

PANDEMİ SÜRECİNDE İŞ SANAT YOUTUBE KANALININ GÖRSEL SANATLAR ALANINDAKİ VIDEO PAYLAŞIMLARINA YAPILAN İZLEYİCİ YORUMLARININ İNCELEMESİ

Sinem ALPASLAN¹
Mustafa ÇAPAR²

ÖZ

Türkiye ve tüm dünyada etkili olan Covid-19 pandemisi pek çok yerde olduğu gibi sanat alanında da sanatçıları ve sanatseverleri olumsuz etkilemiştir. İnsanların bir araya gelme olanakları ortadan kalkınca, kültür ve sanat etkinlikleri dijital ortamlarda yapılmaya başlanmıştır. Türkiye İş Bankası'nın YouTube'da yer alan 'İş Sanat' adlı kanalı da söz konusu ortamlardan biridir. Araştırmada, eve kapanmaların en yoğun olduğu ilk iki yıllık süreçte, İş Sanat YouTube kanalında paylaşımı yapılan kültür-sanat videolarının içeriği verilmiş ve bu videolar arasından görsel sanatlar alanında paylaşılan videoların izleyici yorumlarının içerik analizi yapılmıştır. İncelenen videolar, 16 Mart 2020'den 16 Mart 2022 tarihine dek paylaşılanlardır. İçerik analizinde kullanılan yöntem, internet ortamındaki verilerin okunup not alınmasının ardından kodlamaların yapıldığı manuel yöntemdir. Sonuç olarak güzel sanatlar, müzik, edebiyat, tiyatro, tarih gibi paylaşımlardan en çok görüntülenenler ile görsel sanatlar takipçilerinin paylaşımlara yönelik bakış açıları ortaya koyulmuştur. İş Sanat YouTube kanalına ait en az izleyicisi olan video türünün görsel sanatlar alanında paylaşılanlar olduğu; görsel sanatlar alanındaki videoların izleyici yorumlarından ise en çok ilgi çeken konunun, sanatçı özelinde olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pandemi, YouTube, İş Sanat, Görsel Sanatlar, İzleyici Yorumları

¹ Sinem ALPASLAN, Dr., Şehit Cafer Kaşan And. Lisesi Görsel Sanatlar Öğretmeni, e-posta: sinem_alpaslan@hotmail.com, ORCID: [0000-0003-1392-1231](https://orcid.org/0000-0003-1392-1231)

² Mustafa ÇAPAR, Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi Öğretim Üyesi, e-posta: mustafacaparus@hotmail.com, ORCID: [0000-0002-4104-5753](https://orcid.org/0000-0002-4104-5753)

INVESTIGATION OF AUDIENCE COMMENTS ON VISUAL ARTS VIDEO SHARING OF İŞ SANAT YOUTUBE CHANNEL DURING THE PANDEMIC PROCESS

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, which is effective in Turkey and all over the world, has negatively affected artists and art lovers in the field of art as well as in many other places. As the opportunities for people to come together disappeared, cultural and artistic activities started to be held in digital environments. Türkiye İş Bankası's YouTube channel named 'İş Sanat' is one of these mediums. In the research, the content of the culture and art videos shared on the İş Sanat YouTube channel during the first two-year period when the closures were the most intense, and the content analysis of the audience comments of the videos shared in the field of visual arts among these videos was made. The videos reviewed are those shared from March 16, 2020 to March 16, 2022. The method used in content analysis is the manual method in which the coding is done after reading the data on the internet and taking notes. As a result, the most viewed posts such as fine arts, music, literature, theater, history and the visual arts followers' perspectives on the shares were revealed. The video type with the least viewership of İş Sanat YouTube channel is the ones shared in the field of visual arts; from the viewer comments of the videos in the field of visual arts, it was concluded that the most interesting subject is the artist.

Keywords: Pandemic, YouTube, İş Sanat, Visual Arts, Audience Comments

Giriş

2020 yılında dünya genelinde hızla yayılmaya başlayan Covid-19 ile hemen arkasından gelen pandemi sürecinde, her yaştan insan, günlük rutinlerini devam ettiremez duruma gelmiştir. Bir anda daha önce alışlagelen yaşam biçimlerinden uzaklaşıp yeni koşulları endişe ve korkuyla izleyen insanlar, okulların ve pek çok işyerinin kapanması ile birlikte evde daha fazla zaman geçirmeye başlamışlardır. Bu da söz konusu zamanın niteliği sorununu gündeme getirmiştir. İnsanlar, geçirdikleri zamanı daha anlamlı hale getirmek için yeni arayışlara girmişlerdir. Bu aşamada, mevcut teknolojik olanakların da katkısıyla bireysel ve kurumsal olarak bazı etkinlikler düzenlenmeye başlanmıştır. Pek çok alanda olduğu gibi kültür ve sanat da dijital ortam aracılığıyla izleyicilerle buluşturulmuştur. Bu süreçte kültür

ve sanat, eskiden olduğu gibi “kamu nezdinde en büyük birleştirici ve iyileştirici güçlerden biri olmaya devam” (Ece, 2020: 882) etmiştir.

Covid-19 ile önceden plan ve programı yapılmış festivaller, konserler, sergiler vb. etkinlikler ilk etapta ertelenmiş, sonrasında ne zaman normal yaşantı düzenine geçileceği öngörülemediğinden iptal edilmiştir. Pandeminin etkisi, günlük alışkanlıklarımızı da ne zaman sona ereceğini öngörmenin zor olduğu bir biçimde değiştirmiştir. Bu değişim beslenmeden, eğitime, sağlıktan, kültürel etkinliklere pek çok alanda yeni seçenekler üretilmesini gerekli kılmıştır. 2020 yılına dek sınırlı sayıda kullanıcıya bulunan, banka, toplantı, sınav vb. faaliyetleri uzaktan mümkün kılan mobil destekli uygulamalar, iki yılda neredeyse vazgeçilmez dijital araçlar haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin kapılarını açtığı dijital yenilikçi uygulamalar, sanat alanında da farklı çözüm arayışlarına giren kitleler için yeni olanaklar sunmuştur. Sanat alanında planlanan etkinlikler de uzaktan, dijital ortamda katılım sağlanabilecek şekilde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu etkinlikler doğrudan bireysel olarak hazırlanıp sunulabildiği gibi, kamu kurumları ve özel kurumlar tarafından da izleyicilerle buluşturulmuştur.

