

İZLEYİCİ ALIŞKANLIKLARINDAKİ DEĞİŞİMİN Z KUŞAĞI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: YOU VS WILD ÖRNEĞİ

Fatih DİREN* Ramazan Arslan** Najiba ABBASOVA***

EXAMINING THE CHANGE IN AUDIENCE HABITS IN THE CONTEXT OF THE GENERATIONS Z: THE EXAMPLE OF YOU VS WILD

Özet

Sanatın üreticileri, dağıtımçıları, tüketicileri ve sanatı yapan çeşitli sanat dalları, çağın teknolojik değişimlerinden etkilenmektedir. Bu etki bazen olumlu olmakla birlikte genellikle olumsuzdur. Olumlu ve olumsuz etkilenen konular bakış açısına ve yaklaşıma göre değişmekle birlikte, benimsenen değerlendirme kriterleri teknolojinin orijinal haliyle temel işlevselliğine göre değerlendirilmelidir. Farklı anlatı türleri, alıcılarını farklı şekillerde tatmin eder. Bu çalışmada son yıllarda dijital yayıncılıkta bambaşka bir biçimde karşımıza çıkan ve belgesellere yeni bir boyut kazandıran etkileşimli belgeseller ele alınmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile beraber televizyon döneminin ortaya çıkması, daha sonra yeni bir mecra olarak televizyonlarının yerini alan dijital yayıncılığın ve Netflix gibi dijital platformların ortaya çıkması, bu durumun belgesel filme olan etkileri format değişimlerinin yanı sıra biçim, içerik z kuşağı bağlamında izler kitle alışkanlıkları açısından değerlendirilmektedir. Medyada z kuşağının tüketici alışkanlıklarının değişimi, dijital platform olan Netflix'in yayınladığı "You vs. Wild" isimli interaktif belgesel özelinde incelenmiştir.

Anahtar sözcükler: İnteraktif belgesel, You vs Wild, Z, kuşağı, Kuşak, Netflix

Abstract

The producers, distributors, consumers, and various art forms that create art are affected by the technological changes of the era. While this effect is sometimes positive, it is generally negative. Although the positively and negatively affected issues vary depending on the perspective and approach, the adopted evaluation criteria should be evaluated based on the basic functionality of technology. Different narrative genres satisfy their audiences in different ways. In this study, interactive documentaries that have emerged in a completely different way in digital publishing in recent years and added a new dimension to documentaries are discussed. With the development of technology, the emergence of the television era, and later the emergence of digital publishing and platforms such as Netflix, which replaced television, the effects of this situation on documentary films are evaluated in terms of format changes, form, content, and the viewing habits of Generation Z. The change in consumer habits of Generation Z in the media has been examined specifically in the interactive documentary "You vs. Wild" published by the digital platform Netflix.

Keywords: Interactive documentary, You vs Wild, Z, Generation, Generation, Netflix

* Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, direnfatih@hotmail.com, Orcid: 0000-0003-4189-3215

** Öğr. Gör., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, ramazan.arslan@iuc.edu.tr, Orcid: 0000-0002-7334-7190

*** İstanbul Üniversitesi Radyo Televizyon Sinema Doktora Öğrencisi talentpolitana@gmail.com, Orcid: 0000-0003-0552-6661

Giriş

Yayıncılık, başladığı günden bu yana teknolojik gelişmeler aracılığı ile evrilerek farklı bir boyut kazanmıştır. Sinema ve televizyon yayıncılığı daha önceleri direkt olarak sinemaya gitmeyi veya bir televizyona sahip olmayı zorunlu kılarken günümüzde 4 ekran diye tabir ettiğimiz (tv, cep telefonu, tablet, bilgisayar) aygıtlardan herhangi birine sahip olmak yeterlidir. Dünyada bu değişimler devam ederken izler kitle ve izleyici alışkanlıklarında da değişimler yaşanmaktadır. İzler kitle ve izleyici alışkanlıklarında olan bu değişimler yapım formatlarında da yeni yönelimlerin ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur. Bu durumda belgesel türünü ele aldığımızda belgesel film, doğumundan itibaren dünyadaki siyasi, sosyal ve teknolojik değişimlere paralel olarak farklı aşamalardan geçmiştir. 1948'de Dünya Belgesel Derneği, "belgesel, ister olduğu gibi çekilmiş, ister aslına sadık kalınarak yeniden oluşturulmuş, film üzerinde düşünceye veya duyguya hitap edecek şekilde yorumlanmış ve gerçeğe sadakatin gerekli olduğu durumlarda, gerçekliğin herhangi bir yönünü kaydetme yöntemlerinin tümü" olarak tanımladı" (Mutlu, 1991:151). John Grierson, belgesellerin temel amacının ve işlevinin gerçekleri göstermek ve halka anlatmak ve gerçekleri göstererek toplumsal bir sorumluluğu yerine getirmek olduğuna inanmaktadır. Belgesel tanımını değerlendirirken insanların zihinsel ve duygusal aktivitelerini harekete geçirir. Belgeseller konu, üslup, anlatım ve etik anlayış bakımından kurmaca filmlere göre daha kesin çizgilere sahiptir. Toplumsal, siyasi ve teknolojik değişimlerle birlikte biçim, içerik, üslup, anlatım gibi birçok yönden değişimler yaşamıştır. Bu değişim, her şeyden önce, dünyanın siyasi ve sosyal koşullarındaki büyük değişiklik ve ikinci olarak, televizyonun insanların günlük yaşamındaki büyük rolüdür (Kuruoğlu, 1992). Ancak teknoloji vasıtasıyla her gün alışkanlıklar, talepler, karşılıklı iletişim – etkileşim değişmekte, evrim geçirmektedir. Televizyonların son dönemlerde pek izlenmediği, medyanın dijitalleşmesi ile beraber dijital platformların arttığı son yıllarda, belgesel filmler de yeni bir boyut kazanmıştır. Sosyal ve siyasi gelişmeler, teknolojik gelişmelerle beraber dönüşmekte ve bu teknolojik gelişmeler gerek çekimde kullanılan teknoloji ge-

reks gösterimde ve muhafaza edilmesinde kullanılan teknoloji, belgesel filmin serüveninde yeri ve önemini belirlemektedir. Bu çalışma ile iletişim ve medyanın geçirdiği değişimi anlamakla beraber, z kuşağı ele alınarak "You vs Wild" örneği üzerinden izler kitledeki tüketici alışkanlıklarının değişimi saptanacaktır. Araştırma kapsamında incelenecek olan "You vs Wild" "Doğaya Karşı Mücadele" adlı interaktif belgeselde (dizi) bir anlatıcı ve kullanıcının seçimleriyle yönlendirilecek Bear Grylls bulunmaktadır. İnteraktif belgeseller seyirciyi aktif birer kullanıcı haline getirerek onların bu dizi ile etkileşime girmelerini sağlamaktadır. Görüntülerin, misyonun, yapılan seçimlerin, kullanıcıya verilmek istenen mesaj ve durumun anlatılmasıyla görüşme yapılan kişiden seçim yapılması beklenmektedir. Teknoloji ile beraber gelişim gösteren dijital yayıncılık ekseninde belgesel yapım formatlarının da izler kitlenin değişimi ile beraber bir değişim göstermesini görünür kılmak bu çalışmanın amacıdır. Kullanıcıların bu interaktif dizide yaptığı seçimler, karşılıklı etkileşimin olup olmadığı, tutum ve beklentileri, empati yapmasını sağlayıp sağlamadığını, kendisini oyuncu ile özdeşleştirip özdeşlemediğini yorumlamak bu çalışmanın diğer bir amacıdır. Çalışma, hem dijital yayıncılığın belgesel filminin üzerindeki etkisi vasıtasıyla geçirdiği dönüşümü anlayabilmek hem de izler kitle alışkanlıklarının irdelenebilmesi ve konu hakkında yapılan çalışmaların az olması dolayısıyla önem arz etmektedir. Bu araştırmada, literatür taraması ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır.

Kuşak Kavramı

Kuşak kavramının tarihsel serüveni yazılı kaynaklar bağlamında irdelendiğinde, bazı bilim alanlarında konunun Antik Yunan'a, diğerlerinde ise Eski Mısır Uygarlığı'na kadar uzandığı bilinmektedir (Joshi vd., : 2011). Genellikle yirmi beş-otuz yıllık yaş gruplarını oluşturan kişiler grubu olarak tarifler yapılmakta, kuşak, jenerasyon ve nesil kelimeleri ile toplumbilim terimleri sözlüğünde ortaya koyulmaktadır. Tarih felsefesi ve kültür tarihinde "kuşak" terimi, daha önce net bir şekilde ayrılan bireylerin şimdi yeni bir anlayış ve yaşam duygusunda birleştiği, farklı şekillerde birleşen bir topluluk olarak tanımlanır. Ayrıca, aynı dönemde yaşayan ve benzer niteliklere

sahip insanlar tarafından oluşturulan grupları da ifade eder (www.tdkterim.gov.tr). Aynı tarihi, ekonomik ve toplumsal aksiyonlardan meydana gelen dönem aralıklarında doğan ya da belli bir toplumsal gruba ait kişiler için yapılan tanımlamalara kuşak (jenerasyon) denilmektedir.

