

Transmedya Hikâye Anlatıcılığı Kavramı ve Stratejisi Bağlamında “Avatar” Kurgusal Evreninin Değerlendirilmesi

Evaluation of “Avatar” Fictional Universe in the Context of Transmedia Storytelling Concept and Strategy

Olca HOLAT 

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 24.01.2025 ■ Kabul Accepted: 12.09.2025

ÖZ

Transmedya hikâye anlatıcılığı bir kurgusal dünya inşa etme sanatı olarak, farklı mecralara dağıtılan hikâye parçalarının ortak ve tutarlı bir süreklilik hissi inşa etmesi esasına dayanmaktadır. Yeni medya ile gelişim gösteren bu hikâye anlatıcılığında, her bir mecranın kendi yapısı, olanakları ve etkileşim biçimleriyle hikâye evreninin genişlemesine katkıda bulunması gerekmektedir. Bu araştırmada, transmedya hikâye anlatıcılığı yaklaşımı ve stratejisi perspektifinde son yıllarda küresel bir fenomene dönüşen “Avatar” kurgusal evreni analiz edilecektir. Araştırmanın yöntemi Jenkins’in yedi temel prensip ilkesi (yayılabilirlik ve derinleşebilirlik, süreklilik ve çeşitlilik, dalma ve çıkarma, dünya inşası, dizileştirme, öznellik, performans) modeli ile nitel yaklaşımlı betimsel analiz metodolojisi olarak belirlenmiştir. Çalışma Avatar: Suyun Yolu (2022) adlı sinema filmi ve sonrasında farklı mecralarda üretilen/dağıtılan içerikler olarak sınırlandırılmıştır. Bulgulara göre, Avatar kurgusal evreninde yedi temel prensip modelinin ortak ve tutarlı bir medyalararası transmedya metinleri ürettiği saptanmıştır. İncelenen içeriklerde olay örgülerinin çoğunlukla benzerlikler taşıdığı ancak zaman, mekân ve karakterler açısından önemli ölçüde farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Transmedya, Transmedya Hikâye Anlatıcılığı, Avatar, Medyalararasılık.

ABSTRACT

Transmedia storytelling, as the art of constructing a fictional world, is based on the principle that story fragments distributed across different media build a common and coherent sense of continuity. In this storytelling, which has developed with new media, each medium should contribute to expanding the story universe with its structure, possibilities, and forms of interaction. In this study, the fictional universe of Avatar, which has become a global phenomenon in recent years, will be analyzed from the perspective of a transmedia storytelling approach and strategy. The research methodology was determined as a qualitative descriptive analysis methodology with Jenkins's seven principles (spreadability and drillability, continuity and multiplicity, immersion and extractability, world-building, seriality, subjectivity, performance) model. The study Avatar: The Way of Water (2022) and the content produced/distributed in different media. According to the findings, it was determined that seven basic principle models in the Avatar fictional universe produced common and consistent intermedia transmedia texts. In the analyzed content, it was determined that the plot patterns were mostly similar, but there were significant differences in terms of time, place, and characters.

Keywords: New media, Transmedia, Transmedia Storytelling, Avatar, Intermedia.

Giriş

Dijitalleşme ve yeni medya alanındaki gelişmeler; yakınsama, katılımcı kültür, medya yakınlaşması ve hayran kültürü gibi görece çok sayıda yeni kavramı da gündeme taşımıştır. Aynı zamanda bu gelişmelere entegre hikâye anlatıcılığı yöntemlerinin de yeni formlarıyla gelişim gösterdiği görülmektedir. Bu gelişimin bir ürünü olan transmedya hikâye anlatıcılığı, farklı medya/mecra kanallarına dağıtılan içeriklerin, bütününde tutarlı ve birbirleriyle anlamlı tek bir ana hikâyeye hizmet ettiği, aynı zamanda medya tüketicisi (izleyici, dinleyici vb.)¹ katılımı ve etkileşiminin de önemli bir unsur olduğu inovatif bir anlatı modelidir (Jenkins, 2018: 144-145; Pratten, 2011: 3-4; Long, 2007; Zimmermann, 2014).

Transmedya hikâyeciliği kavramı; çapraz medya, adaptasyon (uyarlama), multimedya gibi farklı kavramlarla karıştırılabilmektedir. Bu kavramlar kapsamı gereği benzer alanlar için kullanılan ancak transmedyadan bazı yönleriyle ayrılan kavramlardır. Transmedya kavramının alanyazında önemli bir araştırma alanı olmasının temelinde sebebi ise stratejik ve medyalararası bir hikâye anlatıcılığı konsepti olarak medya endüstrisinde uygulanabilir ve başarılı örneklerinin giderek artıyor olmasıdır (Scolari & Ibrus, 2019: 2192). Küresel ölçekte fenomen olmuş *Matrix* (1999-2021), *Yıldız Savaşları* (Star Wars-1977-2019), *Blair Cadısı* (1999) vb. sinema filmlerinin başarısının bir sebebi de transmedya hikâye anlatıcılığı stratejisiyle hayranlarına anlamlı ve birbirleriyle tutarlı içerikler sunmasıdır.

Transmedya dünya inşası; teorik ve pratik açıdan sadece yönetmen, senarist, program yapımcısı ya da yazarın katkısıyla üretilemeyecek kadar karmaşık ve kapsamlı bir yapıdır. İçerisinde anlatı, kültürel bağlam, pazarlama, iş modelleri, çevrimiçi markalaşma ve yasal çerçeveleri de barındıran çok katmanlı bir olgudur (Gambarato, 2013: 81; Scolari, 2009). Bu yaratıcı süreç bir küratör ya da orkestra şefi gibi temelinde bir transmedya

yaratıcısının farklı nitelikteki mecraları ya da bileşenlerini düzenleyip yönetebilmesine bağlıdır. Farklı ortam/mecralara özgü bilgi ve becerileri yönetmeyi bilmesi ve her bir mecranın dil yapısına uygun bir biçimde içerik üretimini teşvik etmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, hikâye anlatıcısı/yapımcısı ile medya tüketicisinin etkileşimli ve işbirlikçi katılımı sürecin önemli bir dinamiğidir. Transmedya hikâye anlatımında her bir mecranın ya da bileşenin ayırt edici ve değerli bir katkı sunması gerekmektedir. Long (2007: 32); “bir kutu Star Wars mısır gevreğinin, boyama kitaplarının *Star Wars* kurgusal dünya inşasına belirgin ve değerli bir katkı sunmadığı sürece, transmedya hikâye anlatımının bir örneği olarak görülmemesi gerektiğini vurgulamaktadır.” Dolayısıyla, temelde kurgulanan ana dünya inşasına katkı sağlayacak yan içeriklerin (çizgi roman, hayran üretimi içerikler, video oyunları vb.) hikâye evrenini zenginleştirdiği ve güçlendirdiği sürece, bir transmedya örneği olacağı irdelenmektedir.

Bu çalışmanın amacı transmedya hikâye anlatıcılığı yaklaşımı perspektifiyle, küresel ölçekte fenomen olmuş “Avatar” kurgusal evrenini incelemektir. Çalışmada nitel yaklaşımlı betimsel analiz metodolojisinden yararlanılacaktır. Elde edilen bulgular, Jenkins’in (2009; 2010) transmedya hikâye anlatıcılığının “yedi temel prensip ilkeleri” (yayılabirlik ve derinleşebilirlik, süreklilik ve çeşitlilik, dalma ve çıkarma, dünya inşası, dizileştirme, öznellik, performans) modeline göre yorumlanacaktır. Çalışma geniş bir araştırma alanını kapsadığından dolayı, *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmi ve sonrasında dolaşıma giren içerik/mecra/ürün örnekleri açısından sınırlandırılmıştır. Çalışma son yıllarda önemli bir çalışma alanı haline gelmiş yaratıcı bir hikâye anlatıcılığı yöntemini ve stratejisini sunan transmedyanın, küresel bir fenomen olan “Avatar” kurgusal evreninde kullanılma biçimlerini ve pratiklerini ortaya koyması açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir. Çalışmanın özgün yanı ise literatürdeki pek çok araştırmadan farklı olarak sadece sınırlı sayıdaki

¹ Bu çalışmada medya tüketicisi kavramı, transmedya hikâye anlatıcılığı gibi medyalararası bir kavram ile ilişki kurulduğundan dolayı tercih edilmektedir. İzleyici, oyuncu, tüketici, dinleyici gibi kavramların birleşimidir.

mecra uzantılarına odaklanmamakta, *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmi ile ortaya çıkan ve yedi temel prensip ilkeleriyle ilişkili tüm mecraları kapsamı içerisine almaktadır. Bu çalışma güncel veri setiyle örneklem evreni bütüncül ve kapsamlı bir ağ olarak ele almakta ve transmedyanın stratejik yönüne de vurgu yapması açısından literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve: Transmedya Hikâye Anlatıcılığı

Transmedya hikâye anlatıcılığı kavramını alanyazına kazandıran ve geliştiren Massachusetts Institute of Technology (MIT) profesörü Henry Jenkins olmaktadır. Jenkins (2018: 144-425) ilgili kavramı; “orijinal metinler veya yan ürünlere dayalı modelden ziyade, kurgusal bir içeriği markalaştırmak ve pazarlamak için yürütülen koordineli bir çalışma ile her bir medyanın kurgusal dünyayı anlayışımıza farklı katkılarda bulunduğu, muhtelif medya platformlarında çözölen hikâyeler” olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda, medya tüketicisine farklı hikâye parçalarıyla kurgusal evrenin bütününe benzersiz katkılar sunulan bir medyalararası deneyim yaşatılmaktadır. Scolari (2009: 587) ise transmedya kavramını; hem farklı diller (sözlü, yazılı, ikonik vb.) hem de medya (sinema, çizgi roman, televizyon, video oyunları, vb.) ile genişleyen bir anlatı yapısı olarak tanımlamaktadır.

Transmedya hikâye anlatıcılığının ideal biçiminde, hikâye evreni bir sinema filminde tanıtılır, televizyon dizileri, roman ya da çizgi romanlar ile genişletilir; oyun oynanarak keşfedilir ve eğlence parkı ile bu hikâye evreni fiziksel anlamda deneyimlenebilmektedir. Artık hikâye anlatıcılığının tek bir mecra ile sınırlandırılmaması gerektiği, yakınsama odaklı yeni medya çağına geçiş yapılması gerektiği zorunluluk haline gelmiştir. Eşi benzeri görülmemiş içerik, ürün ve eğlence fırsatları ile medya tüketicisinin çevrili olduğu görülmektedir (Jenkins, 2018: 144-145; Pratten, 2011: 3-4; Long, 2007).

Transmedya hikâye anlatıcılığı yaklaşımı bir strateji olarak ele alındığında, ansiklopedik bir

kurgusal evrenin zengin içeriklerle, medyalararası bir biçimde yayılım göstermesi, sürecin önemli bir dinamiğidir. Her eklenen yan öykü, planlanan transmedya metninin bütününe benzersiz bir katkı sunduğu kadar mecranın güçlü yönlerine de odaklanmalıdır. Televizyon dizilerinin daha geniş olay örgülerini anlatabilme yeteneği ya da filmlerin sürükleyicilik kapasitelerinin yüksek olması veya video oyununun katılım üzerindeki güçlü etkileri bu duruma örnek gösterilebilmektedir (Edwards, 2012: 6). Dolayısıyla transmedyanın yayılım gösterecek olan içeriğin stratejik bir biçimde mecralara dağıtılması gerekmektedir.

