

R/Place etkinliğinde çizilen kültürel semboller üzerine betimsel bir analiz

Özgür Aktaş², Cihangir Eker³

² Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Çukurova Üniversitesi, Türkiye.

³ Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Fırat Üniversitesi, Türkiye.

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, 2022 yılında gerçekleşen r/Place etkinliğinde üretilmiş olan ulusal imge grupları içerisinde yer alan kültürel sembollerin incelenmesi ve yorumlanmasıdır. r/Place; ilki 2017 yılında Reddit platformu vasıtasıyla düzenlenen, ikincisi ise yine Reddit tarafından 2022 yılının Nisan ayında tekrarlanan ve çevrimiçi gerçekleşen bir etkinliktir. Boş bir dijital kanvas (tuval) üzerinde kullanıcıların belirli süre aralıklarıyla pikseller bırakmasına olanak tanıyan platform aracılığıyla etkinliğe katılanlar bireysel veya gruplar halinde üç gün boyunca görsel tasarımlar uygulamıştır. Yapılan tasarımlara ve sürece bakıldığında, kullanıcıların bir araya gelerek 'sanal cemaatler' oluşturdukları ve belirledikleri tasarımları organize hareket ederek kanvasa yerleştirdikleri görülmektedir. Kanvasa yer alan ve bu imgeler arasında anime karakterleri, video oyun karakter ve sembolleri, Subreddit topluluklarına ait sembol ve mesajlar, LGBTI+ sembolleri, sportif semboller ve ulusal/kültürel semboller görülebilmektedir. Toplulukların sanal dünya üzerinde gerçekleşen böylesi bir etkinlikte bir araya gelerek ve kolektif hareket ederek ürettiği sembollerin incelenmesinin, sembolik üretimin sanal düzlemdeki yansımalarının anlaşılması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılan bu araştırma durum çalışması yaklaşımına dayalı nitel bir çalışmadır ve araştırmada örneklem olarak seçilen ve kültürel semboller içeren görsellerin incelenmesi sırasında içerik analizi yönteminden faydalanılmıştır. Araştırmanın, r/Place etkinliğinin ve etkinlikte üretilmiş olan ulusal imgelerin içeriksel açıdan anlaşılabilmesine ve bu bağlamda sanal toplulukların dijital ortamdaki dijital içerik üretimi biçimlerine ışık tutacağı düşünülmektedir.

ANAHTAR KELİMELER

R/Place, kültür, sembol, kültürel sembol, sanal cemaat.

A descriptive analysis on the cultural symbols drawn at the R/Place event

ABSTRACT

The purpose of this research is the examination and interpretation of cultural symbols within the national image groups produced at the r/Place event held in 2022. r/Place is an online event, the firstly organized through the Reddit platform in 2017 and the second repeated by Reddit in April 2022. Participants of the event applied visual designs individually or in groups for three days through the platform, which allows users to leave pixels on a blank digital canvas at certain intervals. When we look at the designs and the process, it is seen that users come together and form 'virtual communities' and place the designs they have determined on the canvas in an organized manner. Among the images on the canvas are anime characters, video game characters, symbols, messages from subreddit communities, LGBTI+ symbols, sports symbols, and national/cultural symbols can be seen. It is thought that examining the symbols that communities produce by coming together and acting collectively in such an event that takes place in the virtual world is significant in terms of understanding the reflection of symbolic production on the virtual plane. This research is a qualitative study based on the case study approach, and the content analysis method was used while examining the visuals containing cultural symbols that were selected as samples in the research. It is thought that the research will shed light on the contextual

Atf: Aktaş, Ö., & Eker, C. (2024). R/Place etkinliğinde çizilen kültürel semboller üzerine betimsel bir analiz. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 447-464. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1282484>

understanding of the r/Place event and the national images produced in the event, and in this context, the forms of digital content production of virtual communities in the digital environment.

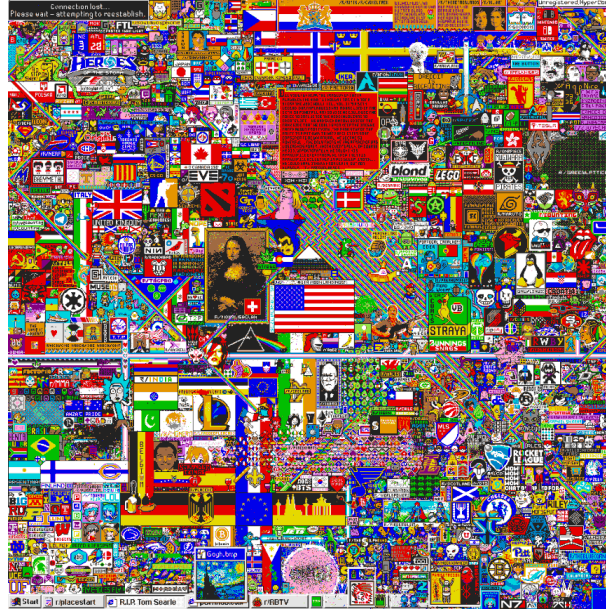
KEYWORDS

R/Place, culture, symbol, cultural symbols, virtual community.

Giriş

2017 yılının Nisan ayında Reddit adlı sosyal medya mecrasının çalışanları, 1 Nisan şaka gününe özel bir platform oluşturmaya karar verdiler ve bu kararın ardından "Place" adını verdikleri bir dijital alan yarattılar. "Bir şakadan ziyade insan etkileşiminin geniş çaptaki bir keşfine yönelik bir proje" (Simpson, Lee & Ellis, 2017) olarak tanımladıkları Place, beyaz boş bir dijital kanvas'tan ibarettir. 1000x1000 piksel büyüklüğündeki bu alanda Reddit kullanıcılarının her beş dakikada bir adet piksel bırakma hakkına sahiptir ve bu pikseller on altı adet renkle sınırlıdır. Söz konusu etkinlik üç gün boyunca devam etmiştir ve etkinlik boyunca 1.166.834 Reddit kullanıcısı en az bir kez etkinliğe katılarak bir kanvasa piksel bırakmıştır (Armstrong, 2018).

Place etkinliğinin internet için önemli bir etkinliğe dönüşmesi, Reddit topluluklarının gruplar halinde hareket ederek belirli bir alanda çalışmaya odaklanmalarıyla başlamıştır. "Reddit deney için bir amaç/hedef belirtmemesine rağmen, deneyin ilk gününden itibaren Reddit kullanıcıları topluluklar halinde organize olarak imajlar veya bölgeleri kanvas üzerine resmetmiştir" (Litherland & Morch, 2021). Bu şekilde hareket eden pek çok grup kanvas üzerinde internet altkültürüne ait semboller, internet meme'ler ve görsellerden oluşan yüzlerce sembol oluşturmuştur. "Sanal cemaat" olarak niteleyebileceğimiz söz konusu topluluklar Reddit platformu üzerindeki "subreddit"lerde bir araya gelerek ortaya çıkartacakları tasarımı belirlemiş, belirledikleri tasarımı uygulamak için bir alan seçmiş ve bu alana tasarımlarını uygulamışlardır. Bunun yanında uyguladıkları tasarımlar başka kullanıcı veya kullanıcı grupları tarafından zaman zaman vandalizme uğrayabilmiş, gruplar bir araya geldikleri subredditlerde bu durumu önlemek için de organize hareket ederek ortaya çıkardıkları imgeyi "savunmak için" de tuvaldeki alanlarına pikseller koymaya devam etmişlerdir. Genellikle grupların tasarımlarını oluşturması ve savunması şeklinde geçen üç günün ardından etkinlik Reddit tarafından sonlandırılmış ve Görsel 1'deki dijital tasarım ürünü oluşmuştur.



Görsel 1 2017 yılında gerçekleşen Place etkinliğinin son hali, Reddit. (0x0000000000000045, 2017)

Ortaya çıkan kanvastaki imgeler internet alt kültüründeki pek çok topluluğu bir araya getiren şeylere ait imgelerdir. Kanvasta görülebilen bu imgeleri ülke bayrakları, internet meme'ler,

Pokemon'lar, animeler, video oyunlar, müzik grupları/albümleri, film ve diziler, tarihi kişiler, sanat eserleri, futbol kulüpleri vb. olarak sayabilmek mümkündür (<https://place-atlas.stefanocoding.me/>).

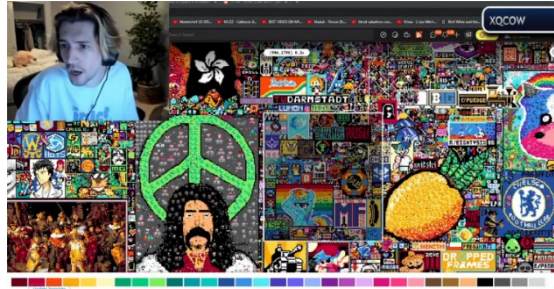
2022 yılında, 2017 yılındaki etkinliğin tekrarının Reddit tarafından yeniden hayata geçirileceği duyurulmuştur. Place etkinlik kurulu duyuruda, "Orijinal deneyden çevrimiçi olan insanların doğuştan yaratıcı olduklarını, Redditor'lerin (Reddit kullanıcılarının) bizden daha da yaratıcı olduklarını, ve Reddit'in muhteşem şeylerin tomurcuklandığı bir yer olduğunu" öğrendiklerini söylemiş ve bu doğrultuda etkinliğin 2022 yılında yeniden gerçekleştirileceğini açıklamıştır (Lyons, 2022). 2022 yılında gerçekleşen etkinlikte kullanıcılar 2017 yılına benzer bir biçimde: topluluklar halinde hareket etmiş, internet alt kültürüne ait yüzlerce imge resmetmiş ve vandalizme uğradıklarında bu imgeleri savunmuşlardır.

Yapılan bu araştırmada 2022 yılında gerçekleşen Place etkinliği, etkinlik boyunca "sanal cemaat" olarak tanımlanacak olan toplulukların oluşturdukları ulusal/millî imgeler ve bu imgelerin içerdiği mimari unsurlar irdelenmiştir. Araştırmanın sosyal medyada kullanıcı gruplarının davranış biçimleri, bu grupları bir araya getiren unsurların açıklanması ve Place etkinliğinde ortaya çıkan kanvasta yer alan kültürel sembollerin anlaşılması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Kavramsal çerçeve

Kullanıcı Davranışları ve 2017 Etkinliğine Benzerlikleri Açısından 2022 R/Place

Reddit, kayıtlı kullanıcıların metin, görsel ve video gibi içerikler paylaşmalarına ve kullanıcılar arası etkileşime imkan veren bir sosyal medya sitesidir. Reddit isimli sosyal medya platformu, ilkinin 2017 yılında hayata geçirdiği ve 1 milyonun üzerinde kullanıcının katılımının sağlandığı Place isimli etkinliğin ikincisini 2022 yılının 1 Nisan günü yeniden gerçekleştireceğini duyurdu (Lyons, 2017). Duyurunun ardından başta Discord, Twitch, Reddit'teki subreddit'ler gibi internetin farklı köşelerindeki pek çok insan gruplaşarak etkinliğin süresi dolmadan kanvasa bırakacakları iz üzerinde tartışmaya başladılar (Chu, 2022).