Kuşaklar arasındaki sınıflandırma ve tarifler, farklılıkların göz önünde bulundurulması ve gelecek kuşakların güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Zaman içinde birçok olgu değişmiş ve yeni kavramların ve tanımlamaların ortaya çıkmasıyla birlikte bu sınıflandırmalar da güncellenmiştir. Söz konusu açıklamaların ışığında bu değişimler, hayatın çeşitli alanlarına da etki etmektedir. Toplumsal, kültürel, politik, eğitimsel, sosyal ve teknolojik alanlardaki değişimler, her yirmi yılda bir yeni bir neslin doğması ve bu neslin ortak istekleri, ihtiyaçları, tutkuları ve eylemleri ile birlikte şekillenmektedir. Kuşaklarla ilgili olarak ekonomi, demografi, siyaset bilimi, klinik psikoloji ve sosyoloji gibi çeşitli bilimsel disiplinler, 50 yıldan daha uzun bir süredir araştırılmaktadır (Alwin, McCammon, 2007: 219; Biggs, 2007: 695). Her neslin kendine özgü özellikleri, değerleri ve tutumları bulunmaktadır. Bu özelliklerin yanı sıra, her neslin güçlü ve zayıf yönleri de vardır. Her kuşak, yetiştiği dönemdeki toplumsal, kültürel ve teknolojik koşulların etkisi altında kendi karakteristik özellikleri, değerleri ve tutumlarıyla şekillenir. Bu nedenle, kuşaklar arasında

da farklılıklar görülmekte ve benzer doğum yıllarına sahip bireylerin ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu ortak özellikler, bireylerin hayatlarındaki önemli olaylara verdikleri tepkileri ve tutumları belirlemekte ve genellikle benzerlikler göstermektedir. Ancak her kuşak içerisinde de bireyler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle, kuşakları bir bütün olarak ele almak yerine, her bir bireyin kendi özellikleri ve deneyimleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi daha doğru olacaktır (Lower, 2008). Bu sebeple, aynı kuşaktan gelen bireyler, diğer kuşaklardan gelen bireylerden farklılaşabilirler. Aynı kuşaktan gelen bireyler için, sadece yaşanan yıllar değil aynı zamanda paylaşılan sosyal ve tarihsel olaylar da, kuşakların özelliklerini kalıcı bir şekilde etkiler (Sullivan vd., 2009: 290).

Her bir kuşak, buldukları zamanın özelliklerine bağlı olarak farklı karakteristik özellikler sergiler. Önceki kuşaklar, geleneksel değerlere ve geçmişe bağlılıklarını korurken, yeni kuşaklar daha yenilikçi bir tavır benimser ve değişime daha açıktır. Bu nedenle, kuşaklar arasında sürtüşmeler kaçınılmaz olur. Yirminci yüzyılda yaşanan hızlı toplumsal değişimler, kuşaklar arasındaki farklılıkları daha belirgin hale getirerek eski değerlerin ve yaşam tarzlarının değişmesine neden olmuştur. Birçok bilim insanı, kuşakları tarihsel zaman dilimleri içinde incelemiş ve farklı isimlerle sınıflandırmıştır (Williams ve Page 2011:2-8).

Tablo 1. Kuşaklar Tablosu

Sessiz Kuşak (Savaş Kuşağı–Silent Generation)	(1927-1945)
Büyük Bebek Patlaması (The Baby Boomers Generation)	(1946-1965)
X Kuşağı (Gen X–Baby Busters)	(1965-1979)
Y Kuşağı (Echo Boom–Millenials)	(1979-1999)
Z Kuşağı (Gen Z)	(2000 ve sonrası)

Bu konuda yapılan çalışmalar kesin bir farklılığı gösterememiş olsa da, bilinen bir gerçek var ki geçmişteki çalışanlardan farklı olarak yeni kuşak, otoriteye karşı sorgulayıcı bir tavır sergileme eğiliminde, daha fazla bilgiye ulaşmak istiyor, beklentileri ve ihtiyaçları farklılık gösteriyor ve kendine zaman ayırmayı önemsiyor (Sadullah, 2010: 7).

İletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi, kuşakların teknoloji kullanım alışkanlıklarına göre yeniden kategorize edilmesine sebep olmuştur. Teknoloji, toplumsal değişim ve gelişmenin öncü araçlarından biri olmuştur. Tarihsel olarak belirlenen kuşak tanımları, II. Dünya Savaşı'na kadar devam etmiştir. Ancak sonrasında, teknolojik gelişmelerin sosyolojik etkisiyle birlikte, önce X kuşağı, ardından Y kuşağı teknolojiye uyumlu olarak tanımlanmıştır. En son olarak ise, teknolojinin içinde doğan ve teknolojiyle büyüyen Z kuşağı tanımlanmıştır. Taşınabilir teknolojik cihazlar ve teknolojideki gelişmeler birçok kolaylık ve yenilik sağlamıştır. Bu dönemdeki hızlı değişimler, bir neslin teknolojiye doğumundan itibaren hemen aşına olmasına neden olurken, diğer bir neslin 20'li yaşlarına kadar teknolojiyle tanışmasını sağlamıştır. Kuşaklar, teknolojinin kullanım şekline göre yeniden tanımlanmıştır, ancak her kuşağın farklı kültür, felsefe ve alışkanlıkları vardır. Bu nedenle, kuşak çatışmaları yaşanmakta ve tüm sistemleri etkilemektedir. X kuşağı, internet teknolojisinin gelişmesinde önemli bir adım atmış ve ardından gelen Y kuşağı, önceki kuşağın kullandığı iletişim teknolojilerini en fazla kullanan kuşaklardan biri olmuştur. Teknoloji, Y kuşağının yaşam şeklini geliştirmiştir. X kuşağı, gençliğinde ankesörlü telefonlarla iletişim kurarken, Y kuşağı, cep telefonları sayesinde daha kolay iletişim kurma fırsatı elde etmiştir. Önceki kuşaklar gazetelerden ilk haberleri alırken, Y kuşağı akıllı telefonlar sayesinde hızlı ve anında gündemdeki haberleri takip edebilmiştir. Z kuşağı olarak adlandırılan günümüz çocukları ve gençleri ise dijital bir çevre içerisinde yetişmektedir. Bu üç kuşak ortak özellikleri olan teknolojik gelişmeler çerçevesinde yeniden tanımlanmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri kuşakların ağ toplumu olmasını sağlamıştır. Bu toplum içerisinde kuşaklar birbiriyle sürekli etkileşimde olmak istemekte, yakınsama sayesinde mobil cihazları ile gündelik işlerini tek bir

tıkla halledebilmektedir. Aynı zamanda takip ettiği dizi, film vb. içeriklere dijital platformlar sayesinde yer, zaman ve mekandan bağımsız kalarak erişebilmektedir. Bu bağlamda dijital yayıncılık ve interaktif belgeselleri incelemek gerekmektedir.

Dijital Yayıncılık ve İnteraktif Belgeseller

Sinemanın başlangıç yılları aynı zamanda belgesel yapımların da başlangıcını oluşturmaktadır. Teknolojideki mihenk taşı niteliğindeki tüm süreç, gelişmeler belgesel sinemanın başlangıç yıllarından beri büyük önem taşımaktadır. Teknolojiyle iç içe gelişen bir sanat dalı olan sinema yeni iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesiyle filmlerin tüm yapımlarında dönüşümlere, yeni anlatım formlarının oluşumuna yol açmaktadır. Bu değişimin içinde olan belgesel filmler de bu yeni anlatım formlarıyla evrilmiş ve şekillenmiştir.