Günümüzde yaşamın pek çok alanında kullanılan internet, “1980’lerin başında, çoğu savunma araştırmaları veya operasyonları ile doğrudan bağlantılı olan nispeten küçük bir dizi ağ içeriyordu” (Abbate, 1999: 181). Zamanla kullanıcı sayılarının artıp sivilleşmesi “ağı genel halk için çok daha erişilebilir hale getirdi. Ancak o zaman çoğu insan, İnternet'in ve World Wide Web adlı ilgi çekici yeni bir uygulamanın sunduğu bilgi toplama, sosyal etkileşim, eğlence ve kendini ifade etme olanaklarını kavrayabildi” (Abbate, 1999: 181).

İnternetin, kamusal bir iletişim aracı olarak yaygınlaşması, “sosyal medyanın gelişimi ve toplumsal yaşamda yoğun bir şekilde kullanılabilir hale” (Yıldırım ve İpek, 2020: 71) gelmesine neden olmuştur. İki binlerin ilk yarısında arka arkaya, günümüzde hala etkin bir şekilde

varlığını sürdüren sosyal ağlar ortaya çıkmıştır. “Myspace 2003'te, Facebook ve Flickr 2004'te ve Twitter ve YouTube 2005'te kurulmuştur. O zamandan bu yana geçen kısa sürede sosyal ağlar, video/fotoğraf paylaşımı ve 'tweet', tartışmasız çağdaş İnternet kullanımının belirleyici özelliği haline” (Abbott, 2012: 77) gelmiştir. Bu yanıyla sosyal medya, “yalnızca yirmi birinci yüzyıl bilgi yaşamının değil, milyarlarca yaşamın kendisinin ayrılmaz bir platformu haline” (Jordan, 2015: 120) gelmiştir.

Günümüzün önemli sosyal medya platformlarından biri olan, “ana akım medya ortamının bir parçası ve çağdaş popüler kültürde hesaba katılması gereken bir güç” (Burgess ve Green, 2018) olan YouTube sitesi, “çevrimiçi ticaret sitesi PayPal'ın eski çalışanları olan Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından (...) Haziran 2005'te” (Burgess ve Green, 2018: 1) açılmıştır. Ardından Google'ın satın almasıyla onun “yan kuruluşlarından biri olan YouTube, dünya çapında yaklaşık 2 milyar kullanıcısıyla piyasadaki en popüler video platformudur” (Singh ve Bagchi, 2020: 24). YouTube'da “ana hatları ile eğlence videoları, müzik klipleri, eğitim videoları, kampanya, duyuru ve haber videoları aynı ağ üzerinde yer almaktadır” (Kuyucu, 2017: 180).

Araştırmada pandemiyle değişen dünya düzeninde, sanatsal etkinliklerin paylaşım yöntemindeki değişikliğin gözlemlenebileceği İş Sanat YouTube kanalının, hangi sanat türlerinde paylaşım yaptığı yer almaktadır. Bu sanat türleri arasında hangi alanda daha çok paylaşım yapıldığı ve paylaşılan videoların ne kadar izlendiğinin ortaya koyulması; görsel sanatlar alanındaki video izleyicisinin yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Esas örneklemin görsel sanatlar videoları olmasının nedeni, benzer platformlarda görülmeyen; Türk resim sanatı, Türk ressamlar ve eserlerinin incelendiği, devamlılığı olan, benzeri olmayan bir yayın türü olmasıdır. Müzisyen Scott Wollschleger (2021: 287) *Kapanma Estetiği* adlı makalesinde pandeminin dijital içerik oluşturma hissini nasıl arttırdığını anlatmıştır. Öyle ki bu durumun diğer alanlarda

üretim yapan sanatçılar için de benzer hissiyatlar geliştirdiği söylenebilir. Benzer bir araştırma Çiğdem Tanyel Başar (2021) tarafından da yapılmıştır. Başar, ‘Pandeminin Gölgesinde Sanat-Sanatçı-İzleyici’ adlı makalesinde salgının sanatsal üretim ve sunum tekniklerini nasıl değiştirdiğini incelemiştir. Zeynep Özarslan (2021) ise ‘Yaratıcı ve Kültürel Endüstriler ve Covid19 Pandemi Döneminde Türkiye’de Kültür ve Sanat Sektörlerinin Durumu’ adlı makalesinde merkezi ve yerel yönetimlerin kültür-sanat faaliyetlerini ne derece desteklediğini irdelemiştir. İş Sanat YouTube kanalının finansal bir kurum tarafından desteklenmesi iki araştırma arasında benzerlik oluştururken örneklemin sanat videoları ve görsel sanatlar videolarının izleyici yorumları özelinde olması, Başar’ın makalesinden farklı boyutları gözler önüne sermektedir.

Türkiye İş Bankası’nın Kültürel ve Sanatsal Etkinliklere Desteği

Ticari bir kuruluş olan bankalar, “esas olarak müşterileri adına ödeme yapmak ve almak, mevduat kabul etmek ve özel şahıslara, şirketlere ve diğer kuruluşlara kısa vadeli krediler vermekle ilgilenirler” (Smullen ve Hand, 2005: 30). Daha ayrıntılı olarak bakıldığında, Yetiz (2016: 107) bankaların hizmetlerini kısaca şöyle açıklamaktadır:

- Ülkedeki kredi ve para politikalarının uygulanmasını destekler,
- Finansal işlemlerde aracılık görevini üstlenir,
- Menkul kıymet alım ve satımı işlemlerini gerçekleştirir,
- Kiralık kasalar sayesinde, kıymetli varlıkların korunmasını sağlar,
- Kredi kartı, banka kartı gibi ödeme kolaylıklarının kullanımını sağlar,
- İç ve dış ticaret işlemlerinde aracılık görevini üstlenir.