Transmedyal anlatıların temelinde her bir mecranın, kendi dili ve ortamın özelliklerine göre ana hikâyeye eklentiler yaparak devam etmesi önemli görülmektedir. Transmedyanın özelde parçacıklı bir yapı sergileyip, sonucunda devasa bir anlatı evreni inşa ettiği görülmektedir. Bu noktada inşa edilen anlatı evreninin birbirleriyle bağlantılı ve tutarlı olması medya tüketicisinin sadakatini arttıran unsurlardır (Zimmermann, 2014: 24; Long, 2007). Dolayısıyla medya tüketicisi birbirleriyle anlamlı ve tutarlı hikâye parçaları arasında bir yolculuğa çıkmakta ve bir nevi “avcı ve toplayıcı” rolüne bürünmektedir. “Herhangi bir kurgusal dünyayı bütünüyle deneyimleyebilmek için medya tüketicisinin, avcı ve toplayıcı rolünü üstlenmeleri, medya kanallarındaki öykülerden bazılarını takip etmeleri, zaman-emek harcayarak diğer hayranlarla iş birliği yapmaları gerekmektedir” (Jenkins, 2018). Örneğin, Marvel kurgusal evreni transmedya hikâye anlatıcılığı stratejisiyle ilerleyen; çok sayıda çizgi romandan sinemaya uyarlanan filmler ile dijital yayın platform dizileri, jenerik sonrası kısa sahneler (after-credits scene), sanal gerçeklik oyunları ile birbirleriyle tutarlı ve anlamlı hikâye evreni inşasının önemli bir örneğini sunmaktadır.

Transmedya hikâye anlatıcılığı bir kurgusal dünya inşa etme sanatıdır. Hikâye evreninin yeni ve uygun içeriklerle genişletilmesi ve bütünlük içinde medyalararası bir hikâye evreninin yaratılması gerekmektedir. Gelenekselden dijitale dağıtılan transmedya evreni, farklı nitelikte medya

tüketicileri içinde çeşitlilikler ve içeriğe yönelik farklı diller sunmaktadır. Sözel, sembolik, görüntüsel gibi farklı dilsel yapılarla sunulan sinema, çizgi roman, video oyunları gibi farklı mecralar, her aracın kendine özgü yöntem, imkân ve dil yapılarına göre sürece katkıda bulunması gerekmektedir (Scolari, 2009: 587; Gambarato, 2013: 85; Long, 2007: 10). Yeni kavrayış ve deneyimler medya tüketicisi/hayran ilgisini canlı tutmaktadır. Her bir mecra farklı pazar nişlerini çekmektedir. Sinema ve televizyon dizileri günümüzde en fazla çeşitlilikte ve fazlalıkta izleyici kitlesine sahip mecralardır. Ancak çizgi roman ve oyunların ise en az çeşitlilikte olan mecralar olduğu görülmektedir. Nitelikli ve kapsamlı olarak tasarlanmış bir transmedya içeriğinin tüm bu çeşitliliklere ve birbirinden farklı hayran gruplarına hitap edebilecek bir biçimde, çapraz pazara sunulması gerekmektedir (Jenkins, 2018: 145). Bu açıdan medya tüketicisinin farklı mecralara geçişini sağlayabilmek için hikâye evreninin arka planında boşluklar ya da yanıt bekleyen sorular bırakmak önemli bir stratejidir. Dolayısıyla medya tüketicisinin hikâye evrenini derinleştirebilmesi için çeşitli kaynaklar (belgesel, ansiklopedi, internet sayfaları) üreterek süreklilik hissi inşa etmesi gerekmektedir.

Şekil 1

Transmedya Gelişim Süreci Diyagramı



(Kaynak: Pratten, 2011:5)

Şekil 1'e göre diyagramda yer alan altı basamaklı döngü, bir transmedya proje sürecini geliştirmek için gerekli görülen bileşenleri sunmaktadır. Her bir bileşenin birbirleriyle koordineli ve iş birliği içinde çalışması bir zorunluluk olarak görülmektedir. Pratten'e (2011: 4-49) göre altı basamaklı döngüde yer alan bileşenler şu şekilde açıklanmaktadır:

Hikâye (Story): Transmedya projesinin başlangıç noktasıdır. Tür, karakter, yer, zaman, olay örgüsü vb. anlatı unsurlara göre tasarlanması gerekmektedir. Olay örgüsü ve karakterlere dayalı temel/ana hikâyeye anlatı alanı (narrative space); yeni mecralar ile oluşan ek/yan hikayelere ise ek anlatı alanı (additional narrative space) denmektedir. **Deneyim (Experience):** Transmedya deneyiminin anatomisi, izleyicinin hikâye evrenine katılımı ile önem kazanmaktadır. Bu açıdan deneyimi arttırmak için oyun (gaming) ya da oyunlaştırmanın (gamification) önemi ortaya çıkmaktadır. Oyun mekaniği izleyicinin hikâye evrenine katılımını teşvik etmek ve sürdürmek için kullanılabilecek önemli bir mecradır. **Medya Tüketicisi (İzleyici vb.)-(Audience):** İzleyici/media tüketicisinin katılımı transmedyanın önemli bir bileşeni olduğu için hedef kitlenin kim olduğunun tanımlanması (sosyo-ekonomik, medya tüketim biçimleri, teknolojiyi kullanma biçimleri vb.) ve onları neyin heyecanlandırıldığını anlamak, deneyimin anatomisinin tasarlanmasında önemlidir. **Platformlar (Platforms):** Tasarlanan hikâyeye ve hedef kitleye uygun platformu seçmek önemli görülmektedir. Platformların güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek, zamanlamanın uygunluğuna dikkat etmek, hikâye evreni ile zamanlamanın uyumluluğunun da test edilmesi önemli unsurlardır. Medya tüketicisini platforma teşvik etmek ve farklı platformlara geçişini sağlamak için stratejilerin geliştirilmesi de önemlidir. **İş Modeli (Business Model):** Transmedya projesinin en iyi iş modelinde sunulmasının tasarlanmasıdır. Hedef kitlenin içeriği satın alma biçimi, kazanç ve içeriğin yayılımının uygunluğu vb. soruların cevaplanması gerekmektedir. **Uygulama (Execution):** Transmedya proje deneyimini ayrıntılı olarak tasarlamak ve her bir aşamanın nasıl uygulanacağını belirlemek gerekmektedir. Proje ekibinin (proje yöneticisi, yazar, pazarlama yöneticisi vb.) tasarlanması ya da yayın takviminin belirlenmesi gibi aşamalar belirlenmelidir.

Transmedya hikâye anlatıcılığının küresel ölçekte fenomen olmuş başarılı örnekleri bulunmaktadır. Bunlardan biri olan *Blair Cadısı* (The Blair Witch/1999) bir transmedya projesidir. Bu proje, doksanlı yıllarda internet sayfaları ile başlayarak kendine has bir hayran kitlesi toplamıştır. Sinema filminden hemen önce kurguyu daha inandırıcı hale getirmek için Sci-Fi Channel'da *Blair Cadısı'nın Laneti* (1999) adlı sahte belgesel (mockumentary) yayınlanmıştır. Burkittsville kasabası ormanında kaybolan bir grup gencin öldükten sonra bulunan

görüntülerinden oluşan *Blair Cadısı* (1999) sinema filmiyle anlatı evreni genişletilmiştir (Long, 2007: 26-27). "Filmin gösterime girmesinin hemen ardından Oni Press, Burkitsville yakınlarında ormanda yürürken Cadıyla karşılaşan başka birinin açıklamalarına dayandığını çeşitli çizgi romanlar piyasaya çıkarmıştır. Filmin müziği bile terk edilmiş bir arabada bulunmuş bir kaset olarak sunulmuştur" (Jenkins, 2018: 152).

Wachowski Kardeşler'in global düzeyde fenomen olmuş Matrix kurgusal evreni; sinema filmleri, video oyunları, animeleri ile geniş bir anlatı evrenini ve medyalararası birleşik bir deneyimi sunmaktadır. *The Matrix* (1999) filmi ile başlayan kurgusal evren, devamında *The Matrix Reloaded* (2003), *The Matrix Revolutions* (2003), *Matrix Resurrections* (2021) adlı film örnekleriyle serileştirilmiştir. Yapımcılar karmaşık bir mitoloji (Mesih miti, kırmızı-mavi hap, ölüm, yeniden doğuş vb.) ve çok sayıda yan karakter ile bir dizi soru işaretinin cevabını farklı mecralara taşımıştır. Bilgisayar oyununu oynayan kadar anlam kazanamayacak ipuçları serpiştiren yapımcılar, çok sayıda kısa animasyon filmde, animelerde ya da çizgi romanlarda sunulan arka plan öyküleriyle anlatı evrenini tutarlı ve anlamlı hale getirmiştir (Jenkins, 2018: 141-149). Benzer şekilde küresel bir fenomen olan "Star Wars" kurgusal evreni de farklı mecralar arasında tutarlı ve koordineli bir transmedya projesidir. Star Wars kurgusal dünyasının transmedyal anlatı parçaları; sinema filmlerine, grafik romanlara, animasyonlara ve video oyunlara dağıtılmıştır. Star Wars dünya inşasına; Jedi, Droid, Eski Cumhuriyet, İmparatorluk gibi farklı kurgusal imgeler ile yeni bilgiler, karakterler, gezegenler ve canlı türleri çok katmanlı ve medyalararası bir biçimde eklenmiştir (Coombs, 2019: 351).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel yaklaşımlı betimsel analiz metodolojisinden yararlanılmaktadır. Betimsel analiz, belirlenmiş bir konu dahilinde yapılan, yayınlanmış ya da yayınlanmamış, bütün çalışmaların ele alınıp eğilimlerinin ve araştırma sonuçlarının tanımlayıcı bir boyutta değerlendirilmesini içeren sistematik bir nitel veri

analiz türüdür (Suri & Clarke, 2009). Bu bağlamda, araştırmanın metodolojisine ve amacına uygun olarak elde edilen bulgular, Jenkins'in (2009; 2010) transmedya hikâye anlatıcılığının "yedi temel prensip ilkelerine" (yayılabilirlik ve derinleşebilirlik, süreklilik ve çeşitlilik, dalma ve çıkarma, dünya inşası, dizileştirme, öznellik, performans) göre yorumlanacaktır. Araştırma metodolojisinde kullanılan Jenkins'in yedi temel prensip ilkeleri şu şekildedir (Jenkins 2009; 2010; Pratten, 2011):

- **Yayılabilirlik ve Derinleşebilirlik (Spreadability and Drillability):** Yayılabilirlik, kamuoyunun medya içeriğinin dolaşımına aktif olarak sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla katılma kapasitesine ve bu sürecin ekonomik değeri ve kültürel değeri arttırma kapasitesine işaret etmekte; derinleşebilirlik ise izleyicileri daha derine inmeye, ilgisini çeken kurguya yönelik derin bir araştırmaya teşvik eden bir kavram olarak tanımlamaktadır.

- **Süreklilik ve Çeşitlilik (Continuity and Multiplicity):** Transmedya kampanyaları çok güçlü bir "süreklilik" hissi inşa etmeye çalışır. Süreklilik hissi hayranların katılımı ile sürdürülür. Hikâye evreninin ortak bir tutarlılık ve devamlılık sağlaması süreklilik ile sağlanabilir. Çeşitlilik ise aynı süreklilik ve tutarlılık içerisinde değişen hikâye çizgilerini ifade etmektedir.

- **Dalma ve Çıkarma (Immersion and Extractability):** Tüketicilerin hikâyelerin derinliklerine dalması ve kendi katkısı ile değişik hikâyeler türetebilmesini ifade eder. Dalma'da tüketici hikâye dünyasının derinliklerine inebilirken; çıkarılabilirlik prensibinde ise tüketicinin hikâyenin derinliklerinden çıkarttığı parçayı, gerçek hayatına taşıyabilmesi olarak ifade edilmektedir.