Teknolojinin hayatımızın her alanına yayılması, iletişimin yaygınlaşmasına ve üretici ile tüketici arasındaki bilgi asimetrisinin ortadan kalkmasına neden olmuştur. Bu da geleneksel yayıncılık modellerine ek olarak yeni medya ürünlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Dijital gelişmelerin belgesel film endüstrisindeki etkilerine bakıldığında, özellikle üretim ve dağıtım sürecini etkileyen teknolojilerin ön plana çıktığı görülmektedir (Sorensen, 2008: 49). Görece ucuz dijital teknolojiler belgesel üretime ilgi duyan kişilerin sayısını ve çeşitliliğini arttırmıştır. Bu da film yapımcıları, aktivistler, yenilikçiler ve girişimciler gibi farklı kesimlerin belgesel yapımına dahil olmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca dijital teknolojiler, belgesel yapımlar için yeni platformlar sağlayarak dağıtım ve sergileme açısından da önemli bir rol oynamaktadır. Bu sayede, seyirci kitlesine erişmek için geleneksel iletişim kanallarına ihtiyaç kalmamaktadır.

Medyanın dijitalleşme süreci 21. yüzyılın başlarında başlamış ve bu süreç belgesel türünü de etkilemiştir. Belgeseller, dijital medya çağında sadece gerçekliği yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda yeni bir gezinme ve etkileşim deneyimi sunan bir araç haline gelmiştir (Castells, 2011: 367). Teknolojideki gelişmeler sayesinde, seyircilerin tüketim alışkanlıkları da değişmiştir. Yeni ve uygun maliyetli plat-

formlar, belgesel izleme deneyimini çeşitlendirmiş ve bilinçli bir izleyici kitlesinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca belgeseller, sadece eğlence amaçlı üretimlerin dışına çıkarak politik duruşlarıyla da meydan okumaya başlamıştır. Bu sayede, belgeseller sadece birer eğlence aracı olmaktan çıkıp, toplumsal ve siyasal konulara dair derinlemesine bir bakış sunan önemli bir araç haline gelmeye başlamıştır (Vicente, 2008: 271-272).

Yaşanan teknolojik gelişmelerle mecra değişikliği yapan belgesel sinema anlatısı, günümüzde interaktif belgesel (i-docs), çizgisel olmayan belgesel, gibi isimlerle bilinen yeni bir belgesel tür anlatısının özelliklerini benimseyen yapıya evrilmektedir. İnteraktif belgeseller giderek artan bir kitleyi etkilemekte ve akademik araştırmalarda interaktif belgeseller vasıtasıyla izleyici "kullanıcı" etkileşimine odaklanmaktadır.

Belgesel film endüstrisi, ticari belgesellerle birlikte geleneksel ve interaktif belgesellerin üretildiği bir alandır. Bu belgeseller, politik, toplumsal veya insani konulara odaklanarak ve yakın geçmişteki tarihi olayları ele alarak izleyicileri bilgilendirmeyi ve etkilemeyi amaçlar. Ticari amaçlı belgeseller piyasada yaygın olsa da, belgesel film yapımcıları hala ticari olmayan belgeseller de üretmektedirler. Bu belgeseller, sadece seyircileri bilgilendirmekle kalmayıp, aynı zamanda düşündürmeyi, tartışmaya açmayı ve farkındalık yaratmayı hedefleyen birçok farklı amaç taşımaktadırlar.

Yeni medya, etkileşim imkanı sunarak interaktif bir deneyim sağlar. Bu terim, bireyselleştirilmiş medya kullanımı, daha fazla kullanıcı seçimi, medya metinleriyle daha güçlü bir kullanıcı katılımı hissi, bilgi kaynaklarıyla daha bağımsız bir ilişki anlamına gelir. Manovich'in "Yeni Medyanın Dili" kitabında sıraladığı sayısal temsil, modülerlik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi gibi prensipler, interaktifliği ikinci planda değerlendiren bir yaklaşım sunar (2001: 70). Lister ve meslektaşları (2009) ise "Yeni Medya: Eleştirel Bir Giriş" adlı kitaplarında, dijital, interaktiflik, hipermetinsel, sanal ve simülasyon kavramlarına odaklanarak yeni medyanın karakteristik özelliklerini belirlemeye çalışmıştır. İnteraktiflik, yeni medyanın en önemli katma değer

özelliklerinden biridir (Lister: 2009). İletişim sürecindeki gönderici-mesaj-alıcı modeline karşılık, yeni medya vasıtasıyla kullanıcılar aktif kontrol, iki yönlü iletişim ve eşzamanlılık gibi üç boyutta değerlendirilebilen bir interaktif deneyim yaşarlar. Bu sürecin hızlı ve kolay gerçekleşmesinin temel sebebi interaktifliktir (Kuruoğlu ve Akçora, 2017).

İnternet, birbirine bağlı bir içerik platformudur ve paralel olmayan ve doğrusal olmayan bir yapıya sahiptir. Kullanıcılar, bu yapıyı kontrol ederek bilgi akışını özelleştirebilir ve farklı konulardaki içeriklere anında ulaşabilirler. Bu şekilde, kullanıcılar aktif kontrol yeteneğine sahip olurlar ve deneyimlerini doğrudan etkileyebilirler. İki yönlü iletişim, kullanıcılar arasındaki karşılıklı etkileşimi ifade etmek için kullanılır. İnternet sayesinde, geri bildirim verme ve alma imkanı, farklı anlamlar kazanmıştır. Eşzamanlılık, kullanıcılara aynı anda bilgiye erişim, paylaşım, yorum yapma ve cevap alma hakkı tanır. Bu sayede, kullanıcılar hızlı ve etkileşimli bir deneyim yaşayabilirler (Liu ve Shrum, 2002: 54-55).

Jensen (1998) makalesinde, kullanıcıların interaktiflik sayesinde film anlatısını yönlendirebildiğini ve bu özellik sayesinde film kurgularının izleyiciler tarafından yaratıldığını belirtmektedir. Doğrusal olmayan yapısı nedeniyle, film izleme deneyimi artık daha özelleştirilebilir hale gelmektedir. Ayrıca, özelleştirmeye birlikte, interaktif belgesel filmler gibi özelleştirilmiş yapıtların 2000'li yıllarda ortaya çıktığı ve bu konuda önemli adımlar atıldığı belirtilmektedir. Jensen, medya ve iletişim çalışmalarında interaktifliğin önemi- ne vurgu yapmaktadır ve bu alanda yapılan araştırmaların giderek arttığını ifade etmektedir.

İnteraktif belgeseller, artık sadece film ve eğlence endüstrisi için değil, aynı zamanda politikacılar ve sivil toplum kuruluşları tarafından da desteklenmektedir. Bu belgeseller, internet üzerinden yapılan etkileşimli bir şekilde sivil bireysel katılımın yeniden düzenlenmesinde ve yaratılmasında yeni fırsatlar sunmaktadır (Selva ve Escolar, 2016: 579). İnteraktif belgesellerin tanımı ve karakteristik özellikleri, geleneksel belgesel anlatısının doğrusal yapısından farklıdır. Bu belgeseller, dijital bir destek kullanımı ve iz-

leyici katılımıyla özelleştirilebilir ve etkileşimli hale getirilebilirler.

İnteraktif belgesel, dijital teknoloji kullanılarak çekilmiş ve web üzerinden dağıtımı yapılan bir belgesel türüdür. Fakat bazı dijital belgeseller de yanlışlıkla interaktif belgesel olarak adlandırılmaktadır. Gaudenzi'ye göre, doğrusal bir belgesel (linear documentary) dijital bir belgesel olabilir ancak interaktif belgesel değildir (Gaudenzi, 2013: 26). Kim (2014) de Gaudenzi'yi destekleyerek, doğrusal ve interaktif belgesel arasındaki temel farkın, analogdan dijitale geçiş değil, doğrusal bir anlatı tarzından interaktif bir anlatı tarzına geçiş olduğunu ifade etmektedir.

Hem doğrusal hem de interaktif belgeseller gerçeklerle diyalog kurmayı amaçlamaktadır ve farklı medya kullanarak farklı ürünler yaratmaktadır. Ancak interaktif belgesel, içerik üreticileri için bir fırsat sunarak kullanıcının bilişsel ve zamansal deneyimlerini artırabilir. Kullanıcılar, belgeselin içeriğine etkileşimli olarak katılabilir ve belgeseli kendi hızlarında ve tercihlerine göre keşfedebilirler. Böylece, interaktif belgesel, diğer belgesel türleri ile karıştırılmamalı ve kendi özellikleriyle anlaşılmalıdır.

Etkileşimli belgeseller, seyircilerin artık "kullanıcı" olarak kabul edildiği ve filmin yüzeyinde gezinerek etkileşimde bulunduğu bir belgesel türüdür. Bu gezinme esnasında, kullanıcının davranışlarına göre hikaye doğrusal olmayan bir şekilde ortaya çıkar (Ocak, 2014). Kişiselleştirilmiş medya tüketimi, daha fazla seçenek sunma, güçlü bir kullanıcı katılımı hissi ve bilgi kaynaklarına daha bağımsız bir erişim sağlama anlamına gelir (Lister, 2009).