Türkiye İş Bankası, 1924 yılında Mustafa Kemal Atatürk’ün kurmuş olduğu bir bankadır. Köy Enstitüleri’nin kurucusu eski Milli Eğitim Bakanı Hasan Ali Yücel, 1956’da Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları’nı kurmuştur. İlk kez İş Bankası Kültür Yayınları ile dünya klasikleri serisi Türkçeye kazandırılmıştır. Ayrıca Türk

yazarlardan “Hüseyin Cahit Yalçın’ın *Edebiyat Anıları* ile 1930 sonrası Türk şiirinin en parıltılı isimlerinden Ahmet Muhip Dranas’ın *Toplu Şiirler*’i gibi edebi başyapıtları okurlara sunan ilk yayınevi olacaktır. (Koçak, 2001: 175)

2000 yılından bu yana Türkiye İş Bankası, İş Sanat adı altında kültür ve sanata katkı sağlamak amacıyla pek çok etkinlik düzenlemektedir. “Bankalar, finansal hayattaki çalışmalarını dışında, var oldukları topluma karşı duyarsız kalmadıklarını kültür ve sanat sponsorluk faaliyetlerini etkin şekilde kullanarak göstermeye çalışmaktadırlar” (Yağız, 2012: 12). Söz konusu kültür ve sanat etkinlikleri, bankaların tanınırlığını artırmakta ve aynı zamanda toplumun bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Türkiye İş Bankası da bu tür projelerle ön plana çıkarak dolaylı yönden kurum reklamına katkı sağlamaktadır.

Kurum ve kuruluşların kültür-sanat projelerine katkısının birçok alanda kendilerine kazanım sağladığı söylenebilir. “Çeşitli uluslararası ve ulusal kuruluşlar tarafından farklı isimlerle nitelendirilmesine rağmen genellikle yaratıcı ve kültürel endüstriler olarak adlandırılan sektörlerin, sürdürülebilir ekonomik ve insani kalkınma üzerinde olumlu etkileri vardır” (Özarlan, 2021: 373). Bu düşünceden yola çıkarak Türkiye İş Bankası’nın hem müşteri portföyünü genişlettiği hem de mevcut müşterileri ile iş dışında bir bağ kurma fırsatı oluşturduğu söylenebilir. “İktisadi düşünce tarihinde önemli yer tutan iktisatçıların çoğunun sanat ve kültür ile doğrudan ya da dolaylı ilişkisi olmuştur” (Ersel, 2014: 121). Örneğin Belçika’da bankacılık faaliyetlerini sürdüren Türk iş insanı Halit Cingilloğlu, 2017 yılında Amerikan dergisi ARTnews tarafından oluşturulan “En İyi 200 Koleksiyoncu” listesine girmiştir. Ülkemizde de benzer bir politika ile Türkiye İş Bankası’nın Cumhuriyet’ten günümüze kültürü etkileyen, tanımlanabilir iktisadi nitelikleri olan eserlerle ilgilendiği görülmektedir. “Süreç içerisinde, İş Bankası’nın 1930’lardan başlayarak oluşturduğu Türk resmi koleksiyonundaki tabloların sayısı da beş yüzü aşmıştır” (Koçak,

2001: 176). 2007 yılında İş Bankası'nın İstanbul Yenicami şubesi Türkiye İş Bankası Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. "1924'ten bu yana Türkiye'nin dört bir köşesinde biriken belgeler, fotoğraflar, filmler ve objeler toplanarak restore edilmiş ve korumaya alınmıştır" (issanat.com).

Xsights Araştırma ve Danışmanlık şirketinin 2019 yılında yaptığı "Türkiye'nin Kültür Sanat Bankaları" konulu araştırmaya göre (xsights.co.uk) katılımcılara banka isimleri gösterildiğinde kültür sanat denilince toplamda en fazla hatırlanan banka %61 ile Türkiye İş Bankası olmuş, onu Yapı Kredi (%56) ve Akbank'ın (%55) takip ettiği görülmüştür. Araştırma verilerinde kültür sanat faaliyetlerinin kişilerin banka seçimlerine etkisi de sayısal oranları ile verilmiştir (Şekil. 1):



Şekil 1: Kişilerin Banka Seçiminde Kültür Sanat Faaliyetlerinin Etkisi (xsights.co.uk)

Birbirleriyle rekabet içerisinde olan öncü kuruluşlar, halkla ilişkiler noktasında olumlu dönütler alınan girişimlerle örnek teşkil etmişlerdir. "Ülkemizde en büyük resim koleksiyonlarından birisine sahip olan Türkiye İş Bankası'nın bu konudaki girişimi 1940 yılında atılan bir adımla başlamıştı. Atılan bu adım, daha sonra diğer banka, kuruluş ve kişilerin de katılacağı sanat eseri koleksiyonculuğunun

ülkemizdeki ilk örneği idi” (Kocabaşoğlu, 2001: 235). Süreç içerisinde Türkiye İş Bankası’nın bu alandaki yatırımlarını değişen teknoloji paralelinde geliştirdiği görülmektedir. Ayrıca Türkiye İş Bankası’nın resmî web sitesinde (isbank.com.tr) ‘Kurumsal Sosyal Sorumluluk’ başlıklı bağlantı içerisinde desteklediği Kibele Sanat Galerisi’nin ve Ankara Sanat Galerisi’nin tanıtımı yapılmaktadır. Ankara Sanat Galerisi, İktisadi Bağımsızlık Müzesi’nin içinde yer almaktadır. Bu müze, Mustafa Kemal Atatürk’ün 1924 yılında kurduğu Türkiye İş Bankası’nın ilk binasıdır. “Müzeye, Bankanın kurucusu Atatürk’ün, askeri zaferlerin ancak iktisadi zaferlerle kalıcı olabileceği vizyonu çerçevesinde ‘Türkiye İş Bankası İktisadi Bağımsızlık Müzesi’ adı verilmiştir” (kulturportali.gov.tr).