Görsel 2 2022 Place etkinliğinde ölüm tehditi alan yayıncı xQc'nin canlı yayın görseli. (Daily Twitch, 2022).

Place'de 2022 yılında gerçekleşen etkinlik süreci incelendiğinde, 2017 yılındaki etkinlikte aralarında bir takım benzerlikler olduğu görülür. Bu benzerliklerden ilki, kullanıcıların belirli gruplar halinde hareket ederek bir tasarım oluşturma ve bu tasarımı koruma üzerine organize hareket etmesidir. 2017 yılındaki Place etkinliğinde oluşturulan Mona Lisa tablosu, diğer pek çok imge gibi vandalizme uğramıştır. İmgeyi oluşturmak için bir araya gelen kullanıcılar Mona Lisa'yı aşama aşama tamamladılar ve imge tanınır ve belirgin hale geldikçe imgeye yönelik vandalist saldırılarla karşı karşıya kaldılar. Saldırılarla birlikte grup Mona Lisa imgesini korumacı bir davranış sergilemeye başlamıştır. Bir imgenin tamamlanmış olması bu noktada hem destekçileri, hem de vandalları çekebilmesi açısından hem bir lanet, hem de bir kutsiyet olarak nitelendirilmiştir (Litherand & Morch, 2021). Mona Lisa örneğinde verilen saldırı ve savunma süreçlerinin 2022 etkinliğinde de aynı şekilde yaşandığını söyleyebilmek mümkündür. Pek çok kez gerçekleştirilen saldırılardan birine örnek olarak, Türkiye bayrağına yapılan vandalist müdahale verilebilir.

xQc isimli Reddit kullanıcısının organize ettiği kullanıcılar, kanvasta bulunan Türkiye bayrağına karşı vandalist bir girişimde bulunmuştur. Elraenn isimli Türk yayıncı ise kendi takipçilerini organize ederek ve bu eylemi savuşturarak Türkiye bayrağı imgesini müdafaa etmiştir (Koyun, 2022). Bu tarz vandalist müdahaleler ve korumacı tavırların gerçekleşmesinin sebeplerinden biri, toplulukların var olan politik ve kültürel çatışmalar bağlamında karşı karşıya gelmesidir (Vaccher vd., 2020). 2017 yılında Fransa ve Almanya bayrakları arasında buna benzer bir durum görülmüştür. Fransızlar, Alman bayrağının üzerine kendi bayraklarını çizmeye başlamışsa da, olay iki bayrağın kesiştiği yere bir Avrupa Birliği bayrağı çizilmesiyle son bulmuştur.

Vandalist saldırıların gerçekleşmesinin bir diğer sebebi ise, genellikle daha büyük grupların daha küçük gruplara ait imgeleri yok ederek o bölgeye kendi imgelerini yerleştirmek istemeleridir. Büyük takipçi sayılarına sahip Twitch ve Discord yayıncıları, çok sayıda takipçisini organize ederek bu şekilde pek çok yıkıcı müdahaleyle daha önce yapılmış imgeleri yok edip kendi imgelerini yerleştirmek istemişlerdir. Öyle ki 2022 yılındaki etkinlikte xQc adlı yayıncı, organize ettiği kullanıcılarıyla büyük bir imge oluşturmak için pek çok küçük imgeden oluşan bir alandaki imgeleri tahrip etme girişiminde bulunmuştur ve kullanıcı bu gruplardan ölüm tehditleri almıştır (Onder, 2022). Görsel 2'de xQc'nin takipçilerine tahrip etmelerini istediği alan, Barış Manço imgesinin hemen sağında görülmektedir. Bu alanın içinde imgesi bulunan My Little Pony grubu, xQc'ye ölüm tehditlerinde bulunmuştur.

2017 etkinliği ile 2022 etkinliği arasındaki bir diğer benzerlik, üretilen imgeler bağlamında görülmektedir. Her iki etkinlikte de kullanıcılar ve gruplar kendilerini ait hissettikleri, sevdikleri ve sahip çıktıkları çeşitli sosyal ve kültürel oluşumların sembol ve imgelerini piksellerle resmetmiştir. Bunlardan bazılarını; ülkeler, bilgisayar oyunları, müzisyenler, animeler, tarihi kişilikler, futbol kulüpleri, internet meme'ler ve filmler olarak sıralayabilmek mümkündür. İmge oluşturmak üzere bir araya gelen gruplar kalabalıklaştıkça, çizdikleri imgelerin büyüklüğü veya korunabilirliği aynı oranda artmaktadır. 2017 yılındaki etkinlik üzerine yapılan bir araştırmada da bu durumdan bahsedilmiştir: İlk etkinlikteki çatışmaların yüzde 94'ü daha kalabalık olan gruplar tarafından kazanılmıştır (Vaccher vd., 2020). Aynı durum 2022'deki etkinlikte de görülmüştür. Daha iyi organize olan ve daha çok kullanıcıya sahip toplulukların imgeleri, final kanvasında kendisine daha iyi ve kimi zaman daha büyük yerler bulmuştur. 2022 yılındaki etkinliğin sonuna kadar altı milyonun üzerinde kullanıcı, 2000x2000 piksellik boş kanvas üzerinde saat başına iki



buçuk milyon piksel düşecek şekilde müdahalede bulunmuştur (Lorenz, 2022).

Görsel 3 2022 Place etkinliğinin kanvasının son hali, Reddit. (TheFartingKing).

R/Place'de Sanal Cemaatler ve Altkültür

2022 yılında Reddit platformu üzerinde gerçekleşen ve yüzbinlerce kullanıcının aktif olarak katılımında bulunduğu r/Place etkinliğinin sonunda ortaya çıkan tasarım ürünü kanvas, yüzlerce

sembolik imgenin piksel sanatı¹ yöntemiyle resmedilmesiyle oluşturulmuştur. Bu imgelerin ortaya çıkabilmesi için kullanıcılar, gruplar halinde ortak hareket etmiş ve yeri geldiğinde tasarımlarını diğer kullanıcıların ve grupların saldırılarından korumuş, ayrıca başka grupların tasarımlarına müdahale ederek kendi tasarımlarını resmetmiştir. Final kanvasında ortaya çıkan bütün sembolik imgeler, sanal ortamda bir araya gelen ve sanal cemaat olarak niteleyebileceğimiz bu toplulukların üç gün süren mücadelesi sonucu bu kanvasta kendisine yer bulmuştur.

Cemaat terimi genel anlamıyla, belirli bir ortaklık veya hedef doğrultusunda bir araya gelmiş olan ve bu doğrultuda birlikte hareket eden grupları ifade eder. Bireylerin cemaat adı verilen toplulukların parçası olmayı istemesi için çeşitli nedenler mevcuttur. Bunlar savaş veya doğal afet gibi felaketler nedeniyle bir grubun yaşamının tehdit edilmesi (Bozkurt, 1999) gibi nedenler olabileceği gibi, dinsel, sınıfsal, etnik ya da cinsiyet gibi özelliklerde ortak olup (Haberli, 2012) ortak bir çıkar doğrultusunda birlikte hareket etmeyi istemek de olabilmektedir. Ancak söz konusu sanal cemaatler olduğunda, bu tanım ve gerekçeler farklılaşabilmektedir. Modern dünyada toplumsal sistemler niteliğinde kolektiviteler meydana getiren ve tipik etkileşimlerle ilişkilendirilmiş fiziksel mekânların cemaati andıran özelliklerinden hareket edildiğinde, internet âlemindeki örgütsel yapılanmalar da sanal cemaat olarak tasvir edilmektedir (Akkaş, 2016). Sanal cemaatler, belirli bir zaman ve coğrafyaya bağlı olmaksızın günümüzde özellikle sosyal medya ve forum siteleri gibi sanal mecralar üzerinde inşa edilmiş mekanlar içerisinde (Haberli, 2012) bir araya gelirler. Sanal mekanda bir araya gelen bireylerce oluşturulan bu sanal cemaatlere dahil olan kullanıcılar genellikle daha asgari müşterekler doğrultusunda bir araya gelmektedirler (2012). Kullanıcıların bir araya gelerek bir sanal cemaat oluşturma gerekçeleri hakkında Evciman şunları söyler:

Günümüzde sosyal ağlara dâhil olan neredeyse her birey sosyal ağlar üzerinden, gerçek yaşamda bir uzantısı olsun olmasın onlarca, yüzlerce sanal cemaatin üyesidir. Bu cemaatler belli bir inanç, etnisite, ideoloji, lider, tanınmış kişi, karakter üzerinden şekillenebileceği gibi belirli bir ürün tanıtım, dağıtım, satış, satın alma gibi amaçlar ya da film, oyun, müzik, video gibi aktiviteler üzerinden de şekillenebilmektedir (Evciman, 2022).