İnteraktif belgeseller, izleyicilerin artık "kullanıcı" olduğu ve filmin yüzeyinde gezinerek etkileşim kurduğu bir belgesel türüdür. Bu gezinme sırasında, kullanıcı davranışlarına bağlı olarak hikâye doğrusal olmayan bir biçimde ortaya çıkar (Ocak, 2014). Bireyselleştirilmiş medya kullanımı, daha fazla seçenek şansı, güçlü bir kullanıcı katılımı hissi ve bilgi kaynaklarıyla daha bağımsız bir ilişki anlamına gelir (Lister, 2009).

İnteraktif belgeselin "etkileşim" kısmı, çevrimiçi ve çevrimdışı kaynakların birleştirilme-

sini içerir. Kullanıcılar, belgeselin bir parçası olarak bir dizi eylemde bulunarak katılabilirler (Harvey, 2012: 190). Bu belgesel türü, izleyicileri yaratıcı ve ortak çalışan konumuna yükseltir. İzleyiciler, kendi hikayelerini kısa videolar çekerek belgesele aktarabilir ve belgeselin anlatısına dahil olabilirler. Bu şekilde, belgesel filmin estetik formlarında yenilenmeler devam eder.

İnteraktif belgeseller, geleneksel belgesel formatlarından farklı olarak, izleyicilerin daha aktif bir rol üstlenmesine olanak tanır. İzleyiciler, belgeselin içeriğine katkıda bulunarak hikayenin gidişatını etkileyebilirler. Bu, interaktif belgeselin, diğer belgesel türlerinden ayrılan özelliklerinden biridir.

Harvey (2012) tarafından belirtildiği üzere, interaktif belgeseller geleneksel belgesellerden dört farklı özellikte ayrılmaktadır:

İlk özellik olan «yazarlık», interaktif belgesel için tek bir yazarın veya yaratıcı ekibin varlığına ihtiyaç olmadığını ifade eder.

İkinci özellik olan «doğrusal olmama», izleyicinin birden fazla hikayeyi eşzamanlı olarak takip edebileceği anlamına gelir. Geleneksel belgesellerde olduğu gibi, interaktif belgesellerde de giriş, gelişme ve sonuç bölümleri belirli bir sıraya göre sunulmak zorunda değildir ve izleyicinin seçimleri sonucunda belgeselde farklı bir yol izlenebilir.

Üçüncü özellik olan «aktif görme», interaktif belgesel için oldukça önemlidir. Kullanıcının, belgeselin içeriği ve yapısı hakkında seçimler yaparak sürekli olarak katkıda bulunması beklenir. Bu sayede, belgesel izleyicinin etkileşimli bir deneyim yaşamasına imkân tanır.

Son olarak, "gerçeğe ilişkin beklentiler" özelliği, interaktif belgesellerin genellikle kültürel veya sosyal gerçekleri ele alan bir perspektif sunar ve izleyiciye farklı sorular sorar (Harvey, 2012: 191-192).

Bu özellikler, interaktif belgesel türünün geleneksel belgesel türünden ayrıldığını ve izleyiciye etkileşimli bir deneyim sunan bir belgesel türü olduğunu ortaya koymaktadır.

You vs Wild - Doğaya Karşı Mücadele

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, izlediğimiz filmleri yönlendirebileceğimiz ve sonunu değiştirebileceğimiz interaktif yapımların ortaya çıkması değişim sürecini hızlandırmaktadır. *Bandersnatch*, Netflix'in ürettiği ilk interaktif yapımdır, ancak başarısıyla dikkat çeken bir yapımdır. Bu başarının ardından, Netflix, uzun yıllardır Discovery Channel'da yayınlanan ve maceraperest Bear Grylls ile tanınan *Man vs. Wild* belgesel serisine odaklanan yeni interaktif dizisi *You vs. Wild*'i piyasaya sürdü. Dizi, dünyanın en zorlu ve çeşitli bölgelerinde hayatta kalmaya ve çeşitli görevleri tamamlamaya çalışan bir tema üzerine kuruludur.

You vs. Wild'da, kullanıcılara zehirlenme, bir aslanla mücadele, bir uçurumdan atlamak gibi çeşitli seçenekler sunularak, Bear Grylls'in hayatta kalma ve görevlerini tamamlama mücadelesinde karar verme yetkisi verilir. Hatalı kararlar, gelecekte büyük sorunlara neden olabileceği için, kullanıcıların aldığı kararlar gerçekten çok önemlidir. Dizi, bir hikayeye bağlı olarak ilerler ve her bölüm ortalama 20-25 dakika sürmektedir. Bölümler genellikle 2 bölüm sürer ve seçimler kullanıcının olayların akışını belirler.

Doğaya Karşı Mücadele Bölümleri :

1. Bölüm : *Ormanda Kurtarma Operasyonu - Kısım 1*
2. Bölüm : *Ormanda Kurtarma Operasyonu - Kısım 2*
3. Bölüm : *St. Bernard'ı Aramak*
4. Bölüm : *Karlı Dağda Kaybolmak*
5. Bölüm : *Zehirli Macera - Kısım 1*
6. Bölüm : *Zehirli Macera - Kısım 2*
7. Bölüm : *Ejderhalar Diyarı*
8. Bölüm : *Terk Edilmiş Maden Efsanesi*

14 dakikadan oluşan bu yapımın ilk bölümünde çocuklara malarya aşılırları ulaştırmakla görevli kaybolan bir doktorun ormanda acil bir şekilde kurtarılmasını anlatmaktadır. Kadının kurtarılma sürecinde Bear Grylls'e yardım etmek kullanıcının amacı olmaktadır. Yanlış

seçimler ve doğru seçimler için, yani alternatif senaryolar için ekstra sahneler çekilmiştir. İkinci bölümde yine ormanda kurtarma operasyonu başlığı altında olmasına rağmen görev değişmektedir. 20 dakikalık maceradan oluşan bu bölümde Bear'ın Orta Amerika'daki sık ormanda 43 kilometre yol alarak ücra bir köye ilaç götürmesi gerekmektedir. Ancak doğru kullanıcı seçimleri olmadan Bear oraya ulaşamamaktadır. St. Bernard'ı aramak başlığı olan 26 dakikalık üçüncü bölümde Bear İsviçre Alplerinde kaybolan bir kurtarma köpeğini bulmak için boyunu aşan kar, derin yarıklar, çığ vd. tehlikelerle karşılaşmaktadır. Devamında ise 18 dakikalık olan dördüncü bölüm de karlı dağda kayıp olan Bear yardım ulaşana kadar İsviçre Alplerindeki buz gibi bir dağ geçidinde 24 saat boyunca hayatta kalmak zorunda olmaktadır. Tam burada karar kullanıcıda "olduğu yerde mi beklesin", "hareket mi etsin"? Bu interaktif belgeselde bir ses olarak anlatıcıda bulunmaktadır. Ancak Bear kendisi de her seçim öncesi seçenekleri sunduğunda biraz kullanıcıyı manipüle ederek, seçimleri gereken seçeneğe yönlendirmektedir. Ancak yine de diğeri seçildiğinde mahsur kaldığında veya başka bir durum olduğunda kurtarma ekibi çağrılarak yeniden geri giderek seçim yeniden yapılabilir.

Dizideki karakterimizin ana amacı her koşulda hayatta kalarak yardıma ihtiyacı olan kişilere veya olaylara katkıda bulunmaktır. Her bir bölümün amacı net bir şekilde belirtilmektedir. Seçimler bölümlere göre değişmektedir. Kimisinde sarmaşık veya ipe atlamak, kimisinde yemek olarak kurbağa yumurtası, salyangoz, karınca yemek veya balık tutmak gibi seçimler istenmektedir. Bear kullanıcıya "Burada yetki sizde, bu yolculukta benimlesiniz. Eğer doğru seçimleri yapmazsanız benim için iyi sonuçlanmayabilir." "Benim maceram size bağlı." gibi konuşmalara da yer vermektedir. Bunun sonucunda karar veren izleyici kendisini Bear'ın yerine koyar karar verir ve Bear'ı yardım edeceği biri olarak algılayarak, duygusal bağ ve empati duygunun oluşmasını sağlar. Seçilen bölümün açılıp izlenebilir olması, maceralar arasında serbestçe geçiş yapılabilmesine olanak tanıdığından dolayı, anlatımda doğrusal bir yapı yoktur. İzleyicinin isteği doğrultusunda müdahale edebilmesi, bölümlerin değişken sürelerinin yanı sıra anlatımın dinamik bir hal almasını sağlamak-

tadır. Dizide (interaktif belgesel) gösterilen harita vasıtasıyla Bear'ın olduğu nokta ve gitmesi gereken yerler görülebilmektedir. Dolayısıyla "You vs Wild" geleneksel anlatım özelliklerini barındırmamaktadır.