Türkiye İş Bankası’nın kurum tarihi proje yöneticisi Kocabaşoğlu (2001: 350,351), bankanın toplumu destekleyen faaliyetlerini şöyle özetlemiştir:

İş Bankası’nın kültür ve sanat hayatına katkıları resim koleksiyonundan gezici ve kalıcı sergiler düzenlemesine; halk sanatının kaybolmaya yüz tutmuş örneklerinin korunup yaşatılmasına; kitap yayıncılığında *Kumbara*, *Köyümüz*, *İşçi* gibi süreli yayımlarla çeşitli toplum kesimlerine ulaşılmasına; araştırma yapan genç bilim adamlarının desteklenmesinden kütüphanelere kitap bağışına; bilim ve sanatta başarılı çalışmaların ödüllendirilmesine kadar çok değişik alanlarda neredeyse bir düzine etkinliği içermektedir.

Pandemi Sürecinde Sanatsal Etkinlikler

Tormey’nin (2021: 1) belirttiğine göre Amerika Birleşik Devletleri’nde “sanat organizasyonları, organizasyonları değişen ekonomik, sosyal ve kültürel ortamlara uyum sağlamaya zorlayan COVID-19 salgınının başlangıcından bu yana birçok engelle” karşılaşmıştır. Covid-19’un etkileri “sanatçıların, sanat izleyicilerinin ve ticari ve kâr amacı gütmeyen sanat kuruluşlarının çeşitli uyarlanabilir tepkiler vermesini gerektirmiştir. İçeriğin sayısallaştırılması ve sanallaştırılması” (Tormey, 2021: 2) bu

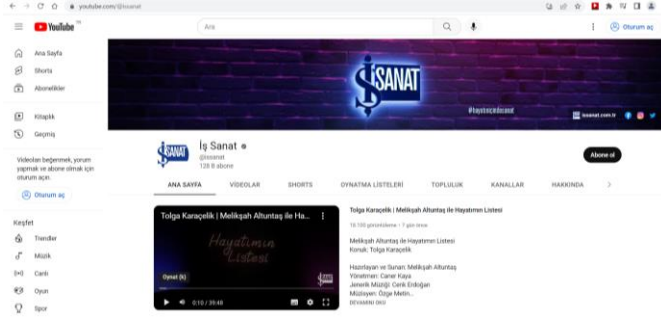
tepkilerden biridir. Daha anlaşılır bir dille, ‘çevrim içi platformlara geçiş’ olarak adlandırılabilir bu tepkiler, Amerika Birleşik Devletleri ve dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de gerçekleştirilmiştir.

Covid-19 salgını nedeniyle dünya genelinde evlerine kapanan insanlar, verimli zaman geçirmek amacıyla farklı arayışlara girmişlerdir. Bunun bir sonucu olarak salgının başlamasıyla birlikte sosyal medya kullanımı artış göstermiştir. Brannen ve diğer araştırmacıların (2020: 13) belirttiğine göre, aktif sosyal medya kullanıcısı, “Ocak 2020 itibariyle, gezegen nüfusunun yüzde 49’u (3,8 milyar), 2019’a göre yüzde 9 daha fazla (321 milyon yeni kullanıcı)” artmıştır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) pandemi sürecinde yayınladığı *Pandemi Sürecinde Kültür-Sanatın Birleştirici Gücü ve Alanın İhtiyaçları* adlı raporda internette günlük ortalama 7 saat, sosyal medyada ise yaklaşık 3 saat geçirilen günlerde, dijital platformlardaki sanatsal faaliyetlerin, çocuklar, gençler ve yetişkinlerin nitelikli vakit geçirmesine ve kendilerini iyi hissetmelerine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Özlem Ece (2020: 885) İKSV Kültür Politikaları Çalışma Direktörü olarak, İKSV’nin #iksvevde etiketiyle sunduğu farklı etkinlik biçimleriyle hem pandemi esnasında evde kalma sorumluluğunun altını çizdiğini hem de izleyicisine kültür-sanatın farklı alanlarında içerik sunmaya devam ettiğini ifade etmiştir.

Devlet televizyonları da bu süreçte sanatsal içerikli yayınlarını arttırmış, “TRT 2 ile birlikte yapılan çalışma ile Bakanlık arşivinde bulunan opera, bale, tiyatro gibi güzel sanatlarla ilgili çalışmalar yayımlanmaya başlamıştır” (iksv.org). Ayrıca TRT 2 kanalı düzenlediği *Sanat Heyecanı Evimizde* (kulturservisi.com) adlı etkinlikle altı hafta boyunca; her salı akşamı tiyatro oyunları, her cuma akşamı senfoni ve opera konserleri canlı olarak yayımlamış, cumartesi akşamları ise ‘Troya’, ‘Aida’ ve ‘La Boheme’ gibi dünyaca ünlü operaları izleyiciyle buluşturmuştur. Programına çocuk oyunları da ekleyen kanal, bu etkinliği 24 Mart 2020’de

başlatıp sadece 6 haftalık bir etkinlik planlarken, sürecin uzamasıyla programa yenilerini de eklemiştir.