Sosyal medya mecraları ve forumlarda spesifik bir ortaklık üzerinden bir araya gelen sanal cemaat üyeleri bu mecralarda hem tüketici, hem de üretici olarak hareket ederler. Web 2.0 dönemiyle internet kullanıcıları internette enformasyonun salt tüketicisi olmaktan çıkarak, aynı zamanda enformasyonun üreticisi olmuştur. Web 2.0 internet kullanıcılarını bilginin tam ortasına yerleştirmiş, başka bir deyişle bilginin kaynağı değişerek kullanıcılar bilginin tüketeni ve üreteni haline gelmiştir (Ersöz Karakulakoğlu, 2015). Sanal cemaat üyeleri bu imkan doğrultusunda bir araya geldikleri mecralarda ortaklaştıkları konuyla ilgili enformasyonu tüketmekte, aynı zamanda konu hakkında tartışmalara katılıp bilgi-belgeler sunarak enformasyon üretmektedir. Bu üretimlerin içeriği de genellikle bireylerin cemaate dahil olma sebepleri olan ideolojik, teolojik veya kültürel konularla ilişkili olmaktadır.

r/Place etkinliğinin sonucunda ortaya çıkan kanvasta pek çok sanal cemaatin kendi topluluklarını temsil eden imgeler ürettiğini söyleyebiliriz. Bu imgeler bireylerin dahil oldukları sanal cemaatleri temsil ettiği gibi, onların kendilerini ait hissettikleri ve cemaatlerinin oluşmasının temel sebebi olan sosyokültürel yapıları veya alt kültürleri de göstermektedir. Alt kültür terimi, bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri ilgi alanları çerçevesinde bir araya gelerek cemaatler oluşturmalarını (Atagün, 2011) sağlayan kavrama işaret eder. "Bazı sosyologlarca alt kültür; dil, gelenek, değerler ve birtakım sosyal normlar açısından içinde yaşadıkları toplumun hayat pratiklerinden farklılaşan ve ayrışan bir grupsal yaşam biçimi olarak kabul edilmektedir" (Efe,

¹ Piksel sanatı, "icra esnasında eser sahibinin her daim piksel seviyesinde hakimiyet sahibi olduğu dijital görselleştirme tekniğine" (Tanner'den akt. Ünlüer, 2017) karşılık gelen sanat anlayışıdır. 80'li yıllarda belirgin olmaya başlayan bu üretim biçimi, monitörde gösterilebilen renk sayısının kısıtlı olması sebebiyle kısıtlı bir renk paletine sahiptir. Bu sanat tekniği ile birden çok sanatçının aynı görsel dili kullanan işler üretebilmesi mümkündür (Ünlüer, 2017). Bunun, r/Place bağlamında piksel sanatını uygun bir üretim biçimi haline getirdiğini söyleyebilmek mümkündür.

2019). Ancak alt kültürün "kültürün mikro düzeyde bir araya gelen bireylerce yeniden anlamlandırılması" (Ardatürk, 2022) şeklindeki tanımından hareketle, bu kavramın salt olarak genel toplumsal yapıdan ayrılan grupların oluşmasını sağlayan bir şeye işaret etmediğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla alt kültür, genel toplumsal yapı ve popüler kültürle ilişkili olduğu gibi bunlardan farklılaşabilen, geneli dışlayarak genelin kabullerini reddeden bir özelliğe de sahiptir.

Reddit üzerinde 2022 yılında gerçekleşen r/Place etkinliğinde kanvas bağlamında bir araya gelmiş pek çok sanal cemaat aidiyet hissettikleri alt kültürleri sembolize eden imgeler resmetmiştir. Tuvalde anime ve çizgi filmler, filmler, müzik grupları, video oyunları, futbol, internet meme'lerle birlikte, ulusal ve milli duygular sonucu bir araya geldiği varsayılan sanal cemaatler tarafından üretilmiş bayrak, mimari yapılar, yiyecek ve içecekler ve sanatçılar gibi pek çok kültürel sembolü içeren ulusal imge de kullanıcılar tarafından piksel sanatı yöntemiyle resmedilmiştir.

R/Place'de Sanal Cemaatler ve Alt Kültür

Kültürel semboller, belirli kültürlere mensup topluluklar tarafından kendi kültürlerine yönelik öğeleri temsil etme amaçlı tasarlanmış olan anlatım ve temsil gücü yüksek tasarımlardır. Bu tasarımlar ait oldukları kültürlere yönelik pek çok anlamı üzerlerinde taşımaktadırlar ve bu anlamları sembolize etmektedirler. Bu bağlamda kültür ve sembol kavramlarına yönelik bir çerçeve oluşturmanın, kültürel sembol kavramını anlama noktasında önemli olacağını söylemek mümkündür.

Kültür, üzerinde çeşitli pek çok tanımlama ve sınıflandırma çalışmaları yapılmış olan kapsamlı bir kavramdır. Sözcüğün tarihsel geçmişine bakıldığında, karşımıza ilk olarak "cultura" çıkar. Latince'de "colere", sürmek, ekip biçmek; cultura ise Türkçe'deki "ekin" karşılığında kullanıldığı bilinmektedir (Güvenç, 1974). Bu açıdan kelimenin ilk tarımsal faaliyetlerle ilişkilendirildiğini söyleyebiliriz. Cultura kelimesi, Roma uygarlığı tarafından da insan gücü vasıtasıyla tarlalarda yetiştirilen bitkileri adlandırmak ve bu sayede bu bitkileri doğal yollarla yetişenlerden ayırmak için kullanılmıştır (Oğuz, 2011). Kökensel geçmişine bakıldığında kültürün, insani tecrübeler neticesinde öğrenilmiş ve gelecek nesile aktarılacak suretiyle toplumsal bir edinime dönüşen bir bilgiye işaret ettiğini söyleyebiliriz. Cultura, 15. yüzyılda İngilizce diline "culture" olarak aktarılmış, anlam olarak ise yine yukarıda bahsedilen tarımsal faaliyetlerle ilişkilendirilmiştir. (2011). Terimin bugünkü çerçevede tartışılması ise terime yönelik yapılan soyut tanımlamalar vasıtasıyla mümkün olmuştur. Örneğin Voltaire, 18. yüzyılda terimi "insan zekasının oluşumu, geliştirilmesi ve yüceltilmesi" olarak kullanmıştır. Aynı tarihlerde G. Klemm ise kültür hakkında yaptığı tanımda "uygarlık ve kültürel evrimin karşılığı" olduğunu söylemiştir (Erkenekli, 2013). Bu gibi tanımların ardından kültür; beceriler, öğrenme ve aktarma, sosyal yaşam ve üretim gibi pek çok toplumsal unsurla ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Örneğin Güvenç, kültür hakkında söylediklerinde kültürü öğrenme ve öğrendiklerini gelecek kuşaklara aktarmaya ilişkilendirir. Ona göre kültür toplumun üyesi olarak kişilerin yaşamları boyunca eğitim süreciyle öğrendikleridir: "Kültür öğrenilen, dilde saklanıp korunan, eğitimle yeni kuşaklara aktarılıp aşılana bir muhtevadır" (Güvenç, 1997). Eğitim ile ilişkisinin yanında, kültürün yaşam biçimleri, gelenekler, üretimler, alışkanlıklar gibi pek çok ortak toplumsal davranış biçimiyle de ilişkisi vardır. Sosyolojik açıdan bakıldığında kültür bir toplumun kendisini sahip olduğu kurallar ve standartlarla betimleme biçimidir. Dolayısıyla kültürün, toplumların yaşamsal tecrübelerini gerçekleştirirken gösterdikleri tutumların bir toplamı olduğu söylenebilir (Aktan ve Tutar, 2007).

Pek çok insan için kültür gelenek ve görenekler anlamına gelirken, diğerleri için miras, yaşam tarzı veya maddi miras anlamına gelir. Bazıları ise kültürü yalnızca belirli insanların bir özelliği olarak görür ve yalnızca belirli türdeki faaliyetlerle ilişkilendirilir; örneğin, bunu edebiyat, sanat, müzik, klasik dans veya drama bilgisine veya takdirine uygulayanlar. Uzun süredir devam eden bu popüler kullanımda kültür, "rafine yaşam tarzı" haline gelir (Naylor, 1996).

Anlamsal düzeyde sahip olduğu kapsayıcılıkla kültür, insanın yaşamını sürdürdüğü çevrede ve içinde bulunduğu toplumdaki yaşayışına yönelik hayat standartlarını ve alışkanlıklarını içerir. Bu

açından kültür bireyin yaşama ve topluma uyum sağlamasını, içinde yaşadığı toplulukla bağ kurmasını da mümkün kılar. Söz konusu bağ sayesinde kültür de bireyler tarafından geleceğe aktarılır ve bu kültürün devamlılığı için gereklidir. Semboller; kültürün sahiplenilmesi, nesilden nesile taşınması ve kültürün temsili bakımından önemli bir ifade aracıdır ve kültürün vazgeçilmez bir parçasını oluşturur.

Sembol, en genel anlamıyla bir nesneyi, kavramı veya fikri iletme amaçlı resimsel öğeleri (Ambrose ve Harris, 2014) tanımlayan terimdir. Semboller geçmişten bu yana toplumsal bir takım anlamları aktarmak amacıyla kullanılan görsel imgelerdir. İlk örneklerini Paleolitik çağda mağara ve kaya resimleri şeklinde gördüğümüz sembollerde, mağara ve kayalara işlenmiş av, savaş, dini ritüel sahneleri, av ve vahşi hayvan tasvirleri betimlenmiştir. Bunun amacı, o dönemde yaşayan insanların olayları hatırlatma, yönlerini bulma veya sonradan gelenlere bir mesaj verme kaygısı (Erdoğan, 2022) olduğunu söylemek mümkündür. Yaşadıkları grup ve toplulukların kültürleri bağlamında insanlar, geçmiş çağlarda semboller tasarlamış ve uygulamıştır. Bir topluluk için yaşadığı coğrafyanın sunduğu olanakların, o coğrafyada yaptıkları savaşların, ritüellerin, nesnelere ve ortak tutumların o topluluğun kültürünü oluşturan etmenlerden olduğu (Alp, 2009) düşünüldüğünde, sembollerin kültürel nitelikler de taşıyabilme kapasitesi olan tasarımlar olduğunu söyleyebiliriz. Sembollerin vasıtasıyla toplumsal düzlemde anlamlar ve mesajların görsel biçimde aktarılması mümkündür. Toplumsal ilişkiler sonucu oluşan semboller, yoğun anlam yüklü mesajlar içerir ve sembolere aktarılan anlamlar, bireyin içinde yaşadığı kültürün ortak değerlerini yansıtır (İnceoğlu, 2010). Toplumların sahip oldukları kültürlere yönelik yapılan bu semboller, kültürel sembol olarak adlandırılmaktadır.