- **Dünya İnşası (Worldbuilding):** Dünya inşası kavramı, dalma ve çıkarma ilkeleri ile yakından ilişkilidir. Zira ikisi de tüketicilerin anlatılarda temsil edilen dünyalarla daha doğrudan etkileşimde bulunma yollarını temsil etmektedir. İzleyiciler dalma ve çıkarmayı kendi yaşanmışlıkları ve gerçekleriyle bir şekilde kesişen gerçek alanlar olarak görmektedir. Medya tüketicisi dijital kaynak

franchise'ların üretimi ile bağlantılı olarak bir yaşam gerçekliği algısı geliştirmektedir. Dünya inşası prensibi, hayran tipi tüketici davranışlarına da öncülük etmektedir.

- **Dizileştirme/Dizisellik (Seriality):** Daha uzun bir anlatının bölüm bölüm ayrılarak kırılıp, birden çok platformda dağıtılması anlamına gelen dizileştirme ilkesinde, romanların seri yayınlanması ya da film serileri veya çizgi roman dizilerindeki gibi klasik seri biçimlerine benzer bir biçimde transmedya hikâyeleri de izleyicilerin farklı medya sistemine dağılmış hikâye parçalarını takip edip ya da keşfederek hikâye evrenine bağlanmasını sağlamaktadır.

- **Öznellik (Subjectivity):** Öznellik, transmedya hikâyeciliğinde kurgusal dünyanın keşfedilmemiş boyutlarına (genellikle kahramanın hikâyesini anlattığı öyküye farklı bir platformda ikincil veya destekleyici karakterlerle ilgili keşfedilmemiş hikâyeler gibi) odaklanma söz konusudur.

- **Performans (Performance):** Performans prensibinde tarafların hikâye dünyasına katkıda bulunma miktarına ya da kapasitesine işaret etmektedir. Hayranların hikâye dünyasına kurgu yaratarak katkı sağlayabileceği uzantıyı temsil etmektedir.

Araştırmanın Örneklemi ve Sınırlılığı

Araştırma evreninin büyüklüğü ile çok sayıda mecra/içerik çalışmanın kapsamı içerisinde olduğundan dolayı James Cameron'un yönetmenliğini yaptığı *Avatar: Suyun Yolu* (2022) sinema filmi ve sonrasında farklı mecralarda üretilen/dağıtılan içerik/mecra/ürün açısından çalışma sınırlandırılmıştır. Çalışmanın amacı bağlamında seçilen Avatar kurgusal evreni örneklemi, kapsamlı ve tutarlı bir biçimde çok sayıda mecraya geçiş yapmıştır. Bu bağlamda, tüm dünyada küresel bir fenomene dönüşen Avatar kurgusal evreni, transmedya hikâye anlatıcılığı araştırma alanı açısından elverişli bir örneklemidir.

Resim 1

Avatar: Suyun Yolu Film Afışı



(Kaynak: https://www.imdb.com/title/tt1630029/mediaviewer/rm94646785/?ref_=tt_ov_i Erişim Tarihi: 23.09.2024)

Avatar kurgusal evreninin ilk sinema filmi *Avatar* (2009) James Cameron tarafından senaryosu yazılmış ve yönetilmiştir. Yönetmenliği James Cameron tarafından yapılan *Avatar: Suyun Yolu* sinema filmi ise Türkiye'de 16 Aralık 2022 tarihinde vizyona girmiştir. Üç boyutlu (3D) sinema tekniği ve devamında IMAX film tekniğiyle filmler üretilmiştir. Temelde Avatar kurgusal evreninin olay örgüsü; insanoğlunun 22. Yüzyılı yaşadığı bir çağda, dünyanın bütün doğal kaynakları tükenmiştir. İnsanoğlu, farklı bir gezegenin yörüngesindeki Pandora adlı gezegeni keşfetmiş ve oradaki doğal kaynakları sömürmek için çeşitli teknolojiler ve programlar geliştirmiştir. Na'vi adlı kabile kültürü olan ırk ile insanoğlunun Pandora gezegenindeki mücadelesi örneklemin temel olay örgüsünü oluşturmaktadır. Avatar kurgusal evreni James Cameron'un yarattığı bir proje olarak serileştirilerek devam etmesi planlanmaktadır. Avatar 3 (Fire and Ash) filmi 2025 yılında, Avatar 4 2029 yılında, Avatar 5 filmi ise 2031 yılında sinemada gösterilmesi planlanmaktadır (Avatar Resmi İnternet Sayfası, 2024).

Bu çalışmada orantılı tabakalı örnekleme tekniği ile ele alınacak örneklem; sinema filmi *Avatar*:

Suyun Yolu (2022), resmi sosyal medya platformu (Facebook), resmi internet sayfası (<https://www.avatar.com/>), ansiklopedi ve sözlük temalı kitap *Avatar The Way of Water The Visual Dictionary* (2022), video oyunu *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023), çizgi romanı *Avatar: Üstün Taraf* (2023), YouTube belgeseli *Avatar | Expedition Pandora* (2024), hayran üretimi içerik *We Remade Avatar 2 For \$20* (2023) olacaktır. Her tabakadan (mecra) o tabakanın evren içerisindeki temsil düzeyiyle orantılı olarak örneklem belirlenmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmada ele alınan örneklemelerin metodolojiye göre Jenkins’in yedi temel prensip modeli bağlamında elde edilen bulguları aşağıdaki başlıklarda yer almaktadır (Jenkins, 2009; 2010; Pratten, 2011):

Avatar Kurgusal Evreninde Yayılabilirlik ve Derinleşebilirlik Prensibi

Avatar kurgusal evreninde yayılabilirlik prensibi, yapım firması tarafından resmi olarak üretilmiş sosyal medya platformunda kodlanmaktadır. Yayılabilirlik prensibinde; Avatar kurgusal evreni için resmi hesap olarak @avatar ismiyle Instagram adlı platformda yaklaşık 880.000 takipçi bulunmaktadır (Avatar Instagram, 2024). X sosyal medya platformunda @officialavatar ismiyle yaklaşık olarak 351.000 takipçi bulunmaktadır (Avatar X, 2024). YouTube adlı mecra da @AvatarOfficial adıyla yaklaşık olarak 445.000 abone bulunmaktadır (Avatar YouTube, 2024). Facebook (Meta) adlı sosyal medya platformunda “Avatar” kullanıcı adıyla ise 43.000.000 takipçi bulunmaktadır (Avatar Facebook, 2024). Bu bağlamda, Facebook (Meta) adlı platform büyük ölçüde takipçi sayısına ve etkileşim yoğunluğuna sahip olduğu için bu araştırmada örneklem olarak seçilmiştir.

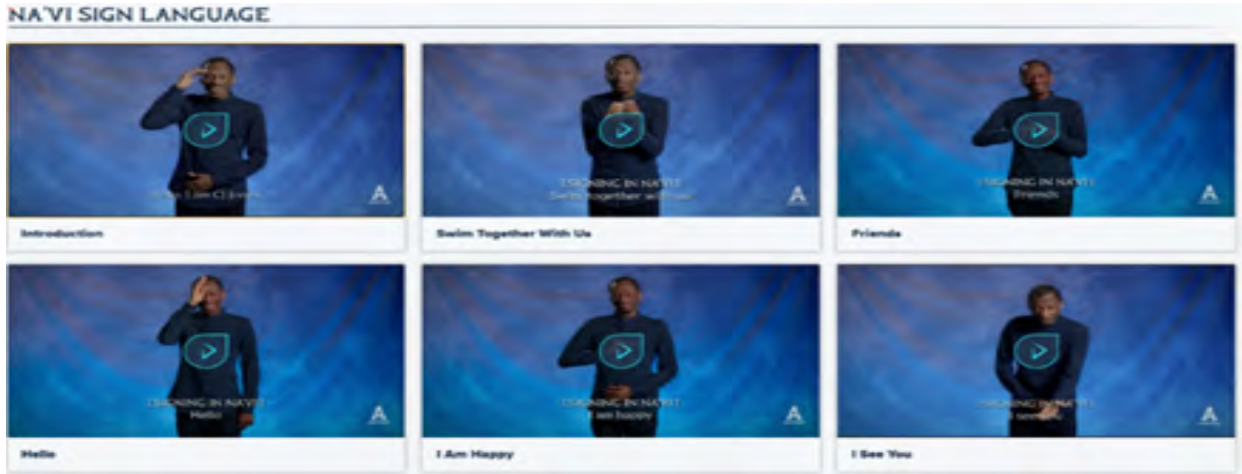
Örneklem olarak seçilen “Avatar” isimli Facebook (Meta) hesabında *Avatar: Suyun Yolu* (2022) sinema filmi için; teaser, fragman, afiş, kısa tanıtıcı içerik (filmden kesitler, grafikler vb.), karakter posterleri, gala fotoğrafları, IMAX tanıtım içeriği,

oyuncu röportajları, filminden görseller, vizyona geri sayım tanıtım içerikleri, Altın Küre adaylık tanıtım görselleri, özel tasarım afişleri, Na’vi dili tanıtım içeriklerinin yayınlandığı görülmektedir. Örneklem mecra aracılığıyla üretilen bu içeriklerle takipçiler “beğen, yorum yap, gönder, paylaş” butonları ile etkileşim kurabilmektedir. Bu etkileşimlerle birlikte kullanıcıların bilgi yayan bir aktöre dönüşerek, medya içeriğini dolaşıma soktuğu görülmektedir. Bu platformlarda kullanıcıların katılımını ve etkileşimi arttırmak için onları yorum yapmaya teşvik eden; “Peki sen Na’vi diline ne kadar hakimsin?,” “Mükemmel değil mi?,” “Avatar: Suyun Yolu ile ilgili düşüncelerini yorumlarda bizimle paylaş!” gibi bir içerik paylaşımı tercih edilmektedir. Bu bağlamda, örneklem mecra da *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminin tanıtım içeriklerinin kullanıcı etkileşimiyle birleşerek aktif bir dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Özellikle hayran katılımı açısından teşvik edici unsurlar ön plana çıkarılmıştır.

Avatar kurgusal evreninde derinleşebilirlik prensibi; resmi internet sayfası (<https://www.avatar.com/>) ile ansiklopedi ve sözlük temalı kitap (*Avatar The Way of Water The Visual Dictionary/2022*) örneklemelerinde tespit edilmektedir. Bu prensipte içeriğe özgü kurgusal dünyanın derinlemesine araştırılmasına, bilgilerin karşılaştırılmasına ya da kurgusal evrende karmaşıklığın azaltılmasına yönelik bir süreç ön plana çıkmaktadır. Sinema filminde Pandora gezegeninde konuşulan kurgusal evrene özgü üretilen “Na’vi dili” bulunmaktadır. Medya tüketicisinin kurgusal evrene ilgisini arttırmak ve onları daha fazla araştırmaya iten bir unsur olarak Na’vi dilini öğretmek için orijinal internet sayfası ile entegre tasarlanmış YouTube video içerikleri üretilmiştir. İşaret diline benzer bu video içerikler, Avatar evreni için üretilmiş kurgusal bir dili öğretme amacıyla tasarlanmıştır.