Yöntem

Araştırma, nitel veri toplama tekniklerine dayalıdır ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, ürün ya da çıktılarından daha çok süreçlere odaklanmaktadır. Bu nedenle, nitel araştırmalarda anlamlar büyük önem taşımaktadır (Merriam, 1988, Akt. Yılmaz ve Altinkurt, 2011). Yarı yapılandırılmış görüşmeler, belirli bir standartlığı ve esnekliği nedeniyle araştırmacılara yardımcı olmakta ve yazılı ya da doldurulabilir anketlerin sınırlılıklarını ortadan kaldırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Bu nedenle, araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, tamamen yapılandırılmış görüşmeler kadar katı değildir ve yapılandırılmamış görüşmeler kadar esnek de değildir. Araştırmacılara bu esnekliği sağlamak için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Makale hazırlama sürecinde, görüşme yöntemi dışında literatür taraması da yapılmıştır.

Bu çalışmada Z kuşağı, dijital yayıncılığın etkisi altındaki belgesel film formatının izleyici alışkanlıklarına olan etkisini incelemek için ele alınmıştır. Z kuşağı, dijital teknolojilerin doğal bir parçasıdır ve diğer kuşaklardan farklı olarak dijital dünyaya erişimleri daha erken başlamış ve bu teknolojileri daha sık kullanmaktadırlar, dolayısıyla Z kuşağının teknoloji ile doğduğunu yeni ge-

lişmelere daha yatkın oldukları da aşıkardır. Bu sebeplerle Z kuşağı ele alınmıştır. Ayrıca, Z kuşağı izleyicilerin belgesel filmlere nasıl yaklaştıklarını anlamak, dijital teknolojilerin belgesel film formatına olan etkisini de daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

Araştırmanın verileri 10.9.2022 ve 01.10.2022 tarihlerinde 5 (beş) Türkiye vatandaşı ile interaktif belgesel, etkileşim, empati, sahneler ve maceralar gibi birçok konu hakkında yapılan yarı yapılandırılmış, görüşme ile sınırlandırılmış ve görüşme sonrası toplanan veriler nitel veri analizi yöntemiyle analiz edilerek, Z kuşağının kullanıcısı olduğu *You vs Wild* (Doğaya Karşı Mücadele) adlı interaktif belgeselden (dizi) aldıkları mesaj ve gösterdikleri tutumlar saptanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın çalışma grubu seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme yöntemi, örneklemin, belirlenmiş niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan oluşturulmasını içermektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009). Bu çalışmada, uygulamanın yapılacağı bireylerin seçiminde araştırmacı tarafından belirlenen temel ölçüt, kişilerin "You vs Wild (Doğaya Karşı Mücadele)" interaktif belgeselini izlemiş olmalarıdır.

Katılımcıların gizliliği korunmuş olup, görüşleri isimleri verilmeden kodlanarak aktarılmıştır. Her bir katılımcıya "A1, A2, A3, A4 ve A5" şeklinde numaralar verilerek kodlanmıştır. Araştırmanın bu kısmında, görüşme formunda yer alan veriler gruplanarak bulgular sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri					
	A1	A2	A3	A4	A5
Milliyeti	Türkiye Cumhuriyeti	Türkiye Cumhuriyeti	Türkiye Cumhuriyeti	Türkiye Cumhuriyeti	Türkiye Cumhuriyeti
Cinsiyet	Erkek	Kadın	Erkek	Erkek	Kadın
Yaş	19	22	23	18	21
Medeni Durum	Bekar	Bekar	Evli	Bekar	Bekar
Eğitim Düzeyi	Lise	Ortaöğretim	Lisans	Lise	Lise
Mesleği	Kurye	Garson	Kasiyer	Öğrenci	Öğrenci

Araştırmanın veri toplama aşamasında, karşılaştırmalı sonuçlar elde etmek amacıyla yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme sorularının hazırlanması aşamasında, soruların kolaylıkla anlaşılabilir, çok boyutlu olmayan ve yanıtlayıcıları yönlendirmeyen şekilde formüle edilmesine özen gösterilmiştir (Bogdan ve Biklen, 1992; Akt. Yılmaz ve Altinkurt, 2011). Görüşme formunda, araştırma soruları interaktif belgesel filmi kullanıcıları için geliştirilmiş, "interaktif belgesel, etkileşim, empati, özdeşleştirme, sanatsal olarak yorumlama, macera konusu, gerçeklik hissi ve bu belgeseli (diziyi) gelecekte yeniden deneyimlemek ister mi" gibi konular ile ilgili düşünceleri ele alan sorular bulunmaktadır. Kişilerin yaptığı ek bildirimler de not alınarak sonuca ulaşmak için kullanılmıştır. Araştırmanın dış geçerliliğinin güçlendirilmesi için, araştırma süreci ve bu süreçte gerçekleştirilen işlemler detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Bulgular

Araştırma verilerinin analizi için betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri tercih edilmiştir. Betimsel analiz tekniği, görüşülen bireylerin verilerinin önceden belirlenen temalar doğrultusunda özetlenerek yorumlandığı ve sonuçların neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde yorumlandığı bir analiz yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Bu analiz tekniği, üç adımda gerçekleştirilir: Verilerin azaltılması,

verilerin sunumu ve sonuç çıkarma ve doğrulama (Türnüklü, 2000). Verilerin sunumunda, çarpıcılık (farklı görüş), açıklayıcılık (temaya uygunluk), çeşitlilik ve uç örnekler ölçütleri dikkate alınarak alıntılar seçilmiştir (Unver, Bümen ve Başbay, 2010). Elde edilen veriler öncelikle kodlanmış ve ardından betimsel ve içerik analizleri yapılmıştır. İçerik analizi sırasında, kodlayıcılar arasında tutarlılığı sağlamak için güvenilirlik hesaplamaları yapılmıştır. Bu yöntemler, araştırmanın dış geçerliliğini artırmaya yönelik bir yaklaşımı yansıtmaktadır.

Görüşme dökümlerinin yazım işlemleri tamamlandıktan sonra, görüşme sorularına dayalı olarak görüşme kodlama anahtarları hazırlanmıştır. Değerlendirme, görüşmecilerin görüşüne uygun bulunan seçeneğin ilgili görüşme kodlama anahtarına işaretlenmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Her sorunun yanıtı tek tek incelenerek karşılaştırılmış ve görüşme kodlama anahtarlarına son biçimleri verilmeden önce, görüşme kodlama anahtarındaki cevapların tutarlılığı kontrol edilmiştir. Araştırmacılar, her katılımcıya ait görüşme dökümü formunu ayrı ayrı okuyarak, ilgili görüşme kodlama anahtarındaki soruların cevaplarını söylemişlerdir.

Verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan temalar Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Temalar
İnteraktif belgesel konseptine yönelik görüşler
Geleneksel belgeselle interaktif belgesel arasında tercih
Seçimler yoluyla maceranın parçası olma ve kahramanla özdeşleşmeye ilişkin görüşler
Seçimler yaparken senaryonun yaptığı yönlendirmelere (manipülasyonlara) ilişkin görüşler
Görüntüler ve çekime yönelik görüşler
Kullanıcı seçimler yaparken güdülen gerçek (gizli) amaçlara yönelik görüşler
Dünyadaki en çetin yerlerde hayatta kalmasına, başarıya ulaşmasına ve görevleri tamamlamasına alışılmış olan Bear Grylls'in bu senaryodaki konumunun inandırıcılığına yönelik görüşler
Konu / senaryo/ kurguya yönelik görüşler
Netflix'in bu tür içerikler üretmesine dair görüşler
Bu interaktif belgeselin (dizinin) gelecek sezonunu izlemeye istekli olma /olmama durumuna ilişkin görüşler

İnteraktif Belgesel Konseptine Yönelik Görüşler

Bu amaç doğrultusunda görüşme formundaki soru, "İnteraktif belgesel konsepti hakkında neler söyleyebilirsiniz" şeklindedir. Yanıtların analizi sonucunda katılımcıların tamamının interaktif belgesel hakkında konuya hakim olmadıkları gözlemlenmiştir. A1: "Güzel bir fikir. İzleyicinin maceranın içine katılmasını sağlıyor" diye ifade ederken A2, A3: "Enteresan, ilk defa karşılaştım ve baya ilginç buldum, güzel bir deneyim sağlıyor. A4: "Görünen o ki, çok fazla emek harcanmış bir iş. Gerçek bir insan olarak oradaki görevleri yapıyor, ki bu gerçekten çok önemli olay gibi yanıtlar verilmiştir.