Kültürel semboller, çağlar ve jenerasyonlar boyunca aktararak oluşan ve belirli dönüşümler sonrasında toplumun hafızasında yer eden (Ari'dan akt. Yavuz, 2019) görsel imgeler bütünüdür. Bu semboller toplumların geçmişten bugüne taşıdıkları çeşitli davranışlar ve alışkanlıklar çerçevesinde, yine toplumun bir arada yaşamı deneyimlediği çevre bağlamında oluşur ve dönüşürler. Toplumun sahip olduğu ortak anlama sahip, gözlemlenen veya gözlemlenemeyen pek çok unsur (Koca, 2010: 90), kültürel semboller aracılığıyla ifade edilmekte ve aktarılmaktadır. Kültürel semboller her kültürün içerisinde kendiliğinden ortaya çıkmaları nedeniyle ait oldukları kültüre ait doğal olgular olarak algılanır ve bu semboller kültürün topluma yansıyan davranış biçimlerini gösterirler (Yavuz, 2019: 176). Toplumların sahip oldukları kültürün yansıması olan kültürel sembolere bakıldığında, davranış biçimlerinin yanı sıra pek çok unsur bu sembollerin arasında sayılabilir: Bayraklar, renkler, hayvanlar, bitkiler, coğrafi öğeler, yiyecek ve içecekler, giyim, sanat, spor, siyasi figürler, mitler, destanlar, müzik ve benzeri unsurlar. Toplumla ilişkili anlamlarla örülmüş bu semboller, toplumların geçmişini ve ortak paydalarını geleceğe aktaran imgelerdir. Bu imgelerin taşıdıkları anlamlar aynı zamanda içinden çıktığı kültürün ve toplumun da kodlarını barındırmaktadır. "Kültürel anlam ve semboller, kültürlerin anlaşılması, toplumların çözümlenmesi, başka toplumlarla etkileşmesi açısından en önemli göstergelerdir, kültürel semboller anlamaksızın bir yorum, çıkarım ve aktarım söz konusu olamaz" (Ari, 2016).

2022 yılında gerçekleşen r/Place etkinliğinde, tıpkı 2017 yılındaki etkinlikte görüldüğü gibi pek çok kültürel sembol resmedilmiştir. Bunlar arasında dijital dünyaya ait semboller olduğu gibi, fiziksel dünyaya ait de pek çok kültürel sembol yer almaktadır. Bu araştırma, 2022 yılında gerçekleşen r/Place etkinliğinde yer alan ulusal imge gruplarının içinde yer alan kültürel sembollerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın 3. bölümünde araştırmanın yönteminden bahsedilecek, 4. bölümünde ise final kanvasında yer alan bu semboller üzerine inceleme, tartışma ve yorum gerçekleştirilecektir.

Yöntem

Araştırma durum çalışması yaklaşımına dayalı nitel bir araştırmadır. Place etkinliği hakkında kavramsal bir çerçeve oluşturulabilmesi, etkinlikte üretilmiş olan ilgili sembollerin derlenebilmesi ve araştırma sonuçlarının tartışılabilmesi için doküman incelemesi gerçekleştirilmiştir. Doküman

incelemesi "araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini" (Yıldırım ve Şimşek, 2016) kapsayan bir veri toplama yöntemidir. Place etkinliği sonucu ortaya çıkan kanvasta yer alan ve ulusal imgelerin içerdiği sembollerin analizi için Place'in final kanvasında yer alan bütün ulusal imgeleri ve imgelerle ilgili bilgileri içeren atlastan² (<https://place-atlas.stefanocoding.me/>) faydalanılmıştır. Araştırmaya konu olan 2022 yılındaki etkinliğin final kanvasında çeşitli alt kültürlere ait 8549 adet imge olduğundan, araştırmada ele alınacak olan ulusal imge grupları en az on adet kültürel sembol içeren imge gruplarından seçilmiştir. Bu imge grupları, arka planlarında ülke bayrağı olanlar arasından tercih edilmiştir. Sınırlılığı da oluşturan söz konusu bu kriterler doğrultusunda toplam on sekiz adet imge grubu incelenmek üzere belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırma evreni 2022 yılında gerçekleşen Place etkinliğinin final kanvası, örnekleme ise bu kanvasta yer alan ve en az on adet ulusal sembol içeren imge grupları olarak belirlenmiştir.

Araştırmayı tartışma ve örneklendirme noktasında yeterli olacağı düşünüldüğü için belirlenen on sekiz imge grubundan beş tanesine Bulgular ve Yorum kısmında görsel ve tablo olarak yer verilmiş, ayrıca incelenen on sekiz imge grubunda yer alan sembollerin tamamının toplam frekans değerlerini içeren bir tabloya da bu bölümde yer verilmiştir. Araştırma örnekleminde yer alan ulusal imgelerin, ulusal/milli duygular çerçevesinde bir araya gelen sanal cemaatler tarafından üretildiği varsayılmıştır. İçerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmek üzere seçilen semboller, Place Atlas'ta kendilerine ait olan tanımlar ve taşıdıkları düz anlamlar ile yan anlamlar da³ dikkate alınarak belirlenen kategoriler çerçevesinde sınıflandırılmış, her bir imge grubu için tek tek tablolar oluşturulmuş ve imge gruplarında yer alan kültürel sembollerini temsil eden kategoriler ile frekans değerleri belirlenmiştir.

Kategoriler, bir yazar tarafından taslak halinde belirlendikten sonra diğer yazar tarafından kontrol edilmiş, ardından her iki yazar bir araya gelerek kategorileri birlikte tekrar gözden geçirmiştir. Yazarların belirlemiş olduğu kategoriler, ikisi sanat alanından ve biri de matematik eğitimi alanından olup nitel çalışmalar gerçekleştiren toplam üç uzman tarafından son kez incelenerek yeniden düzenlenmiş ve son şekli verilmiştir. Üç uzmanın da bir arada bulunduğu bir ortamda yapılan frekans değerlendirmesinde bazı kategorilerin birleştirilmesi ("savaş" kategorisi "tarihi olaylar ve kişiler" kategorisine dahil edilmiştir), bazı kategorilerin adının değiştirilmesi ("tekstil ürünleri" kategorisi "kıyafetler" olarak değiştirilmiştir), çeşitli kategoriler altında değerlendirilmiş bazı kültürel sembollerin de kategorilerinin değiştirilmesine karar verilerek (Amerika Birleşik Devletleri'ne ait imge grubunda yer alan Uzay Mekiği'nin kategorisi "teknoloji"den "ulaşım unsurları"na, Brezilya'ya ait imge grubunda yer alan Lacerda Asansörü'nün kategorisi "ulaşım unsurları"ndan "mimari unsurlar"a ve Lua'nın kategorisi "teknoloji"den "dijital evren"e, Almanya'ya ait imge grubunda yer alan Zeche Zollverein Maden Kompleksi'nin kategorisi "ticari unsurlar"dan "mimari unsurlar"a dönüştürülmüştür), bazı kategorilerin ise frekans değer karşılığı kalmadığı için kaldırılması (Teknoloji) uygun görülmüştür. Çalışmanın amaç, kapsam ve yönteminin açık bir şekilde ifade edilmesi ve uzmanlarca yapılan son kontrollerle birlikte çalışmanın geçerliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması hedeflenmiştir.

Araştırmanın temel amacı, 2022 yılında gerçekleşen Place etkinliğinde sanal topluluklar tarafından resmedilmiş olan ve kültürel değerlere atıfta bulunduğu varsayılan sembollerin incelenmesidir. Bu incelemeyle birlikte bir diğer amacın da, fiziki dünyada toplumların sahip olduğu kültürel değerlerin dijital dünyada imgeler ve semboller vasıtasıyla ne şekilde temsil edildiğinin örneklerle gösterilmesi ve betimlenmesi olduğu söylenebilir.

Araştırmada araştırma ve yayın etiğine uygun hareket edilmiştir.

² Place Atlas, 2022 yılında gerçekleşen Place etkinliğinde yer alan bütün görsel imgelerle ilgili bilgileri içeren bir görsel arşivdir.

³ Düz anlam ve yan anlam, göstergebilim alanında Roland Barthes'in geliştirmiş olduğu metodun temelinde yer alır. Düzenlam göstergenin barındırdığı ilk ve gerçek anlamla işaret ederken, yan anlam ise onun üzerinde taşıdığı ya da ona atfedilen çeşitli anlamları ifade eden kavramlardır (Civelek Oruç ve Türkay, 2018).

Bulgular ve Yorum

2022 yılında gerçekleşmiş olan Place etkinliğinde yer alan ve en az on kültürel sembol içeren ulusal imge gruplarının incelendiği bu araştırmada, söz konusu imgelerin kategorize edilebilmesi için bütün imgeler Place Atlas üzerinden tek tek incelenmiştir. Kriterlere uyduğu tespit edilen bütün imge gruplarının fotoğrafları bu atlas üzerinden alınmış ve ardından tek tek atlas yardımıyla imge gruplarında yer alan semboller not edilmiştir. Kriterlere uyan toplam on sekiz adet imge grubu incelenmiş ve imge gruplarında yer alan semboller tek tek yazıldıktan sonra bu semboller kategorilendirilerek sayısal değere dönüştürülmüştür. Söz konusu imge grupları; Hollanda, İskandinav Birliği, Ukrayna, Bulgaristan, Çekya, Avusturya, Macaristan, İspanya, Portekiz, Kosta Rika, Brezilya, Arjantin, Belçika, A.B.D., Büyük Britanya, Kolombiya, Fransa ve Almanya ülkelerine aittir. Aşağıda yer alan tablo, incelenen on sekiz imge grubunda yer alan bütün sembollerin toplam değerlerini göstermektedir.

Tablo 1 2022 Place etkinliğinde incelenen 18 imge grubunda yer alan kültürel semboller.

Kategori	f
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	73
Mimari (ev, köprü, anıt, kamusal yapılar vb.)	44
Sanat ve tasarım (resim, heykel, sanatçı, el sanatları, dans vb.)	34
Dijital evren (yayıncılar, video oyunları, internet meme, subreddit vb.)	31
Radyo-TV-Sinema (dizi, film, karakter, çizgi film vb.)	28
Hayvanlar	24
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu vb.)	23
Tarihi olaylar ve kişiler (başkan, kral, bilim insanı, savaş ve materyalleri vb.)	22
Coğrafi öğeler (harita, dağ, deniz vb.)	15
Gıda ürünleri (peynir, ekmek, yemek vb.)	14
İçecekler	14
Spor (sporcu, spor kulüpleri vb.)	12
Edebiyat (kitap, yazar, kitap karakteri, şair vb.)	11
Sözel-dilsel öğeler (sloganlar, yerel deyişler, isimler vb.)	10
Bitkiler	9
Kamusal unsurlar (organizasyonlar, topluluklar, hizmetler vb.)	5
Gelenek ve inançlar	4
Kıyafetler (şapka, ayakkabı, elbise vb.)	4
Ticari unsurlar	2
TOPLAM	379

Tablo 2 Avusturya temalı imge grubunda yer alan kültürel semboller.