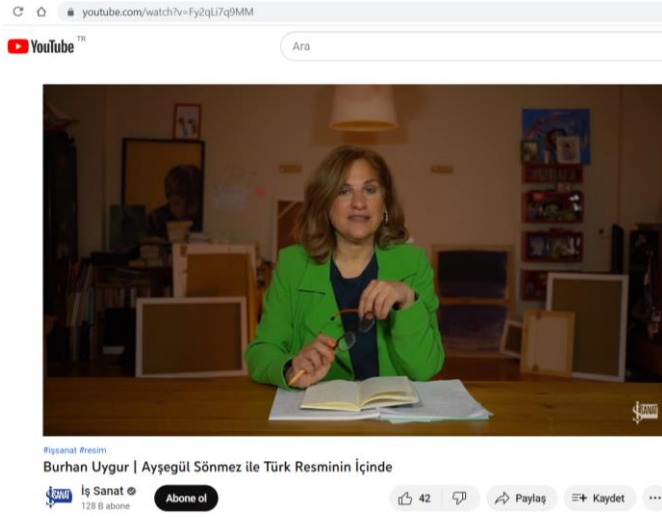
Diğer kurumlara bakıldığında Türkiye İş Bankası sponsorluğunda İş Sanat YouTube kanalı, pandemi süresince #sanatsızkalma hashtag'i ile Youtube, Spotify, Facebook, Twitter ve Instagram üzerinden büyük kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir. 100.000'i aşkın takipçisi olan İş Sanat YouTube kanalında 500'ün üzerinde video paylaşılmıştır. Yapılan paylaşımlar güzel sanatlar, müzik, edebiyat, tiyatro, tarih ve çocuklara yönelik farklı sanatsal etkinlikleri kapsamaktadır.



Fotoğraf 1: İş Sanat YouTube kanalı ana sayfası

<https://www.youtube.com/@issanat>

10-15 dakika arasında değişen, 'Gün Işığında' adlı sanatçı atölyeleri videolarında güzel sanatların çeşitli alanlarından sanatçılarla söyleşiler yapılmakta, sanatçı çalışmaları paylaşılmaktadır. Resim alanında sanat eleştirmeni Ayşegül Sönmez'in hazırlayıp sunduğu 'Türk Resminin İçinde' başlıklı tematik video serisi ile sanatçıların ölümsüz eserleri ve hayat hikâyeleri anlatılmaktadır. Seride, Türkiye İş Bankası'nın 1940'lı yıllardan bu yana oluşturduğu resim koleksiyonu içindeki sanatçıların eserlerine dair bilgiler aktarılmaktadır.



Fotoğraf 2: Ayşegül Sönmez'in 'Türk Resminin İçinde' adlı video serisinden bir kesit

<https://www.youtube.com/watch?v=Fy2qLi7q9MM>

Yaklaşık 5 dakikalık 'Şefin Tavsiyesi' adlı kısa videolarla Alper Saldıran ve Murat Cem Orhan müzik alanında bilgilendirici paylaşımlarda bulunmaktadır. Ayrıca Türk sanat müziğinden caz müziğine, Türk halk müziğinden klasik müzik konserlerine birçok dinleti, İş Sanat severlere özel, canlı olarak paylaşılmaktadır. 'Günün Şarkısı' başlığı altında her gün bir şarkı yine takipçilere sunulmaktadır. Gençlere yönelik 'Tanıştırayım' başlıklı kısa video serisinde senfoni orkestrasının enstrümanları, genç müzisyenlerin anlatımıyla buluşmaktadır. "Pandemi döneminin başlarında yayımlanan genelgeler ile birlikte faaliyetlerine ara vermek veya kapatılmak zorunda kalan canlı müzik sektörü ve eğlence mekânlarında çalışanlar, pandemiden en olumsuz etkilenenlerin başında gelmektedir (Özarlan, 2021: 396). En azından bazı müzisyenler İş Sanat YouTube kanalı aracılığıyla İş Bankası sponsorluğunda sanatlarını icra etme fırsatı bulmuştur.

Edebiyat alanında, ünlü şairlerin şiirlerinin seslendirildiği şiir dinletileri videoları paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra 'Şiirle

Günaydın' başlığı altında yine sevilen şiirlerden bir seslendirme, takipçilere sunulmaktadır.

Tiyatro alanında İş Sanat Masal Tiyatrosu videoları ile klasik dünya masalları, tiyatro oyuncularını tarafından canlandırılarak çocuklara anlatılmaktadır. Yakın dönemde yayına koyulan iki seri daha olmuştur. Bunlardan 'Masamda Tiyatro Var' serisi hedef kitlesi yine çocuklar olan, 10-15 dakikalık kuklalı bir seridir. Bu video ile çocuklara bir tiyatronun sahnelenme serüveni, hangi meslek dallarından insanlara ihtiyaç duyulduğu öğretici bir şekilde anlatılmaktadır. 'Provanın İzle' serisi ise, tiyatro oyunlarının asıl sahne alacağı gün öncesi oyuncuların masa başında yaptıkları provanın izleyiciyle paylaşıldığı bir seridir.

Emrah Kolukısa sunuculuğunda, her yayında farklı bir uzmanın konuk edildiği, Türkiye'nin tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtıldığı 'Kahverengi Yol Panoları' adlı görüntüsüz sesli canlı yayınlar (podcast) yapılmaktadır.

İş Sanat YouTube kanalında çocuklar için eğlenceli etkinliklerin yer aldığı 'Atölye Buluşmaları' serisi ile animasyonlardan, tanınmış sanatçıların eserlerine, sanat konuşmalarından el becerilerini geliştiren farklı sanatsal aktivitelere yer verilmektedir. Salgının daha hızlı yayılmasını önlemek amacıyla, kültür ve sanat etkinliklerinin gerçekleştirildiği mekânlar kapatılınca, "sanatçılar da üretimlerini sergilemede ve izleyiciye ulaştırmada yeni medya araçlarından yararlanmaktadırlar. Dünyada yaşanmakta olan bu olağandışı durum, tarihte olduğu gibi günümüzde de sanatı, sanatçıların kendilerini ifade etme biçimlerini ve yaratımlarını sundukları platformları değiştirmektedir ve bu anlamda bir kırılma yaşanmaktadır (Başar, 2021: 65).

Görüldüğü üzere Türkiye İş Bankası, dünya genelinde insanların eve kapandığı pandeminin başından sonuna, evrensel bir kitle iletişim imkânı sunan internet aracılığıyla, pek çok alanda kültür-sanat faaliyetlerinde etkin olmuştur.