Resim 2

Avatar Kurgusal Na'vi Dili Öğretme Videoları

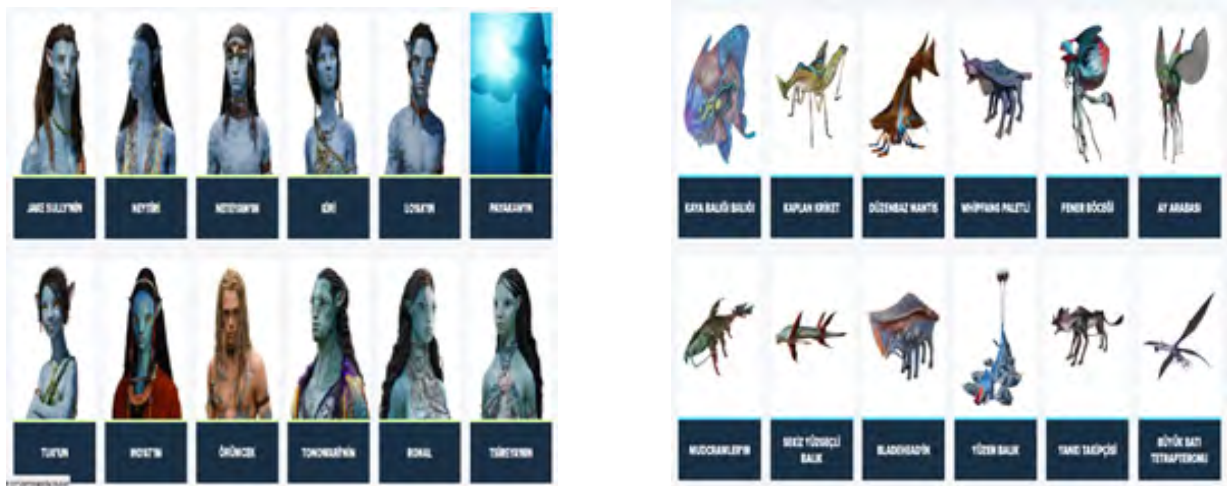
(Kaynak: <https://www.avatar.com/community> Erişim Tarihi: 16.10.2024)

Kurgusal evrene özgü üretilen bu yardım videoları “kendini tanıtmak” ve kelime bazlı “merhaba”, “arkadaşlar”, “beraber yüzelim mi?”, “mutluyum!”, “seni görüyorum” şeklinde filmde sıklıkla kullanılan diyaloglardan seçilmiştir. Üretilen bu videoların hayran kültürünün bir örneği olarak da Na'vi dili öğrenme internet sayfaları ve YouTube içerik videolarını² teşvik ederek hayranlar tarafından oluşturulan örneklerle aktif bir dolaşıma girdiği de görülmektedir.

Avatar kurgusal evreni derinleşebilirlik ilkesine uygun olarak resmi internet sayfası ile entegre “Pandorapedia” sekmesi, Pandora ve Avatar evreni için bir rehber niteliğinde olmaktadır. Bu üretilen içerikte, Pandora gezende bulunan mekân/ ortam, bitki örtüleri, faunalar, Na'vi karakterlerin hayat hikayeleri, kostümleri, saç stilleri, kullandıkları araçlar, silahlar ve özellikleri vb. hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

Resim 3

Pandorapedia Karakter ve Bitki Örtüsü Görselleri

(Kaynak: <https://www.avatar.com/pandorapedia> Erişim Tarihi: 16.10.2024)

² Yukarıdaki ifadeye örnek internet sayfaları şu şekildedir:

<https://learnnavi.org/>

https://james-camerons-avatar.fandom.com/wiki/Na%27vi_Language

<https://www.YouTube.com/watch?v=28aTWDeioZY>

Bu unsurlar hayranları araştırmaya teşvik eden bir yapı ile tasarlanmıştır. *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmi için üretilmiş; *Avatar The Way of Water The Visual Dictionary* (2022) adlı ansiklopedi ve sözlük temalı kitap ise sinema filminin vizyona girmesinden sonra tüketicilere sunulmuştur. Bu kitapta; karakter ve kostüm tasarımları, Pandora gezegeninin kurgusal jeolojisi, ekosistemi, bitki örtüleri ve hayvanları hakkında detaylar sunulmaktadır. Özellikle Na'vi ırkının gelenek ve görenekleri, Pandora'nın okyanusundaki Tulkun ve Skimwing türleri ile gezegenin fauna ve floraları hakkında detayların yer aldığı görülmektedir. Sinema filmleriyle tanıtılan kurgusal evrenin çok sayıda çeşitlendirilmiş yeni mecra/içerik/ürün ile derinleştirildiği görülmektedir. Aynı zamanda bu örneklemelerin anlatı evrenindeki karmaşıklığı ve bilgi eksikliklerini azaltan bir başvuru kaynağı olarak da kurgusal evreni tamamladığı tespit edilmektedir.

Avatar Kurgusal Evreninde Süreklilik ve Çeşitlilik Prensibi

Avatar kurgusal evreninde süreklilik prensibi Avatar (2009) sinema filmi ile *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmleri arasında kurulan ortak tutarlı ve birbirleriyle bütüncül bir evren temsilinin kurulmasında karşılık bulmaktadır. *Avatar* (2009) sinema filminde izleyiciye tanıtılan köken (orijin) hikayesi; dünyanın kaynaklarının tükendiği, yoksulluğun ve çevre kirliliğinin olduğu bir dönemde bilimin dünya için yeni kaynaklar arayışında olduğu bir dönemi anlatmaktadır. 6 yıllık bir yolculuk ile gidilebilen değerli madenlerin bulunduğu gezegenin adı Pandora'dır. Yunan mitolojisinde Pandora, ölümlü ve en güzel kadın olarak tasvir edilmektedir. Dünyaya yanında gelirken getirdiği ve Zeus'un kapalı tutması şartıyla verdiği kutuyu açtığında ortaya hastalıklar, kıtlıklar ve kötülükler çıkmaktadır (Agizza, 2006: 158-159). Pandora'nın Yunan mitlerinden gelen anlamı ile sinema filminde de arketipsel bir ilişki söz konusudur. Pandora gezegeninde dev boyutta Na'vi ırkı yaşamaktadır. Bu gezegendeki madenler ve değerli kaynaklar

dünya için değerli olmaktadır. Filmin ana karakteri Jake Sully ise savaş gazisi, ağabeyinin ölümü ile Avatar programına dahil olarak Na'vi ırkının içerisinde bilgi toplamakla görevlendirilir. Jake zamanla bu ırka yakınlaşır ve asıl amacını unutarak, onlardan biri gibi hissetmeye başlar. Jake ve Neytiri ise bir aşk yaşamaktadır. Na'vi ırkı tarafından kutsal kabul edilen yaşam ağacında (Yüce Anne Eywa³) Jake Sully karakterinin düzenlenen bir ayin ile gerçek bir Na'vi olmasıyla film sonlandırılmaktadır.

13 yıl sonra üretilen *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmi ise birinci filmle ortak bir devamlılığın inşa edildiği bir olay örgüsü ile devam ettirilmektedir. Jake (protagonist) ve Neytiri adlı karakterler bir aile kurmuş ve Neteyam, Lo'ak, Tuktirey ve Kiri adlı çocukları olmuştur. Serinin ikinci filminde, Gökyüzü İnsanları (The Sky People) Pandora'ya geri dönmektedir. Gökyüzü İnsanları buradaki ormanları yakarak, Pandora'nın eşsiz doğasını mahvetmektedir. Tulkun adlı deniz canlılarını ise dünyadaki insanların yaşlanmasını durduran değerli bir malzeme için avlamaktadır. Birinci filmde, Neytiri tarafından öldürülen albay Miles Quaritch'in genç klon Na'vi avatarı üretilerek ikinci filmde de baş kötü karakter (antagonist) olarak yer almaktadır. Birinci ve ikinci filmlerin tutarlı devamlılık inşasının temelleri Na'viler ile Gökyüzü İnsanların mücadelesi ile protagonist ile antagonistlerin benzer tasarımlarıdır. Her iki filmde de temel mücadele Na'vileri temsilen Jake Sully ve Gökyüzü İnsanlarını (insanoğlunu) temsilen ise Albay Miles Quaritch'in intikam hikayesine dayanmaktadır.

Bir başka süreklilik inşası ise sinema filmleri ile video oyun arasında kurulmaktadır. *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminin başlangıç sekansında Neytiri tarafından seslendirilen Na'vi Sarentu klanının şarkısı, *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) adlı video oyundaki kaçırılan Na'vi Sarentu klanına ait çocukların isyanından öncesinde seslendirilmektedir. Sinema filmlerinde inşa edilen Na'vi evren inşası, felsefesi ve mitolojisi video

³ Eywa: Pandora mitolojisinde, kurgusal evrendeki ekosistemi dengede tutan mutlak dişil güç olarak tüm Na'vilerin de annesi olmaktadır. Eywa, ekofeminist bakış açısıyla, Pandora'daki her varlığı bağlantıda tutan tanrısal bir güç olarak yer almaktadır (Boz, 2023: 278).

oyunda da sürdürülmektedir. Na'vilerin doğa ile canlılarla kurdukları dostane, dengeli ve kutsanmış ilişki, oyunculara sunulan görevlerin içerisinde de yer almaktadır. Bu mitoloji ve felsefeye göre doğa ile kurulan bu ilişki evrendeki enerjiyi dengede tutmaktadır. Jake Sully adlı karakter, video oyunda kaçırılan Na'vi çocuklarını kurtarmak için, Na'vi klanını Gökyüzü İnsanlarına karşı saldırtmaktadır. Sinematik evrenle bağlantılı bir süreklilik inşası da video oyunda oyuncunun "İkran" (Banshee) adlı kurgusal canlı ile bağ kurma töreni görevidir. Bu olay örgüsü diğer mecralarla tutarlı ve benzer bir biçimde sürekliliğin ürünü olarak sunulmaktadır.

Avatar kurgusal evreninde çeşitlilik prensibi *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminden uyarlanmış ve filmin öncesini anlatan *Avatar: Üstün Taraf* (2023) adlı 3 ciltten oluşan çizgi romanda karşılık bulmaktadır. Çeşitlilik prensibi temelinde sürekliliğin inşa edildiği hikâye evrenini başka bir çeşitli mecra ile zenginleştirme ilkesine dayanmaktadır. Metindeki olay örgüsü ve karakterler yeni bakış açılarıyla ve deneyim ile medya tüketicisine sunulmaktadır. Çizgi roman resim ve metnin sentezinden oluşmakta, söz ve imge montajını sunarken hem görsel hem de sözel yorum becerilerini kullanmayı gerektirmektedir. "Sanatın askerleriyle (perspektif, simetri, fırça vuruşu) edebiyatın askerleri (gramer, olay örgüsü, sentaks) üst üste çakışmaktadır (Eisner, 1985)." Bu bağlamda, medya tüketicisi sinema filminde bir izleyiciyken yeni bir mecra da okuyucu rolüne geçiş yapmaktadır.

Çeşitliliği sunan bu üç ciltlik çizgi roman serisi, aynı zamanda süreklilik inşasına da katkı sunmaktadır. Zira bu çizgi romanda *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminin öncesinde gerçekleşen benzer olayların detaylandırıldığı ve eksilti bırakılan anlatıdaki boşlukların (Na'vi halkının Jake Sully'nin önderliğinde bir savaşçı klanına dönüşmesi) tamamlandığı görülmektedir. Bu

çizgi romanlarda; Jake Sully ve ailesinin RDA ile Gök İnsanları ile mücadelesi sinema filmine benzer biçimde verilirken; *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminden farklı olarak Pandora'da insan ırkına karşı Na'vi savaşçıları yetiştirilmesinin detayları, kurgusal evrenin yeni mekanlarına geçişlerin yapılması ve Jake Sully ailesinin resif halkının yanına yerleşmeden öncesinde geçen olayları detaylandırması açısından hikâye evrenini zenginleştirdiği görülmektedir. Bu açıdan *Avatar: Üstün Taraf* (2023) adlı 3 ciltten oluşan çizgi roman serisi, *Avatar* (2009) sinema filmi ile *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filmi arasında köprü görevi üstlenerek, anlatı evreninde hem süreklilik inşasına hem de çeşitlilik prensibine katkı sunmaktadır.