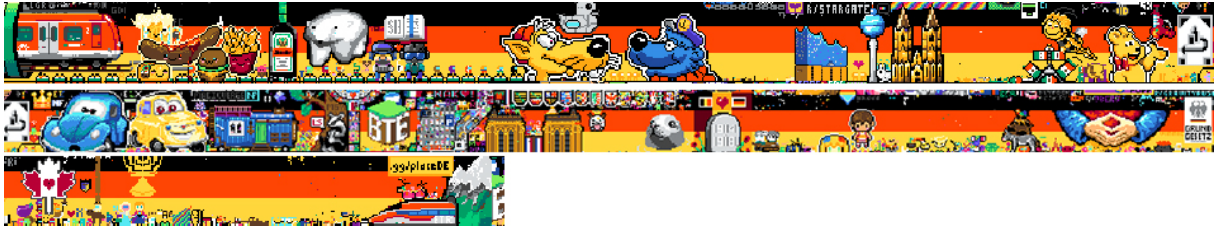
Kategori	f
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	11
Sözel-dilsel (sloganlar, yerel deyişler, isimler vb.)	2
Dijital evren (yayıncılar, video oyunları, internet meme, subreddit vb.)	1
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu, bisiklet vb.)	1
Kamusal unsurlar	1
Hayvanlar	1
Edebiyat (kitap, yazar, kitap karakteri, şair vb.)	1
Coğrafi öğeler (harita, dağ, deniz, havadurumu vb.)	1
TOPLAM	19



Görsel 4 2022 Place etkinliğinde yer alan Avusturya temalı ulusal imge grubu, Reddit. (PlaceAtlas)

Tabloda verilen değerlere bakıldığında, Place'de yer alan ve sanal cemaat olarak nitelendirilebileceğimiz grupların kolektif olarak ürettikleri imge gruplarında yer alan semboller

arasında en fazla üretilmiş semboller ulusal simge kategorisinde yer alan sembollerdir. Bu semboller ülkelerin bayrakları ve eyalet/şehir armaları ile amblemlerini kapsamaktadır. Place etkinliğinde kanvasın son haline bakıldığı zaman birden fazla bayrağın görünür olması bireylerin organize olurken ırk ve millet temelli birleşmelerin yoğun olduğu sonucunu göstermektedir (Gönüllü, 2022). Bayraklar genellikle söz konusu imge gruplarının arka planını kaplayacak şekilde resmedilmiş, bölgesel armalar ve amblemler ise bir veya birden fazla ise yan yana resmedilmiştir. Bu semboller, doğrudan ülkelere ve o ülkeye ait olan bölge/şehirleri işaret eden semboller olarak imge gruplarında bulunmaktadır. Örnek olarak Görsel 4'te yer alan Avusturya temalı ulusal imge grubunda bir bayrak, bir ülke amblemi ve dokuz eyalet arması olmak üzere toplam on bir adet ulusal simge yer almaktadır (Tablo 2). Bu örnek incelenen örnekler arasında Almanya'nın ardından (on yedi adet, Tablo 3) bir imge grubunda en fazla ulusal simgeye sahip 2. örnektir.



Görsel 5 2022 Place etkinliğinde yer alan Almanya temalı ulusal imge grubu, Reddit. (PlaceAtlas)

Tablo 3 Almanya temalı imge grubunda yer alan kültürel semboller.

Kategori	f
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	17
Mimari (ev, köprü, anıt, kamusal yapılar vb.)	7
Dijital evren (yayıncılar, video oyunları, internet meme, subreddit vb.)	6
Radyo-TV-Sinema (dizi, film, karakterler, çizgi filmler vb.)	4
Gelenek ve inançlar	3
Kamusal unsurlar (Organizasyonlar, topluluklar, hizmetler vb.)	2
Gıda ürünleri	1
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu, bisiklet vb.)	1
Edebiyat (kitap, yazar, kitap karakteri, şair vb.)	1
Tarihi olaylar ve kişiler (başkan, kral, bilim insanı vb.)	1
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu, bisiklet vb.)	1
İçecekler	1
Sanat ve tasarım (resim, heykel, sanatçı, el sanatları, dans vb.)	1
TOPLAM	46

Etkinliğin final kanvasında yer alan ve en çok üretilen ikinci sembol türü mimari yapılardır. Mimari yapılar kategorisinde klasik evler, kamusal yapılar, köprüler, dini yapılar, anıt ve sembol yapılar gibi unsurlar yer almaktadır. Bu yapılar tasarım açısından o ulus için önemli yapılar olabildiği gibi, tarihi önemi olabilen veya ulusu temsil gücü yüksek olan yapılar da olabilmektedir. Örneğin Hollanda temalı ulusal imge grubunda Kanalboyu Evleri ve Rüzgar Değirmeni, İspanya temalı ulusal imge grubunda Toledo Değirmenleri ve Sagrada Familia, Amerika Birleşik Devletleri temalı imge grubunda San Fransisco Köprüsü ve Dünya Ticaret Merkezi, İngiltere temalı imge grubunda Big Ben ve Westminster Sarayı, Fransa temalı imge grubunda ise Louvre Müzesi ve Zafer Anıtı gibi mimari unsurlar kendilerine yer bulmuştur. Almanya'ya ait incelenen ulusal imge grubunda ise toplam altı adet (Görsel 5, Tablo 3) mimari unsur yer almaktadır (Hamburger Elbphillharmonie, Berlin TV Kulesi, Köln Katedrali, Porta Nigra, Liman Vinci, Saar Polygon).

Kültürel sembollerin toplumsallığı yansıtan alanlarından birisi olan mimari eserler, tarih boyunca var oldukları coğrafyalarda kültürel birer sembol olarak değer kazanmışlardır (Temel Eğinli ve Nazlı, 2018). Buldukları kentlerin imgelerini de oluşturan mimari yapıların içinde barındırdığı kültürel kodlar çerçevesinde şekillendiğini (Köksal Alver'den akt. Gürsürer, 2019)

düşündüğümüzde, mimari yapıların buldukları ülkeleri de temsil edebilme gücü olan güçlü imgeler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Mimariyi özel kılan [...] birinci öge taşıdığı ve transfer ettiği anlam ile kurduğu iletişimidir. Doğru tercümesi yapıldığında yapı, yaşama katılan ve yaşamı biçimlendiren tüm sosyal, politik ve ekonomik olguları anlatır. Böylece yapının anlamı kavrandığında o artık sıradan bir mimari olmaktan çıkıp, yüzlerce yıl sürecek ve sadece bir bireyin değil bir ulusun sesi olan bir kişiliğe, bir kültürel figüre dönüşür... (Eraslan, 2016).

2022 yılında gerçekleşen Place etkinliğinde ele alınan 18 adet ulusal imge grubunun içerisinde mimari unsurlar pek çok kez kültürel bir sembol olarak resmedilmiştir. Sanal cemaatler, uluslarını sanal dünyadaki bu etkinlikte temsil edebileceğini düşündükleri mimari öğeleri belirlemişler, ardından imge grupları içerisinde göstermişlerdir. Mimari yapılar toplulukların kültürel anlamda sahip oldukları önemli yapılar ve sembolik değeri yüksektir. Bu sebeple mimari unsurlar, ulusal kültürlerini görünür kılmak üzere bir araya gelmiş olan sanal topluluklar tarafından Place etkinliğinde sıklıkla görselleştirilmişlerdir.

Tablo 4 Hollanda temalı imge grubunda yer alan kültürel semboller.

Kategori	f
Sanat ve tasarım (resim, heykel, sanatçı, el sanatları, dans vb.)	4
Mimari (ev, köprü, anıt, kamusal yapılar vb.)	4
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu, bisiklet vb.)	3
Gıda ürünleri (peynir, ekme, yemek vb.)	2
Kıyafetler (şapka, ayakkabı, elbise vb.)	2
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	1
Radyo-TV-Sinema (dizi, film, karakterler, çizgi filmler vb.)	1
Spor (sporcu, spor kulüpleri vb.)	1
Coğrafi öğeler (harita, dağ, deniz vb.)	1
Tarihi olaylar ve kişiler (başkan, kral, bilim insanı vb.)	1
Bitkiler	1
TOPLAM	21



Görsel 6 2022 Place etkinliğinde yer alan Hollanda temalı ulusal imge grubu, Reddit. (PlaceAtlas)

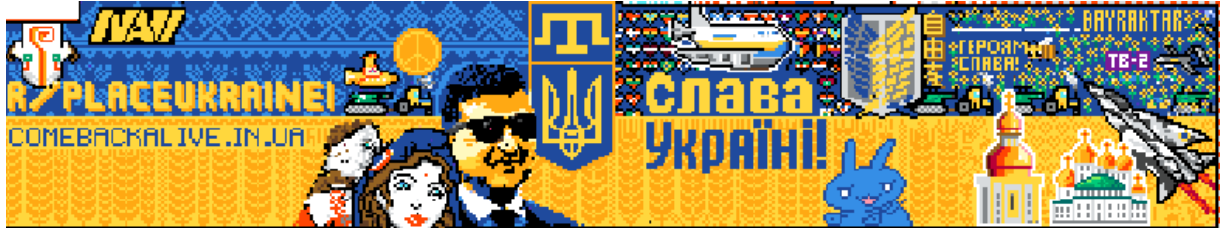
2022 yılında gerçekleşen Place etkinliğinde ulusal imge grupları arasında en fazla yer alan üçüncü sembol grubu sanat ve tasarım unsurlarıdır. Bu unsurlar arasında sanatçılar, resimler, müzik grupları, heykeller, kabartmalar, müzikal aletler gibi, sanat ürünleri ve üreticileri gruplanmıştır. İmge gruplarında yer alan sanat ve tasarım örneklerinin bazıları: Hollanda temalı ulusal imge grubunda Yıldızlı Geceler tablosu, Kırmızı-Sarı-Gri-Siyah ve Mavi Düz Kompozisyon tablosu, Delft Figürini ve Vincent van Gogh (Görsel 6) ile toplam dört unsur (Tablo 4), İspanya temalı ulusal imge grubunda Las Meninas tablosu ve İspanyol Gitarı, İngiltere temalı ulusal imge grubunda The Beatles grubu ve Freddie Mercury, Fransa temalı ulusal imge grubunda ise Halka Önderlik Eden Özgürlük tablosu ve Daft Punk sembolleridir.