Yöntem

Çalışmada karma araştırma modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında betimsel analiz yaklaşımı izlenmiştir. İş Sanat YouTube kanalındaki paylaşımların alanlarına göre ve bu alanların video sayısı, görüntülenme sayısı, beğenilme ile yorum durumlarının sayılarına göre istatistikî bulguları ortaya koyulmuştur. Genelden özele bir inceleme yapılmış olup bütün alanlara dair veriler elde edildikten sonra görsel sanatlar alanında yapılan yorumlar ayrıca incelenmiş ve izleyicilerin hangi yönde fikir belirttikleri ortaya koyulmuştur. “Genelden özele modellemeyi kullanan ilerici bir araştırma stratejisinde, kanıtlar zamanla ilgisiz etkilere karşı ve ilgili etkiler lehine toplanır” (Campos vd., 2005: 17). Görsel sanatlar konusu özelinde yorumların ayrıntılı incelemesi yapılmıştır. Görsel sanatlar alanında yapılan paylaşımlara ait yorumlar içerik analizine tabi tutulmuş, ilgili tema ve kodlar tablolştırılmıştır. Analiz, internet ortamındaki verilerin okunup geleneksel olarak manuel yöntemle kodlanmasıyla yapılmıştır. İzleyicilerin yorumlarında değindikleri konulara göre temalar belirlenmiştir.

Her video izleyen kişinin yorum yazmaması ve yazılan her yorumun izleyicinin gerçek duygu ve düşüncesini yansıtmıyor olabileceği araştırmanın sınırlılıklarını oluşturur.

Bulgular

İş Sanat YouTube kanalında paylaşımı yapılan sanat dallarının müzik, görsel sanatlar, tiyatro, edebiyat ve karma sanatsal etkinlikler olduğu, ayrıca tarih alanında da paylaşım yapıldığı görülmüştür.

Elde edilen veriler, okulların ve pek çok işyerinin kapandığı, eve kapanmaların başladığı 16 Mart 2020’den 16 Mart 2022’ye kadar olan ilk iki yıllık süreçteki paylaşımları kapsamaktadır.

İş Sanat YouTube kanalındaki ‘Alanlara Göre Yapılan Video Paylaşımları’, ‘Alanların Ayrıntılı Programlarına Göre Video Paylaşımları’ ve ‘Görsel Sanatlar Alanında Paylaşılan Videolara Dair İzleyici Yorumları’ tabloları şöyledir:

Tablo 1:

Alanlara Göre Yapılan Video Paylaşımları

	Video Sayısı	Görüntüleme	Beğendim	Yorum
Müzik	99	11.849.271	58.472	3.864
Tiyatro	53	6.215.623	10.849	210
Edebiyat	16	2.580.588	18.210	1.259
Tarih	61	1.021.977	2.386	216
Görsel Sanatlar	52	667.070	3.309	292
Farklı Sanatsal Etkinlikler	48	108.379	2.005	-

Yapılan video paylaşımlarının en çok müzik dalında, en az edebiyat dalında olduğu görülmektedir. En çok görüntülenmenin müzik alanında; en az görüntülenmenin çocuklara yönelik olan karma sanatsal uygulamaları içeren farklı sanatsal etkinlikler başlığı altındaki içeriklere ait olduğu görülmektedir. En fazla beğenme ve yorumun görüntülenme oranı paralelinde yine müzik alanında; en az beğenme ve yorumun farklı sanatsal etkinlikler alanında yapılan paylaşımlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 2:

Alanların Ayrıntılı Programlarına Göre Video Paylaşımları

	Seri Adı	Video Sayısı	Görüntüleme	Beğendim	Yorum
Müzik	<i>Konser</i>	27	10.485.258	43.097	2.597
	<i>Tanıştırayım</i>	24	975.517	6.070	339
	<i>Şefin Tavsiyesi</i>	18	237.895	2.242	166
	<i>Günün Şarkısı</i>	30	150.601	7.063	762
Tiyatro	<i>Masal Tiyatrosu</i>	40	5.215.843	8.502	-
	<i>Masamda Tiyatro Var</i>	10	727.457	626	-
	<i>Provedan İzle</i>	3	272.323	1.721	210
Edebiyat	<i>Dinleti</i>	11	2.563.525	17.009	1.160
	<i>Şiirle Günaydın</i>	5	17.063	1.201	99
Tarih	<i>Kahverengi Yol Panoları</i>	61	1.021.977	2.386	216
Görsel Sanatlar	<i>Türk Resminin İçinde</i>	32	453.998	1.381	141
	<i>Gün Işığında</i>	20	213.072	1.928	151
Farklı Sanatsal Etkinlikler	<i>Atölye Buluşmaları</i>	48	108.379	2.005	-

Alanlar paylaştıkları videoların içeriğine göre ele alındığında *Kahverengi Yol Panoları* en fazla paylaşım yapılan program

olurken; en çok görüntülenen program konserler olmuştur. En az video paylaşımı tiyatro alanından *Provanan İzle* ve edebiyat alanından *Şiirle Günaydın* programı olmuştur. Görüntülenme sayısı ile orantılı olarak en fazla beğenme ve yorum belirtilen program konserler olurken; en az beğenme durumu *Provanan İzle* programı olmuştur. En az yorum, edebiyat alanından *Şiirle Günaydın* programına yapılmıştır. Tiyatro alanından *Masal Tiyatrosu* ve *Masamda Tiyatro Var* programları ile farklı sanatsal etkinliklerin yapıldığı *Atölye Buluşmaları* çocuklara yönelik olması nedeniyle yoruma kapalı olduğu için bu kategori boş bırakılmıştır.