Avatar Kurgusal Evreninde Dalma ve Çıkarma Prensibi

Bu kurgusal evrende "dalma" prensibi, Ubisoft tarafından geliştirilen *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) adlı birinci şahıs video oyununda kodlanmaktadır. Farklı oyun oynama biçimleri de göz önüne alınarak oyunun toplam süresi yaklaşık olarak 15 saatlik bir süreye sahiptir. Oyunun pazarlamasında "*Pandora'yı Koru. Na'vi Ol*" (Protect Pandora. Become Na'vi) sloganı kullanılmaktadır. Video oyunu daha önce hiçbir mecra da anlatılmamış yeni bir kurmaca olay örgüsü ile 2146 yılında Hallelujah Dağları savaşından sekiz yıl öncesi ve sonrasına odaklanmaktadır. Diğer mecralarda hiç görülmeyen yeni bir mekân olan Pandora evreninin Batı sınırındaki açık dünyayı kullanıcıya tanıtmaktadır. Oyun süresince kullanıcı, yeni kurgusal mekanları ve yeni klanları (Kinglor ormanı, Direniş karargâhı, The Aranahe klanı, Mender mağarası, The Wandering klanı, Zeswa klanı vb.) sürükleyici bir deneyimle keşfetmektedir. Temelde oyunun olay örgüsü Gökyüzü İnsanları (RDA) ile Pandora halkı olan Na'viler ve onlara farklı klanlar arasındaki savaşı ve çatışmayı anlatmaktadır. Ana karakter olarak

⁴ İkran: Na'vi'lerin hayatlarında, geleneklerinde ve tarihlerinde saygı duyulan İkran veya Banshee adlı ejderha benzeri kurgusal bir canlı türüdür. Bir İkran ile bağ kurma töreni olan İknimaya, inanılmaz derecede tehlikeli bir gelenektir. Bu iki yönlü süreç hem genç Na'vi savaşçısının hem de İkran'ın birbirlerini "seçmesini" gerektirir. Savaşçı, Banshee olası ortağını öldürmeye çalışırsa İkran'ın kendisini seçip seçmediğini bilecektir (Kaynak: Avatar Resmi İnternet Sayfası, 2024).

Sarentu klanından olay oyuncu (oyunu oynayan kullanıcı) farklı klanları bu savaşa ikna etmek ve Pandora'yı korumak için bir yolculuğa çıkmaktadır. Oyunda insanlara ait RDA adlı kaynak geliştirme programı Na'vi klanına ait çocukları kaçırmıştır. Onları "Elçi" programı (TAP) adlı program ile eğitip, Na'vileri yönetmek için kullanacaklardır. Gökyüzü İnsanlarının Pandora gezegeninde olmalarının asıl amacı; gezegendeki bereketli toprakları, değerli varlıkları, canlıları, yer altı kaynaklarını ve mineralleri sömürmektir. Oyunun baş kötü karakteri (antagonist) John Mercer adlı karakterdir. Gökyüzü İnsanlarına ait büyük tesisin patlatılması ve Pandora'nın kurtuluşu ile oyunun anlatısı sonlandırılmaktadır.

Oyunda, oyuncuya (gamer) Na'vi gibi hareket edebilme, onlar gibi ormanı görebilme, Na'vi hislerini yönetebilme, Yüce Anne Eywa ile iletişim kurabilme gibi kurmaca yetenekler kazandırılmaktadır. Diğer mecralardan farklı olarak oyuncu, sanal uzamda Pandora evrenine ve Na'vi olmaya yönelik bir edinim kazanarak etkileşim kurmaktadır. Oyun boyunca oyuncu; Pandora evreninde keşfedilecek bitkiler, çeşitli silah, ekipman ve teçhizatların geliştirilmesi, Na'vi şarkıları ve dili, klana özgü dini ritüeller, Na'vi avlanma yöntemleri gibi çok sayıda yeni bilgiler ve yetenekler kazanmaktadır. Oyun boyunca kullanıcının etkileşimi ve görevleri

tamamlamasında etkin bir unsur olan orman, doğa, yetenek ağaçları gibi unsurlar, sinematik evrende üretilen Na'vi ırkının doğa ile kurduğu dostane ilişkiye dayalı felsefenin bir devamı niteliğindedir. Bu felsefe sinematik evrende şu şekilde sunulmaktadır: Doğada her varlığın güçlü bir enerji ile akış ve etkileşim içerisinde olduğudur. *"Her canlı diğerinin yaşam alanına saygı duymalı, kendi varlığını idame ettirme dışında oradan bir şey almaya çalışmamalıdır. Canlıların varlığının kutsanması, yüceltilmesi, çoğulluğu ve çoğulculuğu destekleyecek biçimde öne çıkarılmalıdır"* (Boz, 2023: 279).

Oyuncu (gamer) oyunun genel olay örgüsünün sinematik bir biçimde sunulduğu bölümden sonra Sarentu klanından nasıl bir Na'vi olacağının seçimini yapmaktadır. Burada yüz, saç, cilt tipi, sesi ve beden tipinin nasıl görünmesi gerektiği oyuncunun tercihinine göre şekillenmektedir. Oyuncu kendi avatarını tasarladıktan sonra oyuna dahil olmakta ve sinematik sekanslar dışında oyunu kendi kişisel tercihleriyle de yöneten kişi olmaktadır. Oyuncu öznel kamera tekniği ile oyunda yer aldığı için, adeta "kamera" rolüne geçerek diğer karakterlerin doğrudan iletişimine ve etkileşimine maruz kalmaktadır. Bu durum oyuncunun içerisinde bulunduğu evrene dalmasını kolaylaştırmakta ve onu makro bir etkileşime itmektedir. Aynı zamanda

Resim 4

Avatar: Frontiers of Pandora Adlı Video Oyunu Görselleri



(Kaynak: <https://www.avatar.com/games/avatar-frontiers-of-pandora> Erişim Tarihi: 23.10.2024)

oyun boyunca oyuncuya çeşitli görevler ve hedefler tanımlanmaktadır. Bu görevler ve hedefler ekranda tipografik bir unsur olarak sunulmaktadır. Bu görevlere örnekler şu şekildedir: *"Git ve kantinden bir şeyler bul!"* *"Kaç Tap bölümüne!"*, *"Yeni bir yol bul!"*, *"Kayıp Avcı'yı bul"*, *"Savaş Çağrı..."* Tüm bu görevler, mavi renk paletleriyle tipografik bir unsur olarak sunulmaktadır. Diğer mecralarla tutarlı bir biçimde, mavi renk paleti baskınlığı Na'vi ırkının ortak renk paletleriyle benzer bir biçimde tasarlanmıştır. Oyuncu, RDA'ya ait binadan kaçarak, Pandora evrenine doğru yola çıktığında yeşil bir doğa, mutlu ve huzurlu bir evrenle karşılaşmaktadır. Yüce Anne Eywa ile iletişim kurmak için kutsal bir ağaca bağlandığında Sarentu klanının atasıyla iletişim kurar ve klanının kökeni hakkında bilgiler almaktadır.

Oyuncunun kurgusal anlatı evreni içerisinde ilerlemesini sağlayan; görevleri ve hedefleri tamamlaması, savaş ve dövüş yeteneklerini geliştirmesi, yeni kostüm ve ekipman kazanabilmesi, Sarentu klanının atalarının yeteneklerini kullanmayı öğrenebilmesi, farklı ilkel ve teknolojik savaş araç ve gereçlerini (ok, mızrak, Na'vi silahları, tüfek, TAP cihazları vb.) kullanmayı

öğrenebilmesine bağlı olmaktadır. Oyuncunun oyunda doğru yönde ve doğru noktaya bakarak ilerlemesini sağlayan ise yardımcı karakterlerle kurulan diyaloglar, Na'vi hislerini kullanarak ormanda görülen illüzyonlar, canlıların gittiği yönü takip etmek, görevlerin sunulduğu tipografik öğeler, haritalar, işaretler ya da sembolleri doğru bir biçimde kullanabilmesine bağlı olmaktadır. Oyuncu tüm bu unsurlarla Avatar kurgusal evrenine ait görsel-işitsel öğelerle kuşatıldığından dolayı kurgusal evrenin içerisine dalması kolaylaşmaktadır. Dalma ilkesine uygun olarak kullanıcı, fiziksel yaşamından soyutlanarak yaklaşık olarak 15 saatlik bir sanal Pandora gezegeni yolculuğuna çıkmaktadır. Bu yolculukta kullanıcı Avatar evrenini kurtarma rolü üstlenerek, sanal bir kurgunun içerisinde gerçeklik hissi yaşamaktadır.

Bu kurgusal evrende "çıkarma" prensibi "Avatar: Suyun Yolu lisanslı Lego ürünü" olarak kodlanmaktadır. Bu prensipte kullanıcının sanal evrenden çıkarttığı parçayı gerçek hayata fiziksel olarak taşıyabilmesi gerekmektedir.

Resim 5

Avatar: Suyun Yolu Lisanslı Lego Ürün Görselleri



(Kaynak: <https://www.lego.com/tr-tr/kids/campaigns/avatar/build-your-bond> Erişim Tarihi: 25.12.2025)

Hem koleksiyonerler hem de hayranlar için üretilen “Avatar: Suyun Yolu lisanslı Lego ürünler” oyunlaştırma aracı olabilmektedir. Burada kullanıcı sanal ortamda deneyimlediği sinematik ya da grafik imgeleri, gerçek yaşama taşıyabilmektedir. Bu ürünler Avatar evreninin bilinirliğini/tanınırlığını da arttırmaktadır. Sinema filminin tanıtımı içinde bir pazarlama aracı olan bu ürünlerde; Avatar evrenine özgü kostümler, aksesuarlar, saç stilleri, savaş araç ve gereçleri (ok, mızrak) tanıtılmaktadır. Özellikle bu figürlerde baskın olarak sinematik evrenle ilişkili 2 önemli figür “Toruk Makto” ve “Ruhlar Ağacı” (Tree of Souls) ön plana çıkarılmıştır. Toruk Makto, Avatar sinematik evreninin baş karakteri Jake Sully’nin büyük zorluklarla binmeyi başardığı önemli bir İkran olan kurgusal canlıdır. Avatar evreninde Toruk Makto’ya binebilen kişi lider olarak üstün bir onura sahip olmaktadır. Bu canlı içerisinde bulunduğu ekosistemin en büyük avcısıdır. Ruhlar Ağacı ise, Omatikaya klanının Eywa ile iletişim kurabildiği en kutsal mekanlarından biridir. Dolayısıyla “dalma”da sanal evrende bir deneyim yaşayan oyuncu, “çıkarma” prensibinde bir hem tüketici hem de oyuncu olabilmektedir. Transmedya hikayeciliğinde medya tüketicisine sunulan deneyim çeşitliliği (sanal/fiziksel) stratejinin önemli bir parçasıdır.

Avatar Kurgusal Evreninde Dünya İnşası

Prensibi

Avatar kurgusal evreninde dünya inşası prensibi, sinema filmi *Avatar: Suyun Yolu* (2022), video oyunu *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023), çizgi roman *Avatar: Üstün Taraf* (2023) örneklemelerinde kodlanmaktadır. Bu mecralar diğer mecralardan farklı olarak olay örgüsü, karakterleri, yer ve zaman ilişkisiyle içerisinde “öyküsel anlatı” barındıran mecralardır. Sinema filmi ile sunulan Avatar kurgusal dünya inşasında Jake Sully ve ailesinin deniz klanlarından resif halkının yanına gitmesine odaklanmaktadır. Bu noktada kurulan dünya inşası, filmin olay örgüsüyle ilişkili olarak su altı dünyası, deniz canlıları, flora ve faunası ağırlıklıdır. Temelde Pandora’lı Na’vi ırkı ile dünyalaştırma amacıyla Pandora’ya gelen sömürgeci insan ırkının mücadelesi ele alınmaktadır. Video oyununda ise Pandora evreninin Batı sınırındaki açık dünyayı ve RDA’nın tesislerinin dünya inşasında baskın bir biçimde sunulduğu görülmektedir. Çizgi romanda ise Pandora’da insan ırkına karşı Na’vi savaşçıların Jake Sully önderliğinde yetiştirilmesine odaklanmakta ve orman klanları arasında yeni kurgusal mekanlar ve karakterler tanıtılmaktadır.