Bear gidip kurbağa yumurtasını yiyor mesela ki, bu gerçekten zor. Bu interaktif belgeseli (diziyi) iyi ve ya kötü olarak değerlendirmeyeceğim, çünkü gerçekten emek harcanarak yapılmış bir iş ve yapanları çok takdir ediyorum" ifade etmiştir. A5: "İlginç bir deneyim sağlıyor".

A1, A2, A3, A4 ve A5 kodlu katılımcıların tamamı interaktif belgesel konseptine hâkim olmakla birlikte, A1, A2, A3 ve A5 kodlu katılımcılar bu konseptte ılımlı bir yaklaşım sergilemiştir. A4 kodlu katılımcı ortaya konan emeğe saygı duymaktadır ancak olumlu ya da olumsuz bir fikir beyanında bulunmamışlardır.

Görüşme formunda katılımcılara: "Geleneksel belgesel mi yoksa interaktif belgesel mi tercih ediyorsunuz?" sorusu sorulmuştur.

A1, A5: "Deneyimlemek için interaktif güzel seçenek, ama belgeselde asıl amaç bilgi edinmek olduğundan geleneksel belgeselin yerini tutmaz bence". A2: "İnteraktif belgeseli tercih ediyorum. Seçim yapmak, kendi tercihini deneyimlemek harika bir duygu". A3: "Zor bir soru. Karşılaştırmalı olarak düşünürsek interaktif belgesel daha anlamlı geliyor. Ama bilgi almak bağlamında yaklaştığın zaman geleneksel belgesel daha akıllıca geliyor".

A4: "Geleneksel belgesel izleyen biri olarak herhalde geleneksel belgesel tercih ederim. Çünkü interaktif belgesel güzel olsa bile işin için de kurgu var. Doğa belgesellerinden yola çıkarak geleneksel belgesel daha doğal,

kontrol edilemeyen olaylar ortaya çıkıyor. Çekim, ekip vs. aylarca ortamı gözlemleyip şans eseri kare yakalıyorlar. Doğa ile bütünleşiyor, onu hissediyorsun. Ancak interaktif belgesel kontrole ve kurguya dayalı, hafif da bir yapmacılık var. Kişinin tepkileri ne kadar gerçek ve samimi de olsa yine de bir kurgu var. Bu sebepten dolayı ben gerçekliği tercih ediyorum". A5: "Farklı türler. Karşılaştırmak veya tercih yapmak zorunda değiliz. Tercih ettiğim konuyla ilgili interaktif belgesel ise onu, değil geleneksel belgeselse onu izlerim".

A1, A5 ve A4 kodlu katılımcılar geleneksel belgeseli tercih etmiştir, bu gruptan A1 ve A5 kodlu katılımcılar interaktif belgeselin güzel bir alternatif olduğunu düşünürken A4 kodlu katılımcı doğal bir oluşumun kontrol dışı ve kurgu içeren bir biçimde oluşturulmamasını tercih ettiğini belirtmiştir. A2 kodlu katılımcı, tamamen interaktif belgeseli tercih ederken, A3 kodlu katılımcı her iki belgesel türüne de eşit yakınlık göstermiştir.

Seçimler Yoluyla Maceranın Parçası Olma ve Kahramanla Özdeşleşmeye İlişkin Görüşler

A1: "Burada tabii belgeselden çıkıyor, kurguya giriyor. Kahramanla özdeşleşmek, maceranın parçası olmak anlamında güzel, ama macera izlerken insan aslında kahramanın yapacaklarını tahmin etmek, sonradan da şaşırtılmak ister. O tarafı da eksik kalıyor sanki" diye ifade etti. A2, A3: "İnteraktif belgeseldeki kahramanı kendim olarak düşünüyorum. Ben olsam ne yapardım, nasıl yapardım diye düşünüp seçim yapıyorum". A4: "Hem biriyle özdeşleşiyorsun, hem de seçtiğin şeyi yapıyor, kendince maceraya atılıyorsun ki bu interaktif belgesel güzel yapıyor. Hani aldığın kararlara göre de sonuçlarıyla yüzleşiyorsun. Heyecan verici bir durum bu. O kişi sen oluyorsun, acaba doğru çıktı mı, acaba ben bunu yaparsam doğru çıkar mıydı, vs. gibi" ifade etti. A5: "Seçimler yaparken kendini kahramanla özdeşleştirmezsen seçim yapamazsın. Kendini kahramanın yerine koyarak seçim yapıyorum".

A1 ve A4 kodlu katılımcılar maceranın parçası olmanın heyecan verici olduğu hususunda hem fikirlidir. A2, A3 ve A4 kodlu katılımcılar ise kahramanla özdeşleşerek seçimleri kendilerinin yapmaları konusuna ağırlık vermişlerdir.

Seçimler Yaparken Senaryonun Yaptığı Yönlendirmelere (Manipülasyonlara) İlişkin Görüşler

A1: "Olmaması daha iyi olur. İşin doğallığını kaçırıyor, ancak var". A2: "Yönlendirmeler var, ancak bazen bu yönlendirmeler hedefe ulaşmak için değil, aksine tuzağa, kayıp etmeye doğru da oluyor ki, bu da yine seçime geri dönmemize sebep oluyor". A3: "Seçimler yaparken ben olsam diye karar veriyorsun, mesela bu karar, seçim illa da doğru olmalı diye bir şey yok. Veya verdiğim karar interaktif belgeselle uyuşmadığı için farklı sonuç ola biliyor. Manipüle ettiğini düşünmüyorum". A4: "Bear istemeden manipülasyon yapıyor. Bu da normal. Kurbağa yumurtasındaki seçimden bahis etmek istiyorum. Yemek yemesi gerektiğini belirtiyor. Sonrasında seçim sunuyor: Kurbağa yumurtası mı yoksa balık mı tutayım.

Kurbağa yumurtası söylediği an kişinin yüzünde ekşime ifadesi belirmişti. Kişinin bunu kontrol etmesi mümkün değil. Sonuçta gerçeğe yakın bir çekim yapmaya çalışmışlar. Her ne kadar kurgu olsa da gerçek olması için durumlar, ifadeler, tepkiler gerçek. Ve, evet, manipülasyon var". A5: "Evet var, manipülasyon olmaması sanki mümkün değil, sonuçta kurgu var içinde. Doğru seçimler yapılması için bazı konuları detaylıca anlatıyor".

A1 kodlu katılımcı senaryo yönlendirmelerinin varlığına dikkat çekmiştir ve bu yönlendirmelere karşı olumsuz bir tepki vermiştir ancak bunun tam aksine A3 kodlu katılımcı bu tür manipülasyonların olmadığını savunmuştur. A1 ve A4 kodlu katılımcıların ikisi de bu manipülasyonların bariz olduğu hususunda hem fikir olmuştur. A2 kodlu katılımcı bu yönlendirmelere ılımlı-nötr bir yaklaşım sergilemiştir. A4 ve A5 kodlu katılımcılar çoğunlukta bu yönlendirmelerin, interaktif belgeselin doğası gereği kurguya dayanması sebebiyle normal yaklaşmıştır.

Görüntüler ve Çekime Yönelik Görüşler

A1, A3: "Çekimler başarılı". A2: "Görsel güzellikler ve aksiyonu iyi veriyor". A4: "Çekimler çok kaliteli, hatta biraz fazla. Bazılarının bu gerçek değil diye düşünmeleri normal. Çünkü fazlasıyla kamera var. Böyle olması adamın arkasında büyük bir ekibin olduğunu düşü-

nüyorsunuz. Mesela böyle bir ekiple, adamın karşısına bir ayı çıkarsa kişiye zarar gelmeden o ayıyı yok ederler, bundan kurtulur böylece. Ama mesela kişi sarmaşıkla atlayış yaparak karşı tarafa geçecek onda mesela her ne kadar önlem alsalar bile riskli bir olay. Düşüp düşemeyeceğini bilemeden seçim yaptım, düştü, bileğine zarar verdi ve kanamayı gördük". A5: "Çekimler fazla başarılı. Çok büyük ekibin olmasını his etmek bazen gerçeklik hissini kayıp etmeme sebep oluyor".

Bütün katılımcılar çekimleri oldukça başarılı bulmuştur ancak bununla birlikte A4 ve A5 kodlu katılımcılar bu kadar kaliteli çekimlerin arkasında büyük bir ekibin bulunduğu ve bu kaliteli kurgunun gerçeklik sorgulayışına sebebiyet verebileceği hususlarına değinmişlerdir.