Tablo 3:

Görsel Sanatlar Alanında Paylaşılan Videolara Dair İzleyici Yorumları

	Yorumlanan	f	Toplam
Video çekimine dair yorumlar	Çekim türü	4	30
	Süre	6	
	İçerik	20	
Sunucuya dair yorumlar	Ses	1	31
	Anlattığı konu	7	
	Bakış açısı	13	
	Anlatım Şekli	10	
Sanatçı ya da esere dair yorumlar	Sanatçı	29	44
	Eser	15	
Teşekkürler ve diğer		187	187

İzleyicilerin, görsel sanatlar alanında yapılan paylaşımlarda, en çok yorumu anlatılan sanatçıya dair yaptıkları görülürken, en az yorumun, sunan kişinin sesi ve video çekiminin türüne ait olduğu görülmektedir. Yapılan yorumlardan başlıca örnekler aşağıda verilmiştir:

“Fahrelnisa Zeid çok önemli bir kadın sanatçımız”-Sanatçı

“Mehmet Pesen’le empati kurdum. Kentliler kırsalda kendilerini temsili gibi hissediyor”-Sanatçı

“Bir sanatçının ülkesine verdiği değeri resim edebiyatı ile yansıtması görülmektedir”-Sanatçı

“Güzel anlatım”-Anlatım şekli

“Keşke challenge demeseniz”-Anlatım şekli

“Resimlerin ayrıntılı değerlendirmesi nerede? Çok konuşuyor ve hızlı konuşuyor. Gidin radyo yayını yapın”-Anlatım şekli

“Bilgilendirici ama daha çok görsel eklenmeli”-İçerik

“Çok laf, az resim”-İçerik

“Harika içerik. Baktığımız resimleri anlamak için böyle içeriklere ihtiyaç var”-İçerik

“Ses rahatsız edici. Onun dışında güzel”-Ses

“Tam resmi anlatacak derken süre bitiyor”-Süre

“Daha uzun olsa, çok keyifli ve özlü bir anlatım”-Süre

“Daha uzun olsa. Anlatım çok dikkat çekici ama çabuk bitiyor”-Süre

“Objektif olun”-Bakış açısı

“Daha az jump cut ile daha çok izlenir”- Çekim türü

“Arka plan, konu, anlatım, her şey çok güzel”-Çekim türü

“Kurguda çok fazla jump cut var”-Çekim türü

“Bu resmi sevdim. Çocukluğumdan bir kare gibi”-Eser

“İstanbul’u resmeden sanatçılar görmek istiyoruz”-Eser

“Huzurlu resimler”-Eser

“Çok başarısız. Kadın kendini anlatıyor”-Anlattığı konu

“Çok farklı sanat anlayışları gördüm”-Anlattığı konu

“Emeğinize sağlık. Teşekkürler”-Teşekkürler ve diğer

“Devamı gelir umarım” -Teşekkürler ve diğer

“Teşekkürler, mutlu oldum, keyif verdi” -Teşekkürler ve diğer

Sonuç

Türkiye’de karantinaya girilen ve dünya çapında pandemi ilan edilen ilk iki yıllık süre zarfında İş Bankası’nın, İş Sanat etkinlikleri yoğunluğunun arttığı görülmektedir. İş Sanat YouTube kanalı insanların zorunlu olarak eve kapandığı bu süreçte sanatsal ve kültürel etkinlikleri adeta eve getirmiştir. Konserler, sinema, tiyatro ve sergilerin, seyahatlerin iptal olduğu karantina sürecinde sanatsal ve kültürel paylaşımlarla, insanların yaşamında bu alanlardaki eksikliği gidermeye çalışmıştır. En fazla paylaşım müzik alanında yapılmıştır. Dijital platformda izleyici tarafından en çok görüntülenen, yorumlanan ve beğeni durumu belirtilen alan da müzik olmuştur. Müzikte olduğu gibi sanatın farklı alanlarında çevrim içi üretim süreçleri paylaşımı ya da oluşturulan sanat ürününün izleyici ile dijital ortamda paylaşıldığı görülmektedir.

Karantina sürecinde evde tutmakta en çok zorlanılan kesim olan çocuklar için hem eğlendirici hem de öğretici etkinlikler, İş Sanat YouTube kanalında çocuklara yönelik farklı sanatsal etkinliklerin yapıldığı *Atölye Buluşmaları*’dır. Ayrıca daha sonra buna, yine çocuklara özel olan tiyatro alanından *Masal Tiyatrosu* ve *Masamda Tiyatro Var* videoları eklenmiştir. Paylaşımlar çocuklara özel olduğu için yoruma kapalı tutulmuştur. Ayrıca konserlerden sonra en çok görüntülenen video serisi *Masal Tiyatrosu* olmuştur.

Konserlerden sonra en çok video paylaşımı yapılan tarih alanında *Kahverengi Yol Panoları*'dır. Fakat bu seriye nazaran çok daha az video paylaşılan edebiyat alanındaki şiir dinletileri, görüntülenme sayısı olarak konserlerin hemen ardından gelmiş, tarihi-kültürel paylaşım yapan videoları geride bırakmıştır.

İş Sanat YouTube kanalının en az paylaşımı edebiyat alanında yaptığı görülmüştür. Ancak görüntülenme sıralamasında, edebiyat dinletileri ve *Şiirle Günaydın* yayınları, tiyatro paylaşımlarından sonra gelerek en çok izleyicisi olan üçüncü alan olmuştur.

Görsel sanatlar alanında *Türk Resminin İçinde ve Gün Işığında* serilerinin görüntülenme oranına bakıldığında, izleyicisi milyonları aşan müzik, tiyatro ve edebiyat paylaşımlarına göre oldukça düşük olduğu görülmüştür. Buradan da anlaşılacağı üzere görsel sanatlar; müzik, tiyatro, edebiyat ve tarih alanları içerisinde en az izleyici sayısına sahip alandır. Ancak İş Sanat'ın görsel sanatlar alanındaki bu iki yayınının, pandemi sürecinde sanat eleştirisi, estetik ve sanat tarihi konularının dijital ortamda ulaşılabilmesini sağlaması bakımından önemli olduğu da ayrıca belirtilmelidir.

Görsel sanatlar alanındaki izleyicilerin fikir ve görüşlerini anlamak için videolara yaptıkları yorumlar incelendiğinde, teşekkürler dışında en çok yorumun anlatılan sanatçılara dair yapıldığı görülmüştür. Görsel sanatlar izleyicilerinin kimi zaman sanatçıyla empati kurdukları, kimi zamansa sanatçı hakkında bildiklerini yazdıkları görülmüştür. Sanatçı dışında en fazla yorum yaptıkları ikinci konu, yayın içeriği olmuştur. İçeriğin olumlu yönde geliştirilmesi adına görsel sanatlar izleyicileri tarafından bazı eleştiriler yapılmıştır. Görsel sanatlar izleyicilerinin en az yorumu ise sunucunun ses tonu ve videoların çekimi ile ilgili yaptığı görülmüştür.

