal brand and personal branding are concepts that have been around since the 1990s. Personal brand, which suggests a person can be a brand just like a product or service, has gained a lot of attention although the concept is still ambiguous in terms of its definition. The term was first mentioned in 1997 by Tom Peters -Thomas J. Peters-, a management guru who does researches on management, and business topics. Since then, personal branding has been a very common and popular concept in academia as well as in marketing communication.

Methodology

A qualitative research method was used to deeply understand the practices of personal branding. In the study, a document analysis technique was used as a data collection method as well. The scope of this study is limited to Google Doodles Archives. In this regard, all Google Doodles published between January 1st, 2020 and December 31st, 2020, were examined and Doodles that were about a person were determined. The findings of the study were interpreted by creating certain categories and analysed to create a framework for personal brand and personal branding. Findings obtained from this study were included in the results sections, and the study was completed with a general discussion of the results and recommendations for future studies.

Results and Conclusion

Findings obtained from this study are largely in parallel with those in the literature. The first finding of the study shows that around 402 Doodles were created during the year 2020, and only 119 out of 402 Doodles were about a person. With this regard, it can easily be said that person-related Doodles are still not as common as general Doodles, yet it is possible to come across some examples.

Another finding obtained from the study is that there is no such significant difference in the gender distribution of the published Doodles since there are 56 male, 62 female, and 1 gay Doodles in total. Additionally, the fact that the birth date of people who were published as a Doodle is very diverse -starting from the 16th century to the 20th century-, supports Tom Peters', a management guru who first mentioned the concept of personal brand and personal branding, approach. According to Peters (1997); "regardless of age, regardless of position, regardless of the business we happen to be in, all of us need to understand the importance of branding. We are CEOs of our own companies: Me Inc. To be in business today, our most important job is to be head marketer for the brand called You".

Another finding of the study shows how diverse person-related Doodles are. As it can be seen in the Doodles Archives, there are so many people from different countries and nationalities that were published as Doodles.

Another finding of the study is about the publishing date, which varies depending on the number of people who should be celebrated on the day. In this context, it is always possible to come across a Google Doodle that celebrates people's lives or accomplishments.

Another noteworthy finding of the study is there are so many different themes when it comes to celebrate people and create Doodles such as; science, linguistics, literature, education, economy, philosophy, security, law, humanitarian aid, music, psychology, art, cinema, politics, sports, history, and medicine.

Another finding of the study is about the purpose of publishing Doodles. There have been different Doodle designs whether to celebrate people's success or their lives.

Another result found in the study is about Doodles' reach. While some Doodles were being shared in a particular country, some Doodles were being shared in different countries at the same time. In this context, some people who were shared in a particular country must have accomplished something that had a local impact and is known only in a particular country, whereas some people who were shared in different countries must have impacted and reached a wider community and is known worldwide.

In line with all these results obtained from the research, the following was recommended for future studies:

- Data of the study were collected using a document analysis method. Studies and research using different data collection methods should be carried out.
- Case studies based on personal branding practices should be done.