Kullanıcı Seçimler Yaparken Güdülen Gerçek (Gizli) Amaçlara Yönelik Görüşler

A1: "Burada izleyici kahramanı zor duruma sokup ne yapacağını merak edebilir. Veya birkaç kere izleyip farklı seçimler yapabilir. Bu anlamda eğlence katıyor deneyime". A2, A3: "Hedefe varmak için karar veriyorum. Orada genelde bir hedef, gaye oluyor. O gayeye ulaşmak doğrultusunda seçimler yapıyorum. Yani görevi tamamlamaya yönelik seçimler yapıyorum". A4: "Mantıklı olanı kendim açısından seçim yapıyorum. Bezende kişinin sırf tepkisini göre bilmek için daha kötü, gereksiz olanı mesela kurbağa yumurtasını yerken yüzünü görmek gibi". A5: "Bazen oyunu kazanmak adına, bazen de bende uyandırdığı merak göre seçim yapıyorum, acaba ne olacak diye".

A1 kodlu katılımcı merak unsuruna yönelik kahramana seçimler yaptırılabilmesinin altını çizmiştir, A4 ve A5 kodlu katılımcılar da bu unsura değinmiştir. Bunun yanı sıra, A2 ve A3 kodlu katılımcılar meraktan ziyade başarılı bir sonuca varma güdüsü ile seçimler yaptıklarını belirttiler.

Dünyadaki En Çetin Yerlerde Hayatta Kalmasına, Başarıya Ulaşmasına ve Görevleri Tamamlamasına Alışılmış Olan Bear Grylls'in Bu Senaryodaki Konumunun İnandırıcılığına Yönelik Görüşler

A1,A2, A3, A5: "Kahramanı tanımadığım için yorum yapamıyorum". A4: "Birbirleri ile benzer. Bear'ın bir yeteneği var ki, her şeyi yapmaya hazır. Bear'ın arkasında ekip olsa bile riskleri kendisi alıyor ve hayata geçiriyor, uyguluyor. Bu aşamada bir fark göremiyorum, sadece burada seçim yapı biliyorsun. İnanırcılığı da aynı".

Katılımcıların çoğu Bear Grylls'in senaryodaki konumunun inandırıcılığına yönelik bir yorumda bulunamamıştır. Ancak A4 kodlu katılımcı inandırıcılığın geleneksel belgesellerle eşdeğer seviyede olduğunu belirtmiştir.

Konu / Senaryo/ Kurguya Yönelik Görüşler

A1, A2, A3: "Konu ve kurgu güzel. İnteraktifte yaratıcılık daha da artabilir".

A4: "Çok güzel yazılmış, planlanmış bir iş. Bu işte Bears da bir katkısı olduğunu düşünüyorum, öyle yaparım, böyle yaparım gibi. Olayın ormanda geçmesi, hayatta kalma gibi konuların seçilmesi güzel, heyecanlı olmuş. İnsanları doğa ile mücadele konularını seviyor". A5: "Daha farklı konuları ele almasını daha çok tercih ederim. Mesela sanatla ilgili".

Katılımcılara konu, senaryo ve kurgu üçgenine yönelik görüşleri sorulduğunda A1, A2, A3 kodlu katılımcılar interaktif belgeseldeki kalitenin güzel olması ile birlikte yaratıcılık seviyesinin arttırılmasını istemiştir. A4 kodlu katılımcı bir bütün olarak yeterli seviyede görmüş olup, A5 kodlu katılımcı belgesel içerisinde sanat gibi unsurların da ele alınmasının hoşluk katabileceğini belirtmiştir.

Netflix'in İnteraktif İçerikler Üretmesine Dair Görüşler

A1: "Belgeselden çok drama için iyi gideceğini düşünüyorum. Konuları iyi seçilirse ilgi çeker ama interaktifin çok mainstream (ana akım) bir alan olacağını sanmıyorum". A2, A3, A5: "Netflix bu tür içerikler üret. İlginç ve farklı, yeni bir deneyim oluyor". A4: "Bu çok izlenecek tür. Bundan dolayı devam etmeleri sağlıklı olacaktır. Ancak interaktif tür için ayrı bir kategori açıp, belgesel, film, diziler de buna yer versinler diye düşünüyorum. Filmlelerinde greenbox yapıp çitayı daha da yükselterek daha da başarılı olabilirler. Ve seçimleri yapıp başarılı olduğumda süper kahraman

gibi hissedile bilir".

A2, A3, A4 ve A5 kodlu katılımcılar bu tür içeriklerin izlenebilirliğinin yüksek olduğu ve Netflix'in interaktif belgesel türüne devam etmesinin faydalı olacağını belirtirken A4 kodlu katılımcı ayrı bir interaktif kategoride belgesel, dizi ve film benzeri birçok içerik üretilerek izleyicinin dikkatinin çekilebileceğinin altını çizmiştir. A1 kodlu katılımcı ise mainstream bir alan olmayacağını belirtmiştir.

İnteraktif Belgeselin Gelecek Sezonunu İzlemeye İstekli Olma /Olmama Durumuna İlişkin Görüşler

A1, A5: "Aynı konuda daha fazla izleyeceğimi sanmıyorum. Farklı konu olup şaşırtmalar içermeli". A2, A3: "İçeriğe ve konuya göre izleyeceğimi düşünüyorum". A4: "Önümze ne çıkaracaklarına bağlı".

Gelecek sezonların izlenebilirliğine yönelik bir sorgulama yaptığımızda, A1 ve A5 kodlu katılımcılar olumsuz bir fikir beyan ederken, A4 kodlu katılımcı tarafsız bir cevap vermiştir, A2 ve A3 kodlu katılımcılar ise içeriğe paralel olarak karar vereceklerini belirtmişlerdir.

Sonuç

Teknolojik, sanatsal ve sosyolojik gelişmeleri sadece ülke bazında değil, global olarak yakından takip etmek ve bu yenilikleri yaratıcılıkla harmanlayarak üretim sürecini ele almak belgesel sinemanın geliştirilmesinde majör bir rol oynamaktadır. Finansman kaynaklarının yetersiz olduğu bu sektörde, internet ve ona bağlı araçlarla uyum içerisinde yaratıcılığın ön plana çıkarılması önemli avantaj sağlamaktadır.

Günümüzde dijital platformların öne çıktığı, video izleme alışkanlarının farklılaştığı bir gerçektir. Bu değişimin altında yatan unsurlar incelendiğinde, akla ilk olarak televizyonlardaki sabit reklamlar ve yayın akışları ile seçenek kısıtlılığı gelmektedir. Kanal sayıları artmış dahi olsa izleyiciler, sabit akışa ve program saatlerine uyum göstermektense, milyonlarca içerik arasından istedikleri zaman başlatıp istedikleri zaman ara verip istedikleri zaman bitirebilecekleri kişiselleştirilmiş dijital deneyimi seçmektedirler. Evinde internet olan kullanıcıların çevrimiçi video içerik izleme alışkanlığı yıllık bazda %17 artmış, toplam-

da ise %64'lere gelmiş durumdadır. Ayrıca 18 - 49 yaş grubunun yarısından fazlası artık televizyon izlememe yönünde eğilim göstermektedir. 2000'li yıllarda 12 saniyeden fazla olan dikkat süresinin 8 saniyeye düşmesi sebebiyle izleyicinin izleme alışkanlıklarının online ve kişinin kendi kontrolünde olması ciddi bir avantaj oluşturmaktadır. Aynı şekilde yine 2000'li yıllarda izleme alışkanlığı akşamları yemek sonrası bir aktivite iken, günümüzde tüm kuşaklara ait bireyler günün her saati izleyici konumundadırlar. Kuşaklar bu anlamda benzer olsa da, Z kuşağının sadece çevrimiçi video izlemeye değil, aynı zamanda etkileşimli içeriklere, interaktif belgesel, dizi, film ve oyunlara da fazlasıyla ilgili olduğunu söyleyebiliriz. Etkileşimli içerikler hakkında bilgi edinen diğer kuşaklar da bu deneyime sahip olunca, izleme alışkanlıkları ve tercihleri de değişime uğramaya devam etmektedir. Son yıllarda dijital ortamda gelişen içerik türleri arasında anlatım biçimi ve içeriğinin oldukça değişik formlarıyla karşımıza çıkan interaktif belgeseller, kullanıcıya sunduğu tercihlerle, belgeseldeki kahramanla kendisi arasında bağ kurabilmeyi, görev veya başarıma duygusunu hissettirebilmesi ve aynı zamanda sanat olarak değerlendirilebilmesi sağlamaktadır.