Şekil 2

Avatar Kurgusal Evreni Dünya İnşası Kurgusal Zaman Çizgisi



Şekil 2'ye göre, Avatar kurgusal evreni birinci sinema filmi başlangıç hikâyesi (origin story) *Avatar* (2009) filmi ile başlatılmaktadır. Sinema filminden sonraki 10 yılda gerçekleşen olay örgüsü ise çizgi roman serisi olan *Avatar: Üstün Taraf* (2023) örnekleminde sunulmaktadır. İkinci sinema filmi çizgi romanda sunulan anlatıdan daha sonraki dönemde gerçekleşen olaylara odaklanarak *Avatar: Suyun Yolu* (2022) ismiyle vizyona girmiştir. Devamında sunulan video oyun *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) ile sıralı bir biçimde olay örgüsü ilerlemektedir. Dolayısıyla, öyküsel anlatı barındıran bu dört içerik/ürün sıralı olarak ortak kurgusal dünya inşasını üretmektedir.

Farklı transmedya franchise'ları arasında zaman çizgisini takip eden kullanıcı/hayran, Avatar kurgusal evreninin bütüncül yapısına daha fazla hâkim olacağı için tatmin ve doyum duygusunun artacağı ön görülmektedir. Bu aşamada kurulan dünya inşası, ürettikleri olay örgüleri, ön plana çıkan karakterler, kostüm ve aksesuarlar ve kurgusal evrene özgü imgeler ile diğer mecralarda içeriklerin yayılma biçimlerini de etkilemektedir. Özellikle bu kurgusal evrene özgü kurmaca olarak üretilen canlılar, bitkiler, hayvanlar, klanlar, dini figürler ile ritüeller bulunmaktadır. Avatar kurgusal evreni için üretilmiş kurmaca bir Pandora gezegeni ve bu gezegende kullanılan Na'vi dili ile saç stilleri, kostümleri, fiziksel görünümünün tasarlandığı görülmektedir. Tüm mecralara özgü ortak dünya inşasında; Na'vi felsefesi, Na'vi ırkının doğa ile kurduğu dostane ilişki, Eywa dişil güç tanrı imgesi, İkran seçimi ile karakterlerin güçlü bir savaşçıya dönüşmesi gibi ortak temsiller bulunmaktadır. Özellikle performans prensibinde kodlanan hayran üretimi içeriklerin teşvik kaynağı olarak dünya inşası görülmektedir.

Avatar Kurgusal Evreninde Dizileştirme/ Dizisellik Prensibi

Avatar kurgusal evreninde dizileştirme/dizisellik prensibi, sinema filmi *Avatar* (2009) ve *Avatar: Suyun Yolu* (2022), çizgi roman *Avatar: Üstün Taraf* (2023) ve YouTube'da yayınlanan *Avatar | Expedition Pandora* (2024) belgesel örneklerinde kodlanmaktadır. Daha uzun anlatıların bölüm

bölüm ayrılması ve ana hikâyeyi birbirleriyle bağlantılı ve tutarlı bir biçimde serileştirme stratejisine dayanmaktadır. Bu kurgusal evrende bütün hikayelerin başlangıç ve ana hikayesi *Avatar* (2009) sinema filmi olmaktadır. Birinci ve ikinci sinema filminde olay örgüsü Jake Sully ve Neytiri ana karakterleri odağında; Gökyüzü İnsanları (insanoğlu) kötüdür ve Na'vi klanları iyidir temel felsefesine dayanmaktadır. Birbirleriyle tutarlı bir hikâye evreni serileştirilmiştir. Çizgi roman örnekleminde ise serileştirme 3 adet farklı çizgi roman serisi ile gerçekleştirilmiştir. Çizgi romanda Gökyüzü İnsanlarının birinci filmde Pandora'yı terk edişinden 10 yıl sonrasına ve yeniden Pandora'ya ağır silahlarla dönmesine ve Na'vilerle yaşayacakları büyük savaşa odaklanmaktadır. Sinema filmiyle benzer bir biçimde ana karakterler Jake Sully ve Neytiri'dir. *Avatar: Suyun Yolu* (2023) filminde tanıtılan Lo'ak, Kiri, Neteyam ve Frances Ardmore gibi karakterler de bu örnekleme yer almaktadır. Dolayısıyla, bu kurgusal evrende yapılan dizileştirme/dizisellik kurgusal anlatı evrenini büyütmede, dünya inşasına da katkı sunmaktadır. Hayran/tüketici için çeşitliliği arttırmakta ve tüketim pazarını da geliştirmektedir. Son olarak, belgesel türünde üretilen ve YouTube'da yayınlanan *Avatar | Expedition Pandora* (2024) adlı içerik 5 bölüm olarak hem dizisellik hem de öznellik prensibine uygun olarak kodlanmaktadır. Her bölüm belirli temalara (dünya ile Pandora'nın farkları, Na'vilerin yaşamları, vb.) odaklanmaktadır.

Avatar Kurgusal Evreninde Öznellik Prensibi

Bu kurgusal evrende "öznellik" prensibi, YouTube adlı dijital yayın platformunda @AvatarOfficial adlı resmi hesapta yayınlanan *Avatar | Expedition Pandora* (2024) adlı belgeselde kodlanmaktadır. Bu içerik 5 bölüm olarak serileştirilmiştir. Bu prensipte, kurgusal dünyanın keşfedilmemiş noktalarına yönelik diğer mecralarda olmayan yeni bir içerik üretimiyle farklı bakış açılarını destekleyici metinler sunulmaktadır. Örneklem olarak alınan belgeselde, insanoğlunun bir anlatıcı olarak (dış ses) bu kurgusal dünyayı "gerçekmiş" gibi sunması söz konusudur. Bu belgeselde; Pandora gezegeninin yıldız sistemi içerisindeki konumu, olağanüstü bitki örtüsü, hayvan, jeolojik özelliklere

sahip olduğu video görsellerle sunulmaktadır. İnsanoğlunun yaşadığı dünya ile Pandora gezegeninin benzerlikleri, Na'vilerin yaşamları, klanları, dini törenleri ve ritüelleri tanıtılmaktadır. Sinematik evrende çok fazla detayları sunulmayan Omatikaya klanının özellikleri, Na'vilerin saçlarında bulunan "Kuru" adlı organizma ile nasıl sinirsel bağlantı kurarak iletişim sağladıkları, Hallelujah Dağları'nın özellikleri, Toruk Makto'nun avcı profili, deniz yaşamı, resiflerin özellikleri ve *Avatar: Suyun Yolu* (2022) filminde tanıtılan Tulkun, Skimwing vb. canlılara yönelik ek bilgiler sunulmaktadır. Dolayısıyla bu örneklem dünya inşasında kurulan olay örgüsü, karakter, imgeleri destekleyici, keşfedilmemiş yönlerini de detaylandıran bir biçimde hipergerçeklik algısını da büyütmektedir. Kurmacada olsa çeşitli veriler ve grafiklerle bilgiler desteklenmektedir. Bu açıdan örneklemde sunulan sahte/gerçek olmayan bilgiler "gerçeklik" algısını gerçek ile kurmacanın sınırlarını bulanıklaştırarak, zihinde Pandora evrenini hipergerçek bir örüntüye sokmaktadır.

Avatar Kurgusal Evreninde Performans Prensibi

Bu kurgusal evrende "performans" prensibi YouTube adlı dijital yayın platformunda yayınlanan @cracked adlı abone sayfası tarafından üretilen hayran üretimi *We Remade Avatar 2 For \$20* (Avatar 2'yi 20 Dolara Yeniden Yaptık) (2023) adlı içerikte kodlanmaktadır. Bu içerik, 2,41 dakikalık

bir süreye sahiptir (YouTube Cracked, 2025). Avatar evreninde performans prensibine göre hayranların, hikâye dünyasına yeni kurgular, bakış açıları ya da farklı türlerde üretilen "yeni" içeriklerle katkıda bulunması söz konusudur. Bu durum yeni metinlerin üretimlerini de teşvik ederek hayranları bir araya getirir ve Avatar imgesinin dolaşımına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, hayranlar kurgusal evren içinde bir yeni kurgu "yaratma" fırsatını da yakalamaktadır.

Bu araştırmada ele alınan örneklemde *Avatar: Suyun Yolu* (2022) adlı büyük bütçeli sinema filminin bir parodisi niteliğinde içerik üretilmiştir. Büyük bütçeli bir film olmasına rağmen üretilen hayran üretimi içerikte amatör mekân, dekor, kostüm ve makyajlarla birlikte filmdeki olay örgüsü, karakterlerle eş güdümlü bir mizah üretilmiştir.

Postmodern dönemin mizah tekniklerinden biri olan parodi, bu içerikte metinlerarası bir bağlam kurarak ana öyküde ayırt edici sahnelerin yeniden çekimi yoluyla medya tüketicisine sunulmaktadır. Sinema filmine göndermelerin yapıldığı bu içerikte; Jake Sully, Neytiri, Neteyam, Lo'ak, Tuktirey, Spider Socorro adlı karakterlerin mizahi bir biçimde sunulduğu ve taklit edildiği görülmektedir. İçerik üretiminde su altı çekimleri ile stop-motion tekniği kullanılmıştır. Özellikle aksiyon sahnelerinin düşük bir bütçeyle nasıl görüneceğine dair bir parodi mizahının üretildiği görülmektedir.

Resim 6

"We Remade Avatar 2 For \$20" Hayran Üretimi YouTube İçerik Görselleri



(Kaynak: <https://www.YouTube.com/watch?v=wG7iLUX15CA> Erişim Tarihi: 21.01.2025)

Ele alınan örnekleme performans prensibiyle uyumlu bir biçimde, hayranlar ana öykü olan sinema filminin biçimini bozmadan ortak ve tutarlı bir mizah üretmişlerdir. Yeni bir olay örgüsü eklemesi yapılmamıştır. Burada hayranlar kurgusal evren ile ilgili kendi mizahi perspektiflerini ortaya koydukları üre-tüketici rolüne bürünmekte ve Avatar kurgusal evreninin dolaşıma sokulmasına da katkıda bulunmaktadır. Hayran kültürünün de bir örneği olan bu örneklem, yapım firmasının üretimlerinden bağımsız olarak hayranların özgür bir biçimde transmedyal anlatıya katkı sundukları örneklerdir.