Sanat eserlerinin kültürel semboller bağlamında değerlendirilen kültürel ürünler arasında yer aldıklarını (Temel Eğinli ve Nazlı, 2018) söylemek mümkündür. Sanat ve tasarım ürünlerinin en çok tercih edilen üçüncü sembol grubu olmasının temel sebeplerinden birisinin, sanat ve tasarımın kültür ile olan sıkı bağları olduğu ifade edilebilir. Bu noktada Polat'ın kültür ve sanat arasındaki etkileşimin faktörleri hakkında söyledikleri önemlidir:

Belirli bir yaşanmışlık sonucunda ortaya çıkan, çeşitli etkileşimler sonucunda geçmişten günümüze birikerek aynı zamanda değişim geçirerek aktarılan kültürün, sanatın üzerinde etkili olduğu düşünülen maddi ve manevi unsurlarının (topluluğun yaşadığı mekân ve zaman, yaşanan mekânın coğrafi koşulları, yönetim şekli, insan ilişkileri, inanç, gelenek-görenek, giyim-kuşam, yeme-içme, değer, davranış, bilgi ve beceri, ticari ilişkiler vb.) her biri büyük öneme sahiptir (Polat, 2020).

Yukarıda bahsedilen maddi ve manevi unsurlar, ulusların üretmiş oldukları sanat eserleri üzerinde büyük bir öneme ve etkiye sahiptir. Maddi manevi unsurlar ile sanatsal üretim arasındaki karşılıklı ilişki sonucunda sanat eserleri içinden çıktığı toplumun kültürüne ait nitelikler taşıyabilmekte ve o toplumla özdeşleşebilmektedir. Dolayısıyla sanat eserleri sembolik anlamda bu toplulukları tanımlayan birer öge özelliği de taşıyabilmektedirler.

Bu yüzden kimi sanat eserleri içinden çıktığı toplumu ve ulusu temsil edebilme gücüne sahip sembolik değerler de taşımaktadırlar. 2022 Place etkinliğinde kimi sanal cemaatler de, tasarladıkları ulusal imge grupları içerisine sembolik değeri olan sanat ve tasarım ürünlerini çokça dahil etmişlerdir. Kimi topluluk kendi ulusuyla özdeşleşen müzik aletlerini, kimi topluluk bir ressamı, kimi topluluk da ulusunu simgelediğini düşündüğü bir sanat eserini, ulusal imge grubu içerisine dahil etmiştir.



Görsel 7 2022 Place etkinliğinde yer alan Ukrayna temalı ulusal imge grubu, Reddit. (PlaceAtlas)

Tablo 5 Ukrayna temalı imge grubunda yer alan kültürel semboller.

Kategori	f
Tarihi olaylar ve kişiler (başkan, kral, bilim insanı, savaş ve materyalleri vb.)	5
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	3
Dijital evren (yayıncılar, video oyunları, internet meme, subreddit vb.)	3
Mimari (ev, köprü, anıt, kamusal yapılar vb.)	2
Sözel-dilsel (sloganlar, yerel deyişler, isimler vb.)	2
Kamusal unsurlar	1
Ulaşım unsurları (havayolu, demiryolu, karayolu, bisiklet vb.)	1
Bitkiler	1
TOPLAM	18

Sanal cemaatlerin tasarladıkları imge gruplarında sayıca en fazla yer alan dördüncü sembol grubu dijital evren kategorisi altında gruplanmış olan sembollerdir. Bu semboller genellikle o ülkelerin tanınmış internet yayıncıları, influencer'ları, fenomenleri temsil eden sembollerdir. Bunun yanında sanal cemaatler tasarım yapmak üzere organize oldukları subreddit adreslerini de sıkça imge grupları arasında göstermişlerdir ve bu adresler de dijital evren kategorisi altında listelenmiştir. İncelenen on sekiz gruptan onunda dijital evren kategorisine ait en az 1 adet sembol görülmüştür. Bu semboller arasında: İskandinav Birliği'ne ait ulusal imge grubundan MrMouton ve Spurdo Sparde, Ukrayna'dan NAVI ve Stalker (Görsel 7), Macaristan'dan Hide the Pain Harold ve Walrusz, Bulgaristan'dan r/Bulgaria ve İspanya'dan bir internet meme olan Milliyetçi Dragonite gibi örnekler yer almaktadır.

Yukarıda sayılan örnekler dijital dünyada yer alan yayıncılar, video oyunları, internet meme'ler ve subreddit adreslerinden oluşmaktadır. Tablo 1 de yer alan semboller arasında ilk üçte yer alan sembol grupları, kökleri geçmişe dayanan ve uzun yıllardır ulusları temsil etmekte olan fiziksel ve sembolik pek çok unsurdan oluşur. Tabloda dördüncü sırada yer alan dijital evrene ait unsurlar ise, bilgisayar ve internetin yaygınlaşmasından sonra sosyal medyada ya da dijital oyun

platformlarında ortaya çıkan unsurlardır. Günümüzde internetin ve sosyal medyanın artık hayatımızın en önemli parçalarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Bu mecralarda bireyler ve bir araya gelmiş olan sanal cemaatler her türlü paylaşımı ve etkileşimi gerçekleştirebilmektedir. Birlikte oyun oynama, tartışma yürütme, içerik oluşturma ve bu içerikleri tüketme gibi etkinlikler, zamanla dijital ortamın önemli faaliyetlerine dönüşmektedir. Bu faaliyetler sonucu ortaya çıkan ürünler ise hem sanal dünyada, hem de gerçek dünyada birer fenomen haline gelebilmektedirler. Video içerik üreticileri, influencer'lar, oyuncular ve oyun takımları, web siteleri, sosyal medya mecraları ve bu mecralarda paylaşımına sunulmuş olan görsel içerikler bahsedilen fenomenler arasında sayılabilir. Place etkinliği kapsamında üretilmiş olan dijital evren öğeleri, söz konusu olan bu fenomenleri içermekte ve göstermektedir. Bu fenomenlerin üretildiği/ortaya çıktığı/ait oldukları ülkeler ve ulusların söz konusu fenomenleri tanımlayan unsurlardan biri olabileceği düşünüldüğünde, günümüzde en çok zaman geçirilen ortam olan dijital mecrada yer alan Place etkinliğinde resmedilmiş olan ve semboller arasında yine dijital evrene ait fenomenleri temsil eden sembollerin olması şaşırtıcı değildir. Bu bağlamda, kanvasın final versiyonunda yer alan ulusal imge grupları arasında resmedilmiş dijital evrene ait unsurları temsil eden sembollerin, zamanla içinden çıkmış oldukları ulus ve kültürleri de temsil edebilme gücüne sahip olabileceğini söyleyebilmek de mümkündür.



Görsel 8 2022 Place etkinliğinde yer alan Kosta Rika temalı ulusal imge grubu, Reddit. (PlaceAtlas)

Tablo 6 Kosta Rika temalı imge grubunda yer alan kültürel semboller.

Kategori	f
Hayvanlar	5
Ulusal simge (bayrak, arma vb.)	1
Coğrafi öğeler (harita, dağ, deniz, hava durumu vb.)	1
Gıda ürünleri	1
Sözel-dilsel (sloganlar, yerel deyişler, isimler vb.)	1
Bitkiler	1
TOPLAM	10

Ulusal simgeler, mimari unsurlar, sanat ve tasarım öğeleri ile dijital evren unsurlarının yanında; hayvan ve bitkiler, yiyecek ve içecekler, edebiyat, ulaşım unsurları gibi pek çok kategoriye ait sembol de, etkinlik boyunca bir araya gelen sanal cemaatler tarafından imge grupları dahilinde resmedilmiştir. Bu imgeler ait oldukları kültürlere yönelik temsiliyet gücü yüksek, kültürel olarak önemli olan unsurlardan seçilmiştir. Dolayısıyla bazı imge gruplarında bazı kategorilere ait sembollerin sayısal olarak üstün olduğu görülebilmektedir. Örneğin Hollanda temalı imge grubunda (Görsel 6) mimari ile sanat ve tasarım kategorilerine ait dörder adet sembol, diğer sembollerden sayısal anlamda üstündür. Kosta Rika temalı imge grubunda (Görsel 8) yer alan hayvanlar kategorisi, beş adet sembolle (Beyaz Benekli Geyik, Kızıl Gözlü Ağaç Kurbağası, Salma Gagalı Tukan, Tembel Hayvan, Sinekkuşu) en fazla kullanılan sembol grubu olmuştur (Tablo 6). Hayvanlar, ilk çağlarda neredeyse bütün coğrafyalarda insanların yaşamında önemli bir yer tutmuş, insanlar hayvanlardan da yararlanarak başta ekonomik olmak üzere pek çok alanda ilerlemiştir (Alp, 2009). Bu bilgi ve Kosta Rika'ya ait imge grubundaki hayvan imgelerinin çok olmasından hareketle, hayvanların Kosta Rika kültüründe önemli bir yer tuttuğunu söyleyebiliriz. Ukrayna temalı (Görsel 7) sembollerin arasında ise Tarihi olaylar ve kişiler kategorisinde yer alan beş adet sembol (Tablo 5), diğer sembollerden sayısal olarak fazladır. Ukrayna'nın 2022 yılının başından bu yana Rusya ile savaş halinde olması bu durumun temel sebebidir. Ukrayna imge grubunda tarihi olaylar ve kişiler temalı olarak Tank Çalan Ukraynalı Çiftçiler, Bayraktar TB-2, Kiev Hayaleti ve Barış Sembolü resmedilmiştir. Bu durum günümüzde toplulukların yaşamakta olduğu savaş gibi hayati meselelerin de kültür üzerinde anında etki ederek bu etkilerin semboller vasıtasıyla bugünden geleceğe aktarıldığını örnekler niteliktedir.

Sonuç ve Öneriler

İlki 2017 yılında, ikincisi ise 2022 yılında Reddit platformu üzerinde gerçekleşen Place etkinlikleri, binlerce kullanıcının katılımı sonucu ortaya çıkan yüzlerce imgeyi barındıran bir resmin oluşturulduğu sosyal bir etkinliktir. Etkinlik kapsamında internet kullanıcıları, etkinlik bağlamında hızlı bir biçimde toplanarak gruplaştıktan sonra yatay bir hiyerarşinin olduğu ittifaklar oluşturarak (Tarara, 2022) üzerinde anlaştıkları tasarımları uygulamak üzere belirledikleri alana pikseller bırakarak semboller resmetmeye başlarlar. Grupların kimi zaman kendi alanlarında başlattıkları sembollerini resmetmek, kimi zaman bu sembollere gelen vandalist saldırılara karşı savunma yapmak, kimi zaman ise başka grupların alanlarına vandalist saldırıda bulunup kendi sembollerini resmetmeye çalışmak gibi farklı eylem pratikleri doğrultusunda üç gün boyunca süren 2022 etkinliğinin sonunda, ortaya içerisinde binlerce sembol olan dijital bir kanvas çıkmıştır.