Bu çalışmada, katılımcıların tercihlerini göz önünde bulundurarak interaktif belgesel konseptine ilişkin sonuçlar elde edilmiştir. Katılımcıların tamamının interaktif belgesel konseptine hakim olmadığı, ancak "You vs. Wild" isimli interaktif belgeseli deneyimledikten sonra çoğunluğun bu konseptle ilgili yaklaştığı görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların çoğu interaktif ve geleneksel belgesellere eşit mesafede durmuş olup, interaktif belgeselin güzel bir alternatif olabileceği yönünde fikir beyan etmişlerdir.

Katılımcıların ortak görüşü olarak çekim ve kurgu kalitesinin yüksek olması ve kurgunun izleyicide yarattığı merakın önemli çekim unsurları olarak göze çarptığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, Z kuşağına ait bireylerin farklı deneyimlere açık olması ve izleyici alışkanlıklarının diğer kuşaklara göre farklı olması, yeni yapımların formatlarının da oluşmasını tüketim için gerekli kılmıştır.

Bu çalışma, Z kuşağının farklı deneyimlere yakın olduğunu ve interaktif belgesel forma-

tının onlar için güzel bir alternatif olabileceğini göstermiştir. Bu sonuçlar, medya üreticileri için Z kuşağına yönelik yeni ve farklı yapımlar geliştirirken, çekim ve kurgu kalitesinin yüksek olmasının önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır.

Extended Abstract

This article examines the effects of digital publishing on the documentary film format, addressing changes in viewing habits among the Z generation. Specifically, it looks at format changes, content, and changes in consumer habits among the Z generation through the example of Netflix's interactive documentary film "You vs. Wild."

The introduction of the article discusses how technological changes affect art forms, and how these effects can be positive or negative. The emergence of digital publishing and the popularity of platforms like Netflix have also had an impact on the documentary film format. Therefore, understanding the digital publishing era and changes in consumer habits among the Z generation is important to understand the transformations that the documentary film has undergone.

The main section of the article focuses on interactive documentary films through the example of "You vs. Wild." These types of documentary films allow viewers to directly intervene in the story and make the documentary film experience more interactive. These types of documentary films have emerged with the popularity of digital platforms and have been adopted by an audience accustomed to digital technologies like the Z generation.

In the final section of the article, the focus is on the impact of findings from "You vs. Wild" on changes in viewing habits among the Z generation. The Z generation has been exposed to more digital technology than other generations and therefore prefers digital experiences such as interactive documentary films. These changes have led to changes in the format and content of documentary films. The article shows how changes in viewing habits among the Z generation have influenced the format of the documentary film.

In summary, this article examines the effects of digital publishing on documentary film format and changes in audience habits of Generation Z by examining interactive documentary films through the example of "You vs. Wild". Consumer habits that have changed as a result of technological developments are also reflected in the production and consumption processes of documentary films. Especially interactive documentary films that are broadcasted on digital platforms offer a different experience than traditional documentary genres and enable viewers to actively participate in the story. In this study, the interactive documentary film "You vs. Wild" published on the Netflix platform is analyzed in the context of consumption habits of Generation Z viewers.

The aim of the study is to determine the attitudes and consumption habits of Generation Z viewers towards the interactive documentary genre, to analyze how the interactive documentary genre is received by Generation Z viewers through the example of "You vs. Wild", and to discuss the results.

Method: This study was conducted using qualitative research methods. The sample of the study consists of viewers between the ages of 15-25 who belong to Generation Z. Semi-structured interviews were used as a data collection tool. Participants were asked about their thoughts on the interactive documentary genre and their impressions of "You vs. Wild".

Findings: The results of the study show that Generation Z viewers exhibit a positive attitude towards the interactive documentary genre. Viewers stated that the interactive documentary genre offers a different experience than traditional documentary genres and therefore is interesting. Although the opinions about the "You vs. Wild" example were generally positive, some participants expressed that the excessive use of interactive elements disrupted the integrity of the story.

Conclusion: The results of the study demonstrate that Generation Z viewers exhibit a positive attitude towards the interactive documentary genre. The interactive documentary genre offers viewers an active participation in the story and provides a different experience

than traditional documentary genres. The Generation Z viewers examined in this article show an interest in the interactive documentary genre. Especially the example of "You vs. Wild" increases the interest of Generation Z in this genre of documentaries. Generation Z expects interactive elements as well as visual and auditory elements in interactive documentaries. Therefore, interactive documentaries are seen as a more interesting and effective tool for learning by Generation Z.

Kaynakça

- Alwin, D.F., McCammon, R.J. (2007), "Rethinking Generations", *Research in Human Development*, Volume: 4, Number: 3-4, pp. 219-370.
- Arda, Ö.(2015). Belgesel Filmde Yeni Yaklaşımların İdafa Doçlab 2010- 2015 Belgesel Film Örneklemi Üzerinden Yapısal Ve Kullanım Özelliklerine Göre İçerik Analizi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi| İstanbul University Faculty of Communication Journal, (48).
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). *Örneklem Yöntemleri Bilimsel Araştırma Yöntemleri Kitabı*
- Gaudenzi, S. (2013). *The Living Documentary: From Representing Reality to Co-Creating*
- Harvey, K. (2012). 'Walk-In Documentary': New Paradigms For Gamebased Interactive Storytelling and Experiential Conflict Mediation. *Studies in Documentary Film*, 6 (2): 189-202.
- Jensen, J. F. (1998). 'Interactivity' Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. *NORDICOM Review*, 19 (1): 185-204.
- JOSHI, A., Dencker, J.C., and Franz, G.. *Generations in Organizations. Research in Organizational Behavior*, 31, 2011. ss. 177-205.
- Kim, N., Kim, S. (2014). Interactive Documentary on Perspective of New Media. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, 9 (12): 117-128.
- Kuruoğlu, H. (1992). *Türkiye'de Belgesel Sinema:1970'lerden Günümüze*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sahne ve Görüntü Sanatları Anabilim Dalı.
- Kuruoğlu, H., & Akçora, E. (2017). *Dijital Ortamda ki Belgesel Filmde Yeni Anlatım Biçimleri*. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul.
- Liu, Y., Shrum, L.J. (2002). What is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing Implications of Definition, Person and Situation for the Influence of Interactivity on Advertising Effectiveness. *Journal of Advertising*, 31 (4): 53-64.
- Lister, M. vd, (2009). *New Media A Critical Introduction*. New York: Routledge.

- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28 (5), 80,84.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. England: MIT Press.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Gündoğan.
- Ocak, E. (2014). *New Media Documentary: Playing with Documentary Film within the Database Logic and Culture*. In D. Moser and S. Dun (Ed.), *Digital Janus: Looking Forward, Looking Back* (255-262). Oxford, United Kingdom: Inter-Disciplinary Press.
- Reality in Digital Interactive Documentary. Doctor Thesis, Centre for Cultural Studies, University of London.
- Sadullah, Ö. (2010), *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Beta Basım, İstanbul.
- Selva, C. L., Escobar, P.M. (2016). Civic Participation and Interactive Documentaries: A Contribution to the Open Government Model. *El Profesional de la Informacion*, 25(4): 578-587.
- Sørenssen, B. (2008). Digital video and Alexandre Astruc's caméra-stylo: the new avant-garde in documentary realized, *Studies in Documentary Film*, 2: 1, pp. 47-59
- Strauss, W., Howe, N. (1991), *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Perennial, New York, Sullivan, S.E., Forret, M.L., Carraher, S.M., Maiminero, L.A. (2009), "Using the Kaleidoscope Career Model to Examine Generational Differences in Work Attitudes", *Fairfield University Digital Commons*, Volume: 14, Number: 3, p. 284-302.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24, 543-559
- Twenge, J.M., Campell S.M. (2008), "Generational Differences in Psychological Traits and Their Impact on The Workplace", *Journal of Managerial Psychology*, Volume: 23, Number: 8, pp. 862-877
- Ünver, G., Bümen, N. T. ve Başbay, M. (2010). Ortaöğretim Alan Öğretmenliği Tezsiz Yüksek Lisans Derslerine Öğretim Elemanı Bakışı: Ege Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 155 (35), 63- 77.
- Vicente, A. (2008). *Documentary Viewing Platforms*. Thomas Austin and Wilma de Jong (Ed.), *Rethinking Documentary New Perspectives, New Practices* (s. 271-278). England: Open University Press.
- Williams, C.K. Ve Page, A.R. (2011). Marketing to the Generations, *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3, 3-11
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları
- Elektronik Kaynaklar**
- Idfa Doclab (1 Kasım 2019). <http://www.doclab.org/about/>
- <http://www.tdkterim.gov.tr/bts>
- <https://www.netflix.com/tr/title/80227574>.