Bulguların Değerlendirilmesi

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Jenkins’in yedi temel prensip ilkeleri ile incelenen Avatar kurgusal evreninden örneklem değerlendirildiğinde aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

Tablo 1’de yer alan bulgulara göre, Avatar kurgusal evreninde transmedya hikâye anlatıcılığı yaklaşımı ve stratejisini içeren Jenkins’in yedi temel prensip modelinin, ele alınan örneklemde kodlandığı görülmektedir. Bazı içerik/mecranın yapısı ve prensiplerin özellikleri bağlamında yorumlandığında, örneklem birinden çok prensipte kodlandığı görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Medyayakınsaması ile gündeme gelen transmedya hikâye anlatıcılığı son yıllarda çok sayıda akademik çalışmanın da konusu olmuştur. Bu çalışmada, transmedya hikâye anlatıcılığı yaklaşımı ve stratejiyle incelenen “Avatar” kurgusal evreni, ilgili literatürdeki yaklaşımlara benzer olarak kurgusal bir içeriği geliştirmek ve pazarlamak için farklı mecralara geçiş yapmıştır. İncelenen kurgusal evren nitelikli ve kapsamlı bir biçimde tasarlanmış

Tablo 1

Avatar Kurgusal Evreninde Jenkins’in Yedi Temel Prensip Bulguları

Yayılabilirlik ve Derinleşebilirlik Prensibi

Yayılabilirlik: Resmi Sosyal Medya Platformu (Facebook)

Derinleşebilirlik: Resmi İnternet Sayfası (<https://www.avatar.com/>: Na’vi Dili Öğretme Videoları, Pandorapedia), Ansiklopedi ve Sözlük Temalı Kitap (Avatar The Way of Water The Visual Dictionary/2022)

Süreklilik ve Çeşitlilik Prensibi

Süreklilik: Sinema Filmi (Avatar: Suyun Yolu/2022), Video Oyun (Avatar: Frontiers of Pandora/2023)

Çeşitlilik: Çizgi Roman (Avatar: Üstün Taraf-3 Cilt/2023)

Dalma ve Çıkarma Prensibi

Dalma: Video Oyun (Avatar: Frontiers of Pandora/2023)

Çıkarma: Avatar: Suyun Yolu lisanslı Lego ürünü

Dünya İnşası Prensibi

Sinema Filmi: Avatar: Suyun Yolu (2022)

Çizgi Roman: Avatar: Üstün Taraf (2023)

Video Oyun: Avatar: Frontiers of Pandora (2023)

Diziselleştirme/ Dizisellik Prensibi

Sinema Filmi: Avatar: Suyun Yolu (2022)-2 Adet Seri

Çizgi Roman: Avatar: Üstün Taraf (2023)-3 Adet Seri

YouTube Belgesel: Avatar | Expedition Pandora (2024)-5 Adet Seri

Öznellik Prensibi

YouTube Belgesel: Avatar | Expedition Pandora (2024)

Performans Prensibi

Hayran Üretimi İçerik: We Remade Avatar 2 For \$20 (2023)

transmedya içeriği olarak farklı platformlar üzerinden genişletilmiştir. Her bir mecranın güçlü yönleriyle ayırt edici ve temel anlatıya hizmet eden bir biçimde katkı sağladığı görülmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular, Jenkins’in transmedya hikâye anlatıcılığında tutarlılık modeli olarak gördüğü yedi temel prensip modeline göre “Avatar” evreninin yayılım gösterdiğini de saptamıştır. Sinema filmi, çizgi roman ve video oyun gibi öyküsel anlatı barındıran mecralarda kurulan dünya inşasının, farklı mecralarda derinleştirildiği, resmi sosyal medya platformlarından lisanslı Lego ürünlerine, Youtube belgesellerine kadar birbirleriyle anlamlı ve tutarlı bir kurgusal evren inşasının üretildiği görülmektedir. Medya tüketicisi ise bu deneyim sürecinde “avcı ve toplayıcı” rolüne bürünerek farklı mecralara dağıtılan içerik/ürünleri birleştirmesi gerekmektedir. Bu açıdan Avatar kurgusal evreninde bir strateji olarak transmedya yaklaşımının ürettikleri içerikler ve farklı mecralara dağıtım süreçlerinde benimsendiği görülmektedir.

Bu alanda üretilen bilimsel çalışmalarda da giderek yaygınlaşan bir biçimde transmedya yaklaşımlarının kurgusal evren üretiminde ya da medya endüstrisinde güçlü bir strateji olduğu/olacağı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, ilgili literatürde yapılan çalışmalar bu tartışmayı destekler niteliktedir. Burke (2018) yaptığı çalışmada, Marvel sinematik evreninin transmedya hikâye anlatıcılığı stratejiyle ve bununla entegre büyük bir kurgusal evrenin süreklilik inşasıyla, işbirlikçi yazarlık fikriyle ve hikâye dünyasında kurulan derinlikle başarılı transmedya evreni haline geldiğine vurgu yapmaktadır. Uslu (2025) yaptığı çalışmada, *The Terminator* film serisini ve farklı mecralara yayılım gösteren içerikleri yedi temel prensip modeliyle analiz ederek transmedyanın evrensel ve sürdürülebilir bir stratejiye sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Akdemir ve Çelimli (2024) yaptıkları çalışmada *Barbie* (2023) filmi ve dijital dünyada Barbie ekosistemi içerisinde transmedya yaklaşımının izleyici sadakatini arttırmak için bir pazarlama stratejisi olarak kullanıldığını irdelemektedir. Cordova vd. (2025) yaptıkları çalışmada dünyanın en büyük e-spor etkinliklerinden biri olan *League of Legends*

Dünya Şampiyonası’nın açılış törenindeki canlı yayın ve bu yayın esnasında sosyal ağlar ile kullanıcı etkileşiminde transmedya stratejilerinin nasıl kullanıldığına odaklanmaktadır. İlgili literatürde transmedya kavramının sadece medyalararası bir hikâye anlatma pratiği olmadığına aynı zamanda medya endüstrisi içinde gelecek yıllarda daha da artan bir biçimde, bir strateji olarak kullanılabileceğine dikkat çekmektedir.

Bu araştırmada Jenkins’in yedi temel prensip modeline göre, Avatar kurgusal evreni “yayılabilirlik” prensibinde örneklem olarak ele alınan “Avatar” isimli Facebook (Meta) hesabında/profilinde Pandora imgesine ve sinema filmine özgü tanıtıcı içeriklerin (teaser, fragman, afiş vb.) kullanıcıların da etkileşimini teşvik edici bir biçimde sosyal ağlarda dolaşıma sokulduğu saptanmıştır. “Derinleşebilirlik” prensibinde ise resmi internet sayfası (<https://www.avatar.com/>) içerisinde yer alan “Na’vi dili öğrenme YouTube içerikleri” tasarlanmış kurgusal dili öğretmek için üretilerek bir başvuru kaynağı olarak sunulmaktadır. “Pandorapedia” sekmesi ve *Avatar The Way of Water The Visual Dictionary* (2022) adlı ansiklopedi ve sözlük temalı kitap ise sinema filminde anlatıda eksilti olarak bırakılan çok sayıda yeni bilginin yer aldığı örneklemelerdir. Medya tüketicisi daha derine inmeyi tercih ettiğinde anlatı evrenine özgü karmaşıklıkları azaltıcı bir başvuru kaynağı olarak bu içeriklere ulaşabilmektedir.

“Süreklilik” prensibinde sinema filmlerinin farklı serileri [*Avatar* (2009); *Avatar: Suyun Yolu* (2022)] ile video oyunu *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) arasında ortak bir tutarlılık ve devamlılık sağlandığı görülmektedir. Birinci sinema filmi ile ikinci sinema filmi devamlılık esasına uygun olarak bir devam hikayesi sunmaktadır. Özellikle olay örgüsünde Na’viler ile Gökyüzü İnsanlarının Pandora için mücadelesi ile anlatıda yer alan protagonist (Jake Sully) ile antagonistlerin (Albay Miles Quaritch) benzer tasarımlarda üretilmesi süreklilik inşasının bir ürünüdür. Video oyunda ise sinema filmiyle bağlantılı olay örgülerine, imgelere ve karakterlere yer verilmektedir. Bu noktada protagonist (kullanıcı/oyuncu) antagonist ise John

Mercer adlı karakter olarak diğer mecralardan farklı bir değişim mecranın yapısından dolayı söz konusudur. “Çeşitlilik” prensibinde ise çizgi roman serileri *Avatar: Üstün Taraf* (2023) kodlanmaktadır. Bu prensipte daha önceki mecralarda izleyici ve oyuncu olan kullanıcı, okuyucu rolüne bürünmektedir. Bu çizgi roman daha önce kurulan süreklilik inşasına bir köprü görevi görerek *Avatar* (2009) ile *Avatar: Suyun Yolu* (2022) sinema filmleri arasındaki olan bazı gelişmeleri (Na’vilerin savaşı klanına dönüşmesi) sunmaktadır. Başka bir kullanıcı deneyimi ile hikâye evreni deneyimlerinin çeşitlendirilmesi önemli bir stratejik aşamadır.

“Dalma prensibi” ise *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) adlı birinci şahıs türünde yaklaşık 15 saatlik bir süreye sahip video oyunda kodlanmaktadır. Diğer mecralarda tanıtılmayan yeni kurgusal mekân ve klanlar sürükleyici bir deneyimle tanıtılmaktadır. Kullanıcı kendisi tarafından tasarladığı bir Na’vi avatarı ile olay örgüsünün ana karakteri olarak Pandora’yı kurtarma görevi verilmektedir. Karakterler ona bakarak konuşmakta, görevleri ve hedefleri tamamladıkça etkileşim odaklı oyunu sürdürebilmektedir. Bu durum oyuncuya sanal bir evren tarafından kuşatıldığı makro bir özdeşleşme içerisine girdiği bir deneyimi yaşatmaktadır. Bu noktada dalma prensibinde oyuncu Pandora evrenini kurtarmak için çıktığı yolculukta, görsel-işitsel öğelerle başka bir gerçeklik tarafından kuşatılmaktadır. “Çıkarma” prensibi ise sanal evrenden çıkarılan parçaların gerçek hayatta tüketilebildiği ya da oynanabildiği bir unsur olarak “Avatar: Suyun Yolu lisanslı Lego ürünleri” olarak kodlanmaktadır. Bu örnekte, sinema filmiyle entegre üretilen Lego parçaları özellikle Na’vi felsefesi ve mitolojisinde ön plana çıkarılan Toruk Makto ve Ruhlar Ağacı adlı imgeleri somutlaştırmıştır. Oyun aracılığıyla medya tüketicisine Na’vi felsefesi ve mitolojisi benimsetilmektedir. “Dalma ve çıkarma” prensibinde kodlanan örneklem bu kurgusal evrende deneyim çeşitliliğinin de dikkate alındığının bir göstergesidir.

“Dünya inşası” prensibi özellikle öyküsel anlatı barındıran mecralar olan sinema filmi *Avatar: Suyun*

Yolu (2022), çizgi roman *Avatar: Üstün Taraf* (2023), video oyun *Avatar: Frontiers of Pandora* (2023) örneklemelerinde kodlanmaktadır. Burada medya tüketicisine farklı mecralarda üretilen transmedya metinleri ile kurgusal dünya inşasında bir yaşam gerçekliği algısı geliştirilmektedir. Temelde olay örgüsü, karakterleri, zaman ve mekân inşasıyla bu mecralar Pandora’nın yerlileri Na’viler ve onlara ait farklı klanlar ile insanoğlunun sömürgeci yanını resmeden Gökyüzü İnsanları ile mücadelesine odaklanmaktadır. Diğer mecralarda yayılım gösteren transmedya metinleri, bu temel izleği destekleyici, kapsayıcı ve ortak bir tutarlılığa hizmet eden bir biçimde üretilmiştir. Bu bağlamda, dünya inşasında Pandora evreninin tüm detaylarıyla Na’vilerin yaşam biçimleri, dini ritüelleri, saç ve kostüm stilleri detaylandırılarak verilirken aynı zamanda gezegenin ekosistemi, fauna ve florası da tüm detaylarıyla ortak bir yapılanmanın ürünü olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla “dünya inşası” öyküsel anlatılarıyla temel izlekleri sunduğu için diğer mecralara dağılımda belirleyici unsurlardır.