Yapılan bu araştırmada 2022 yılında gerçekleşen Place etkinliği boyunca üretilmiş olan çeşitli imge grupları içerik bağlamında incelenmiştir. İncelemeye başlamadan önce, etkinlik ve etkinlikte ortaya çıkan final çalışmasıyla ilişkili olduğu düşünülen imge, kültür, altkültür, sembol, kültürel sembol ve sanal cemaat kavramları hakkında kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Ardından, Place kanvası incelenerek en az on adet ulusal sembol içeren on sekiz adet imge grubu belirlenmiş, içerisindeki semboller tek tek seçilerek belirlenen kategoriler altında frekans değerlerine dönüştürülmüştür. Frekans değerleri, on sekiz adet imge grubu için ayrı ayrı tablolar haline getirilmiş ve ardından araştırma kapsamında bütün kategorilerin verildiği tek bir tabloda sunulmuştur. Kültürel semboller içeren imge gruplarının PlaceAtlas üzerinden tespiti, bu gruplardaki sembollerin tek tek belirlenerek kategorilere dönüştürülmesi, kategoriler üzerine tartışma ve yorum gerçekleştirebilmek adına çeşitli kavramlar üzerine kavramsal bir çerçeve oluşturulması ve oluşturulan kategorilerin üç adet uzmanın görüşü alınarak yapılandırılması, çalışmanın güçlü yönleri olarak sıralanabilir. İncelenmek üzere seçilen imge gruplarının zaman kısıtlılığı ve mekansal olarak araştırmacıların tekrar tekrar bir araya gelmesinin zorluğundan dolayı içerisinde en az on adet kültürel sembol içerenlerle sınırlandırılmış olması çalışmanın zayıf yönlerinden birisidir. İncelenen on sekiz adet imge grubundan beş adedine ait tabloların ve görsellerin çalışmada gösterilmiş olması ise çalışmanın bir diğer zayıf yönüdür.

Çalışma kapsamında yapılan incelemeler sonucunda kültürel semboller üretmek üzere Place'de bir araya gelerek sanal cemaatler oluşturan internet kullanıcılarının en çok ürettikleri sembollerin ulusal simgeler, mimari yapılar, sanat ve tasarım ürünleri, dijital evrene ait semboller ve radyo-televizyon-sinema unsurları olduğu görülmüştür. Bunlarla birlikte hayvanlar, ulaşım unsurları, coğrafi öğeler, gıda ürünleri ve içeceklerin de, sık sık resmedilen semboller arasında yer aldığı görülmektedir. Bayrak ve arma gibi sembolik gücü yüksek tasarımlar, temsil etme gücü bakımından topluluklar tarafından en çok benimsenen ve tasarım olarak uygulanan sembollerdir. "Manevî anlamda bayrak, bir milletin varlığının sembolü ve tarihinin hatırasıdır ve bayrağın değeri, temsil ettiği topluluğun ona yüklediği anlam ile ölçülmektedir" (Ertürk, 2017: 153). Place kanvasında bayrak sembolünün bu denli fazla resmedilmesinin temel sebebinin de, ait olduğu toplumun geçmişini, kültürünü ve varoluşunu temsil eden en güçlü sembollerden biri olması olarak ifade edebilmek mümkündür. Bununla birlikte imge grupları incelendiğinde bazı imge gruplarında yer alan kültürel sembollerin sayısal olarak diğer sembollere oranla o imge grubunda baskın olduğu fark edilmektedir. Örneğin Görsel 8'de Kosta Rika imge grubunda en çok hayvanlara ait sembollerin resmediliği görülmektedir. Place etkinliğinde yer alan bu imge grubu, Kosta Rika'daki doğal hayatın çeşitliliğine ve bunun da o ülkede yaşayan toplumlar için kültürel olarak taşıdığı öneme yönelik bir anlam taşıdığı söylenebilir. Görsel 7'de yer alan Ukrayna'ya ait imge grubunda ise tarihi olaylar ve kişiler temalı semboller en sık kullanılan semboller olarak (Tablo 5) Ukrayna'nın 2022 yılının başından bu yana içinde olduğu savaşı işaret etmekte ve ülkenin günümüzdeki en temel konusunun da bu olduğunu göstermektedir. İmge gruplarında yer verilen her sembol o ülkenin geçmişine ve bugününe yönelik bilgiler içermektedir. İmge

gruplarında yer alan ve kültürel boyutta anlam taşıyıcısı olan bu sembolleri, kültürel semboller olarak değerlendirebilmek mümkündür.

Kültürel semboller, bir arada yaşayan toplulukların sahip oldukları kültürleri yansıtan ve topluluğun bireyleri arasındaki aidiyet duygusunu da güçlendiren iletişim unsurlarıdır. Kültürel sembollerin toplumsal aidiyet duygusunun yaratılmasındaki işlevinin bir topluluğun kendini ulus olarak tanımlaması ve ortak değerler ile anlamları paylaşması ve aktarmasıyla ilişkili olduğu (Temel Eğinli ve Nazlı, 2018) düşünüldüğünde; resmedilmek üzere sanal cemaatler tarafından seçilen sembollerin bireylerin kültürel anlamda aidiyet duygularını da yansıtan ve pekiştiren öğelerden oluştuğunu söyleyebiliriz. Place etkinliği üzerine yapılan benzer bir çalışmada Gönüllü (2022), bu etkinliğe katılım gösteren kullanıcıların bir grup üyesi olarak sosyal kimliklerinin temsillerini dijital platformlara taşıdığını aktarır ve ekler: "Bireyler, kendilerini nitelendiren özellikleri paylaştıkları bireylerle işbirliği kurmak suretiyle, diğerlerinden üstünlüklerini ispatlayabildikleri ölçüde aidiyet hissini tatmin etme, başarmanın hazzını yaşama ve grup üyeliğine daha fazla anlam yükleme eğiliminde olabilmektedir. Gönüllü'nün yaptığı çalışmada ulaştığı sonuçlar, bu çalışmada gerçekleştirilen tartışmalarla örtüştüğü ifade edilebilir. Topluların geçmişinden gelen, ortak olarak deneyimledikleri ve kültürel öge niteliği taşıyan pek çok unsur, Place etkinliğinde yapılmış olan imge grupları arasında kendilerine yer bulmuştur. Ortak bir amaç çerçevesinde bir araya gelerek sanal cemaatler oluşturan internet kullanıcıları, aidiyet hissettikleri topluluklara ait sembollerin dijital ortamdaki bu etkinlik vasıtasıyla geleceğe aktarılmasına katkıda bulunmuşlardır.

Gerçekleştirilen bu çalışmada dijital evrende sanal topluluklar tarafından üretilen sembolik içeriklerin okunması ve anlamlandırılması noktasında literatüre katkıda bulunulması hedeflenmiştir. Amaç ve sınırlılıklar dikkate alındığında, Place etkinlikleri bağlamında gelecekte aşağıdaki araştırmaların da gerçekleştirilebileceği önerilmektedir:

1. Çalışmada incelenen semboller haricinde, Place kanvasında çok daha fazla sayıda kültürel sembol ve bu sembollerden oluşan imge grupları mevcuttur. Bu imge ve semboller de kapsayacak şekilde çalışmanın genişletilebileceği ve yapılan bu araştırmanın bu kapsamda gerçekleştirilecek yeni çalışmalara ışık tutabileceği söylenebilir.
2. 2017 ve 2022 yılında gerçekleşen iki Place etkinliğinde kanvas üzerinde çeşitli grupların yaşadığı çatışmalar, fiziki dünyada rekabet içerisinde olabilen toplulukların dijital dünyada da bu rekabeti ve çekişmeyi sürdürebildiğini, dolayısıyla dijital evrendeki faaliyetlerin fiziksel dünyadan etkilenemediğini göstermiştir. Bu açıdan çalışmanın, sanal dünyada gerçekleşen benzer toplu etkinliklerin gerçekleştirilmesini sağlayan motivasyonlarla ilgili başka çalışmalara da katkıda bulunabileceği düşünülmektedir.
3. Place etkinliklerinde kullanıcıların kanvas üzerinde pikseller bırakarak ürettikleri çalışmaları "piksel sanatı" olarak nitelendirebilmek, ayrıca 3 gün boyunca süren bu deneyimin kolektif ve performatif bir eylem olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Bu doğrultuda ortaya çıkan final kanvaslarının; sanat tarihi ve sanatsal üsluplarla ilişkisi, sanatta kolektivite ve süreç bağlamında sanat gibi konular bağlamında da değerlendirilebilmesi mümkündür.

Yazar Katkı Oranları başlığı

Çalışmaya 1. Yazar: %60, 2. Yazar: %40 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı başlığı