Pandemiyle birlikte kültür-sanat etkinliklerinin dijital ortamlarda sunumuna yönelik uygulamalar ve bu alanın izleyici kitlesinde artış görülmektedir. Üretim aşamasında geleneksel yöntemlere devam

eden sanatçılar için bile ürünlerini paylaşmak için dijital platformlar ve bu platformların sunduğu sanal sergi gibi olanaklar bir gereklilik halini almıştır.

İzleyici yorumları, görsel sanatlar alanında yapılan çevrim içi, dijital paylaşımların, bu alanın izleyici beklentisini ne ölçüde karşıladığı konusunda fikir vermektedir. Ayrıca araştırmada incelenen video yorumları, görsel sanatlar izleyicisinin memnuniyet durumunu da göstermektedir. Böylece görsel sanatlara ve görsel sanatların izleyici kitlesine yönelik internet ortamında hazırlanacak etkinliklerin, onların beklentilerini karşılayacak nitelikte olması sağlanabilir. Benzer araştırmalar, kişisel YouTube kanallarında yapılan video paylaşımları için, YouTube dışında farklı sosyal medya platformlarındaki paylaşımlar için, ayrıca farklı sanat türlerindeki video yorumlarının incelenerek içeriklerinin iyileştirilmesi amacıyla yürütülebilir.

Kaynakça

- Abbate, J. (1999). *Inventing the internet*. The MIT Press: Cambridge.
- Abbott, J. (2012). Social media. In N. Kersting, M. Stein, & J. Trent (Eds.), *Electronic Democracy* (1st ed., pp. 77–102). Verlag Barbara Budrich.
- Başar, T. Ç. (2021). Pandeminin Gölgesinde Sanat-Sanatçı-İzleyici. *Yedi Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 25, 51-67.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons.
- Brannen, S., Ahmed, H., & Newton, H. (2020). *Covid-19 Reshapes the Future*. Center for Strategic and International Studies (CSIS).
- Campos, J., Ericsson, N. R., & Hendry, D. F. (2005). General-to-specific modeling: an overview and selected bibliography. *FRB International Finance Discussion Paper*, (838).

- Ece, Ö. (2020). Pandemi Sırasında ve Sonrasında Kültür-sanat. *TRTakademi*, 5(10), 882-887.
- Ersel, H. (2014). *Kâzım Taşkent, Yapı Kredi ve Kültür Sanat*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Jordan, T. (2015). Social Media Networks. In *Information Politics: Liberation and Exploitation in the Digital Society* (pp. 120–140). Pluto Press.
- Kocabaşoğlu, U. (2001). *Türkiye İş Bankası Tarihi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Koçak, O. (2001). *Atatürk'ün Bankası Türkiye İş Bankası*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kuyucu, M. (2017). Geleneksel Video Yayıncılığında Youtube Yayıncılığına Geçişte Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Youtube Kullanım Amaçları. *AM Kırık içinde, Medya Çağında İletişim" Sokaktan Ekrana, Sanaldan Gerçeğe*, 175-203.
- Özarlan, Z. (2021). Yaratıcı ve Kültürel Endüstriler ve Covid19 Pandemi Döneminde Türkiye'de Kültür ve Sanat Sektörlerinin Durumu. *Alternatif Politika*, 2021, 13 (2): 371-408.
- Smullen, J. ve N. Hand. (2005). *A Dictionary of Finance and Banking*. Oxford: Oxford University Press.
- Tormey, J. (2021). *Adapting During Crises: Arts Organizations' Responses to COVID-19* (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Muhlenberg College).
- Wollschleger, S. (2021). Kapanma Estetiği: COVID-19 Pandemisi Boyunca Bir Sanatçı Olarak Deneyimim. *ViraVerita E-Dergi: Disiplinlerarası Karşılaşmalar*, 13, 279-287.
- Yağız, Y. (2012). *Bankaların Kültür ve Sanat Projeleri: Garanti Bankası Salt Projesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.

Yıldırım, O., & İpek, İ. (2020). Yeni Koronavirüs Salgını Dolayısıyla Gündeme Gelen Sosyal İzolasyon ve Gönüllü Karantina Döneminde İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi*, (52).

Ayşegül Sönmez ile Türk Resminin İçinde, <https://www.youtube.com/watch?v=Fy2qLi7q9MM>, (Erişim Tarihi: 01.01.2023)

Galeriler, <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/galeri>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)

İş Sanat YouTube Kanalı, <https://www.youtube.com/@issanat>, (Erişim Tarihi: 01.01.2023)

Kibele Sanat Galerisi, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecekyer/is-bankasi-iktisadi-bagimsizlik-muzesi>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)

Konser ve Tiyatro Etkinlikleri, <https://www.kulturservisi.com/p/konser-ve-tiyatro-etkinlikleri-trt2de-yayimlanacak/>, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)

Pandemi Sırasında Kültür Sanatın Birleştirici Gücü ve Alanın İhtiyaçları, https://www.iksv.org/i/assets//iksv/documents/Pandemi_Sirasi_nda_Kultur_Sanatin_Birlestirici_Gucu_ve_Alanin_Ihtiyaclari_Nisan_2020.pdf, (Erişim Tarihi: 18.10.2022)

Türkiye İş Bankası Müzesi, <https://www.issanat.com.tr/turkiye-is-bankasi-muzesi/hakkimizda>, (Erişim Tarihi: 15.08.2021)

Türkiye'nin Kültür Sanat Bankaları, <https://www.xsights.co.uk/tr/turkiyenin-kultur-sanat-bankalari-9197/>, (Erişim Tarihi: 15.08.2021)