“Dizileştirme” prensibi ise sinema filmi *Avatar* (2009) ve *Avatar: Suyun Yolu* (2022) 2 adet seri, çizgi roman *Avatar: Üstün Taraf* (2023) 3 adet seri ile YouTube mecrasında yayınlanan belgesel türündeki içerikte *Avatar / Expedition Pandora* (2024) ise 5 adet seriden oluşmaktadır. Bu mecralarda daha uzun bir olay örgüsünün birbirleriyle bağlantılı ve tutarlı bölümlere/serilere ayrılarak, sürükleyici bir deneyim ile sunulduğu görülmektedir. Medya tüketicisi bu çizgi roman serilerinde Jake Sully ile ailesiyle birlikte Omatikaya klanında yer alan karakterlerle ve kurgusal evrenle daha güçlü bir bağ kurabilmektedir. “Öznellik” prensibi ise yeni bir mecrada, keşfedilmemiş yönleriyle öykü evreninin genişletildiği *Avatar / Expedition Pandora* (2024) adlı YouTube belgeseli içeriğinde kodlanmaktadır. Bu belgeselde, insanoğlunu temsilen bir anlatıcı (dış ses) kurgusal dünyaya yönelik “sahte/gerçek olmayan” bilgilerle Pandora evreninin ve canlı yaşamının gerçeklik algısını derinleştirmek için “sahte/gerçek olmayan” kanıtlar sunmaktadır. Kurulan hipergerçek örüntüyü destekleyici unsurlar barındırmaktadır. Son prensip olan “performans” prensibi ise

bütünyle medya tüketicisinin yaratıcı gücüne bırakılan aşama olarak hayran üretimi YouTube'da yayınlanan *We Remade Avatar 2 For \$20* (2023) adlı içerikte kodlanmaktadır. Hayranların hikâye dünyasına kendi mizah tarzlarına has ürettikleri parodi içeriği ile katkı sağladıkları bir uzantı temsil etmektedir. Üre-tüketici rolünde olan hayranlar, postmodern mizah tekniği olarak parodiyi dünya inşasında üretilen temsiller üzerinden ortak ve tutarlı bir içerik olarak yaratmışlardır. Büyük bütçeli bir yapıyı 20 dolara nasıl ürettiklerini mizahi bir dille sunarken kurgusal evrene yönelik bir içerik çeşitliliği de arttırılmıştır.

Sonuç olarak Avatar kurgusal evreni için üretilen transmedya metinlerine bütüncül olarak bakıldığında, farklı mecralarda üretilen olay örgülerinde benzerlikler bulunmakla birlikte; özellikle karakter üretimi, kurgusal zaman ve mekân inşaları üzerinden hikâye evreninin daha fazla genişletildiği saptanmıştır. Medya tüketicisinin farklı mecralara geçişiyle birlikte sunulan roller ve etkileşim biçimlerinin farklılıklar barındırdığı görülmektedir. Bu bağlamda, medya tüketicisi sinema filmi ve YouTube belgeselinde izleyici, video oyunda sanal evrende bir oyuncu, resmi sosyal medya platformları, resmi internet sayfası ve hayran üretimi içeriklerde aktif katılım sağladığı üre-tüketici, lisanslı Lego ürünlerinde fiziksel uzamda oyuncu, ansiklopedi ve sözlük temalı kitap ile çizgi romanda okuyucu olmaktadır. Dolayısıyla Avatar kurgusal evreninde farklı roller ve etkileşimler ile medya tüketicisine deneyim çeşitliliği üretilmekte ve bunun sonucunda hikâye evrenine sürdürülebilir olarak katılımı teşvik edilmektedir.

Kaynaklar

Agizza, R. (2006). *Antik Yunan'da mitoloji*. (Z. İlkelen, Çev.), Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Akdemir Dilek, B. & Çelimli Akgül, A. A. (2024). Film Pazarlama Stratejilerinde Transmedya Etkisi: Barbie Örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 56-75. doi: 10.11616/asbi.1391248

Avatar Facebook (2024, Eylül 24). Avatar Resmi Facebook Hesap Bilgiler. Facebook. [https://](https://www.facebook.com/AvatarFilmleri/?locale=tr_TR)

www.facebook.com/AvatarFilmleri/?locale=tr_TR

Avatar Instagram [@avatar] (2024, Eylül 24). Avatar Resmi Instagram Hesap Bilgiler. Instagram. <https://www.instagram.com/avatar/>

Avatar Resmi İnternet Sayfası (2024, Ekim 10). Avatar Resmi İnternet Sayfası Bilgiler. <https://www.avatar.com/>

Avatar X [@officialavatar] (2024, Eylül 24). Avatar Resmi X Hesap Bilgiler. X (Twitter). <https://x.com/officialavatar>

Avatar YouTube [@AvatarOfficial] (2024, Eylül 24). Avatar Resmi YouTube Hesap Bilgiler. YouTube. <https://www.youtube.com/@AvatarOfficial>

Boz, M. (2023). Avatar: Suyun Yolu filminde ekolojizm, toplumsal ilişkiler ve süreğen mücadele, *Selçuk İletişim*, 16 (2), 267-292.

Burke, L. (2018). A bigger universe: Marvel studios and transmedia storytelling. İçinde J. C. Chambliss & W. Svitavsky & D. Fandino (Editörler) *Assembling the Marvel Cinematic Universe. Essays on the Social, Cultural and Geopolitical Domains* (ss.32-51) McFarland.

Coombs, T. (2019). Transmedia storytelling: A potentially vital resource for CSR communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(2), 351-367.

Cordova, S. S., Castells, G. A. & Casquino S. Y. (2025, 10 Nisan). Transmedia Strategies During the League of Legends Worlds 2023 Opening Ceremony Streaming, International Conference on Communication and Applied Technologies (ICOMTA 2024), Lima, Peru.

Edwards, L. H. (2012). Transmedia storytelling, corporate synergy, and audience expression. *Global Media Journal*, 12(20), 1-12.

Eisner, W. (1985). *Comics & Sequential Art, Paperback*, Poorhouse Press.

Gambarato, R. R. (2013). Transmedia project design: Theoretical and analytical considerations, *Baltic Screen Media Review*, 1, 81-100.

Jenkins, H. (2009, Aralık 12). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling (Well, two actually. Five more on Friday). https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jenkins, H. (2010, Haziran 21). Transmedia education: The 7 principles revisited. http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html

Jenkins, H. (2018). *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü*, (N. Yeğengil, Çev.). İletişim Yayınları.

Long, G. (2007). Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Pratten, R. (2011). *Getting started in transmedia storytelling: A practical guide for beginners*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Scolari, C.A. & Ibrus, I. (2014). Transmedia critical: Empirical investigations into multiplatform and collaborative storytelling. *International Journal of Communication*, 8, 2191-2200.

Scolari, C.A. (2009). Transmediastorytelling: Implicit consumers, narrative worlds and branding in contemporary media production, *International Journal of Communication*, 3, 586-606.

Suri, H. & Clarke, D. (2009). Advancements in research synthesis methods: From a methodologically inclusive perspective. *Review of Educational Research*, 79(1), 395-430.

Uslu, N. (2025). Transmedya hikâye anlatıcılığı bağlamında The Terminator film serisi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 25, 59-71.

YouTube Cracked [@cracked]. (2025, Ocak 23). “We Remade Avatar 2 For \$20” [İçerik]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wG7iLUX15CA>

Zimmermann, P. (2014). Transmedya hikayeciliği. İçinde S. Karaçor, D. Aydın & A. Gülerarslan, (Editörler), *Transmedya Hikayeciliği* (ss.19-25). Çizgi Kitabevi.

Extended Abstract

Developments in digitalization and new media have brought a relatively large number of new concepts to the fore, such as convergence, participatory culture, media convergence, and fan culture. At the same time, storytelling methods integrated with these developments are also evolving with new forms and media. One of these, transmedia storytelling, is an innovative narrative model in which content distributed across different media/platform channels serves a single, coherent, and meaningful main story, while media consumer (viewer, listener, etc.) participation and interaction are also important elements. This approach, which is also an innovative storytelling strategy, contributes to the expansion of the story universe through the structure, capabilities, and interaction forms of each medium. This creative process essentially depends on a transmedia creator's ability to organize and manage different types of media or components, like a curator or orchestra conductor. It is necessary to know how to manage the knowledge and skills specific to various environments/media and to encourage content production in a manner appropriate to the language structure of each medium. In this context, the interactive and collaborative participation of the storyteller/producer and the media consumer is an important dynamic of the process. This study aims to examine the fictional universe of “Avatar” which has become a global phenomenon, from the perspective of transmedia storytelling. The Avatar fictional universe selected as the sample for this study has transitioned across multiple media platforms comprehensively and consistently. In this context, the Avatar fictional universe, which

has become a global phenomenon worldwide, serves as a suitable sample for research in the field of transmedia storytelling. This study employs a qualitative descriptive analysis methodology. The findings obtained following the methodology and purpose of the research will be interpreted according to Jenkins' (2009; 2010) “seven principles of transmedia storytelling” (spreadability and drillability, continuity and multiplicity, immersion and extractability, world-building, seriality, subjectivity, performance). Due to the large size of the research universe and the scope of the study, which encompasses a large number of media/content, the study is limited to James Cameron's film *Avatar: The Way of Water* (2022) and the content produced/distributed across different media thereafter. In this study, the samples to be examined using proportional stratified sampling will be: the movie (*Avatar: The Way of Water*/2022), the official social media platform (Facebook), the official website (<https://www.avatar.com/>), the encyclopedia and dictionary-themed book (*Avatar The Way of Water The Visual Dictionary*/2022), video game (*Avatar: Frontiers of Pandora*/2023), comic book (*Avatar: The High Ground* /2023), YouTube documentary (*Avatar | Expedition Pandora*/2024), and fan-produced content (*We Remade Avatar 2 For \$20*/2023). Examples from each medium have been included in proportion to their level of representation within the universe. The study is considered significant in that it reveals the forms and practices of transmedia, a creative storytelling method and strategy that has become an important field of study in recent years, as it is used in the fictional universe of “Avatar” a global phenomenon. According to the findings, when looking at transmedia texts produced for the fictional universe of Avatar holistically, it has been determined that all media are divided into parts and distributed across different media to expand the Pandora universe into a larger fictional world. It is observed that each medium contributes distinctively and fundamentally to the narrative, leveraging its strengths. This study also found that the Avatar universe exhibits the seven fundamental principles of consistency in transmedia storytelling as outlined by Jenkins.

The world-building established in narrative-based media such as movies, comic books, and video games is deepened in different media, producing a meaningful and comprehensive fictional universe that spans from official social media platforms to licensed Lego products and YouTube documentaries. The plot, characters, and construction of time and space established in the world-building principle focus on the struggle between the Na'vi, the natives of Pandora, and their different clans, and the Sky People, who represent the colonialist side of humanity. Transmedia texts that spread across other platforms have been produced in a way that supports this core narrative, providing a cohesive and consistent framework. In this context, the world of Pandora is presented in detail, including the Na'vi way of life, religious rituals, hair and costume styles, while the planet's ecosystem, fauna, and flora are also presented in detail as the product of a common structure. The media consumer, on the other hand, must assume the role of a “hunter-gatherer” in this experiential process, combining content/products distributed across different platforms. As a result, when looking at transmedia texts produced for the fictional universe of Avatar as a whole, similarities can be found in the storylines produced in different media; however, it has been determined that the story universe is further expanded through character creation and the construction of fictional time and space. It is observed that the roles and interaction forms presented to media consumers vary across different platforms. In this context, media consumers are viewers in cinema films and YouTube documentaries, players in virtual worlds in video games, active participants in official social media platforms, official websites, and fan-produced content, players in physical spaces in licensed Lego products, and readers in encyclopedia and dictionary-themed books and comic books. Thus, the Avatar fictional universe produces a variety of experiences for the media consumer through different roles and interactions, thereby encouraging sustainable participation in the story universe.

Yazar Bilgileri**Author details**

1-(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Öğr. Gör. Dr., Ege Üniversitesi Rektörlük, olcayholat@gmail.com, olcay.holat@ege.edu.tr

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar**Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:**

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. **None**

Çıkar Çatışması**Conflict of Interest**

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. **None**

Kaynak Göstermek İçin**To Cite This Article**

Holat, O. (2025). Transmedya hikâye anlatıcılığı kavramı ve stratejisi bağlamında “Avatar” kurgusal evreninin değerlendirilmesi. *Yeni Medya* (19), <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1626186>.