"R/Place etkinliğinde çizilen kültürel semboller üzerine betimsel bir analiz" başlıklı makalemizin herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur. Yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Alp, K. Ö. (2009). Orta Asya'dan Anadolu'ya kültürel sembollere giriş. Eflatun Yayınevi.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2014). Görsel grafik tasarım sözlüğü (2. Basım) (B. Barhana, Çev.). Literatür.
- Akkaş, İ. (2016). Çokyüzlü ilişkiler ağında kimlikler ve sanal cemaatler. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 3(2), 37-53. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/210328>
- Aktan, C. C., Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, 6(20), 1-11. https://www.researchgate.net/publication/318672185_BIR_SOSYAL_SABIT_SERMAYE_OLARAK_KULTUR
- Ardatürk, A. Ş. (2022). Bir Altkültür Oluşumu: Modern Göçebelik. idil, 92, 597-606. <https://www.idildergisi.com/makale/pdf/1645791794.pdf>
- Arı, S. (2016). Çeviribilimde yeni yaklaşımlar: Sembolik formlar kuramı. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(43), 39-46. https://www.academia.edu/105013327/%C3%87evi_ri_bi_li_mde_Yeni_Yakla%C5%9Fimlar_Sembolik_Formlar_Kurami
- Armstrong, B. (2018). Coordination in a Peer Production Platform: A study of Reddit's /r/Place experiment [Yayımlanmış yüksek lisans tezi]. University of Waterloo.
- Atagün, Z. Z. (2011). Yeni iletişim ortamlarının alt kültürlerle etkisi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Bozkurt, V. (1999). Yıkıcı gemeinshaf'tan "öteki"siz postmodern kabilelere sanal cemaatler. Birikim Dergisi, 127, 1-8. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isguc/issue/25516/269124>
- Civelek Oruç, M., Türkay, O. (2018). Türkiye tanıtım afişlerinin göstergebilimsel bir analizi: Home of Turkey afişleri örneği. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC, 8(2), 312-328. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tojdac/issue/36245/408385>
- Efe, Y. (2019). Türkiye'de bir altkültür olarak anime ve manga hayranlığı [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Eraslan, A. (2016). Mimaride anlam; yapıdaki "sembolik dil" üzerine bir değerlendirme. Tasarım + Kuram, 10(18), 18-35. <https://doi.org/10.23835/tasarimkuram.239593>
- Erdoğan, S. (2022). Grafik Tasarımda Semboller Ve Anlamlarının Kültürel Farklılıkları Bağlamında Bir Örnek: Türkiye Ve Kırgızistan Yol Uyarı Levhalarının Karşılaştırılması. Kafdağı, 7(2), 220-232. <https://doi.org/10.51469/kafdagı.1226324>
- Erkenekli, M. (2013). Toplumsal kültür araştırmaları için değer merkezli bütünleşik bir kültür modeli önerisi. Savunma Bilimleri Dergisi, 12(1), 147-172. https://kho.msu.edu.tr/akademik/enstitu/Alp_SAVBEN_dergi/mayis2013/belgeler_pdf/7_erkenekli.pdf
- Ertürk, K.Ö. (2017). Türk cumhuriyetlerindeki bayraklarındaki renklerin iletişimsel analizi. Kurtaslan, Z. (Ed.), Kültür-Sanat-Edebiyat-Eğitim ven Mimarlık Üzerine Akademik Araştırmalar içinde (s. 151-166). Eğitim Yayınevi.
- Ersöz Karakulakoğlu, S. (2015). Geleceğin web teknolojileri: Web 3.0 ve etkileşim. Ö. Oğuzhan (Ed.), İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim içinde (s. 111-130). Kalkedon.
- Evciman, S. (2022). Bir kültür endüstrisi ürünü olarak "Sanal Cemaat". Yeni Medya, (13), 376-400. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1109537>
- Gönüllü, C. (2022). Dijital vatan savunması: R/Place etkinliği. MAKU SOBED, (36), 157-173. <https://doi.org/10.20875/makusobed.1182163>
- Gürsürer, Ö (2019). Bir müşterek olarak kent imgesi: İstanbul Bağdat caddesi örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Güvenç, B. (1974). İnsan ve Kültür (2. Basım). Remzi Kitabevi.
- Güvenç, B. (1997). Kültürün ABC'si (1. Basım). YKY.
- Haberli, M. (2012). Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 3, 118-134. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/itobiad/issue/8759/109292>
- İnceoğlu, M. (2010). Tutum, algı, iletişim (5. Baskı). Beykent Üniversitesi Yayınevi.

- Koca, S. K. (2010). Genel hatları ile kültür ve sembol ilişkisi. SAÜ Fen Edebiyat Dergisi, 12(2), 87-94. http://www.fed.sakarya.edu.tr/arsiv/yayinlenmis_dergiler/2010_2/makale_6.pdf
- Litherland, K.T., Morch, A.I. (2021). Instruction vs. emergence on r/place: Understanding the growth and control of evolving artifacts in mass collaboration. Computers in Human Behavior, 122, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106845>
- Naylor, L. N. (1996). Culture and Change. Bergin & Garvey.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28(2), 123-139. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/huefd/issue/41213/505402>
- Polat, S. (2020). Kültürün Dinamik Öğeleri Olarak Sanat ve Müzik. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9 (2), 1757-1771. <https://doi.org/10.15869/itobiad.703142>
- Simpson, B., Lee, M. & Ellis, D. (2017). How we built r/Place. <https://www.redditinc.com/blog/how-we-built-rplace/> adresinden 08.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Tarara, P. (2022). A certain place of the internet: Reddit place. inAW Journal, 3 (1), 83-94.
- Temel Eğinli, A. & Nazlı, A. K. (2018). Kültürün koruyucu gücü: Kültürel semboller. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, 2, 56-74. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/egemiad/issue/36758/408169>
- Ünlüer, A. A. (2017). Bir Sanat Dalı Olarak Piksel Sanatının Kimlik ve Temsil Sorunları. Inonu University Journal of Arts and Design, 7(15), 211-223. <https://doi.org/10.16950/inustd.313928>
- Vaccher, P. Etc. (2020, October). Understanding community-level conflicts through Reddit r/place. Poster session presented at the CSCW '20 Companion, October 17–21, 2020, Virtual Event.
- Yavuz, D. (2019). Çocuk edebiyatı ve kültürel semboller. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 6(4), 175-184. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/44866/552337>

İnternet kaynakçası

- Chu, G. (2022). Reddit's r/place Is a Testament to Internet Culture and Camaraderie. Hypebeast. <https://hypebeast.com/2022/4/reddit-r-place-april-fools-day-social-experiment-info> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Koyun, C. E. (2022). Reddit Place'te Türk bayrağına saldırı yapıldı!. ShiftDelete.net. <https://shiftdelete.net/elraenn-twitch-yayininda-turkiye-bayragina-saldiri-yapildin> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Lorenz, T. (2022). Internet Communities Are Fighting Over Pixels. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/04/04/reddit-place-internet-communities/> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Lyons, K. (2022). Reddit is bringing back r/Place, its April Fools' Day art experiment. The Verge. <https://www.theverge.com/2022/3/28/22999689/reddit-bringing-back-r-place-april-fools-day-experiment-public-art> adresinden 01.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Onder, C. (2022). xQc Receives Death Threats from My Little Pony Fans. Comicbook. <https://comicbook.com/gaming/news/xqc-reddit-place-my-little-pony-death-threats-twitch/> adresinden 09.09.2022 tarihinde alınmıştır.

Görsel kaynakçası

- 0x0000000000000045 [u/0x0000000000000045]. (2017, 3 Nisan). For anyone looking for a high quality, non-pixelated, up-to-date screenshot at 4k resolution of r/place [Post]. Reddit. https://www.reddit.com/r/place/comments/634jgz/for_anyone_looking_for_a_high_quality/
- Daily Twitch. (2022, 4 Nisan). Best Of Twitch #56 xQc Got Death Threats From r/Place Stans For Destroying Pixels.. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HFtVaAHQMhY>
- TheFartingKing_56 [u/TheFartingKing_56] (2022, 5 Nisan). r/place before the snap, ULTRA high res & smooth image in comments! [Post]. Reddit. <https://i.redd.it/o5ux1ncaglr81.png>
- PlaceAtlas. <https://2023.place-atlas.stefanocoding.me/#/0/0/1> (Erişim tarihi: 09.10.2022)

Extended Abstract

The aim of this research is to analyse and interpret the cultural symbols created during the r/Place event that took place in 2022. r/Place is an online event that was first organised on the Reddit platform in 2017 and was repeated on the same platform in April 2022. During the event, participants applied visual designs either individually or in groups using the platform, which enables users to paint by placing pixels at specific time intervals on a blank digital canvas.

At the conclusion of the three-day event, a final canvas featuring numerous cultural symbols was produced. Upon examination of the event process held at Place in 2022, similarities with the 2017 event become apparent. Firstly, users collaborated in groups to create and safeguard a design. Additionally, each user was limited to placing only one pixel every five minutes, preventing individuals from completing the work alone. Users have collaborated by creating virtual communities to complete tasks. However, sometimes different groups attacked the work of another group in order to portray their own work in the same field. That's why some groups had to protect their work. Another similarity between the 2017 and 2022 events is that users and groups have depicted symbols of social and cultural formations to which they belong, love and protect. It is possible to categorise these images as countries, computer games, musicians, anime, historical figures, football clubs, internet memes and movies. User groups unite around issues to which they feel a sense of belonging and commonality, and act together to create a symbol that represents these shared interests.

For this study, we have chosen a case study approach, which is one of the qualitative research methods, to examine and interpret the cultural symbols on the Place canvas. We have also created a conceptual framework to discuss and comment on the symbols to be examined. During the creation of the conceptual framework, we carried out a document review. Once the conceptual framework was created, we scanned the symbols on the Place canvas using the website PlaceAtlas. To examine the symbols on the canvas, we selected symbols from national image groups that contained at least ten symbols. We identified eighteen image groups and created categories to represent the cultural symbols within them. Two researchers reviewed these categories separately and together, and then three field experts reviewed them to ensure validity and reliability. The study's strengths lie in its in-depth examination of concepts such as image, symbol, cultural symbol, and virtual community to create a conceptual framework, as well as the inclusion of expert opinions for the categories. However, the study's limitations include the examination of a limited number of symbols instead of all 8549 symbols and the inclusion of only five of the eighteen national image groups as examples. However, the study's limitations include the examination of a limited number of symbols instead of all 8549 symbols, and the inclusion of only five of the eighteen national image groups as examples are can be considered the weaknesses of this research.

The investigation conducted within the scope of the study revealed that the virtual communities in Place produced cultural symbols, with national symbols, architectural structures, art and design products, symbols of the digital universe, and radio-television-cinema elements being the most common. Additionally, animals, transportation elements, geographical elements, food products, and beverages were also frequently depicted. Upon examining the image groups, it becomes apparent that certain cultural symbols are more prevalent in some groups than others. For instance, the image group of Costa Rica predominantly features animal symbols. This suggests that the images in the Place event hold significance in terms of the diverse natural life in Costa Rica and its cultural importance to the country's inhabitants. The image group for Ukraine predominantly features symbols related to historical events and figures, reflecting the ongoing war that the country has been embroiled in since the start of 2022. Each symbol included in the image groups contains information about the past and present of that country. These symbols are located on the Place canvas as cultural symbols of those nations. Furthermore, it can be stated that virtual communities use symbols that reflect and reinforce individuals' sense of cultural identity.

In a study on the Place event, Gönüllü (2022: 171) found that users bring their social identities to digital platforms as group members. Participants tend to derive a sense of belonging and attach more meaning to group membership when they can prove their superiority over other groups by cooperating with individuals who share their defining characteristics. The findings of Gönüllü's study align with the discussions presented in our own study. The image groups formed during the r/Place event included cultural elements that are shared among societies and stem from their past experiences. Internet users have formed virtual communities to design symbols that represent their sense of belonging. Through this activity, they have carried their cultural symbols into the future in the digital environment. In this study, we aim to enrich the literature on reading and interpreting the symbolic contents produced by virtual communities in the digital universe through the Place activity.