

TÜRKÇE ALANYAZIN ODAĞINDA TRANSMEDYA KAVRAMININ İNCELENMESİ

Gölsün BOZKURT*, Dilara TEKRİN**

Gönderim Tarihi: 12.06.2025 – Kabul Tarihi: 27.03.2026

Bozkurt, G., & Tekrin, D. (2026). Türkçe alanyazın odağında transmedya kavramının incelenmesi. *Etkileşim*, 17, 180-203.
<https://doi.org/10.32739/etkilesim.2026.9.17.335>

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Bu çalışma, dijital çağın belirleyici anlatı biçimlerinden biri haline gelen 'transmedya' kavramının Türkçe akademik literatürdeki görünümünü analiz etmektedir. Öncelikle transmedya anlatının kavramsal temelleri öncü kuramcılar üzerinden ele alınarak kavramın çok boyutluluğu ortaya konmuştur. Sonrasında DergiPark veri tabanındaki 'transmedya' ve 'medyalararası' terimlerini içeren Türkçe makaleler incelenmiş, bu alandaki akademik üretimin yıllara, yöntemlere ve içerik odaklarına göre dağılımı analiz edilmiştir. Bulgular, Türkiye'de transmedya araştırmalarının kavramsal derinlikten çok örnek olay çözümlmelerine yöneldiğini, alımlayıcı temelli ve eleştirel yaklaşımların eksik olduğunu göstermektedir. Bu durum göz önünde bulundurularak yeni araştırmalara yön vermesi umuduyla daha kapsayıcı bir transmedya tanımı önerilmiştir. Ayrıca transmedya teriminin Türkçeleştirilmesine dair dilsel ve kavramsal karmaşalara da dikkat çekilmekte ve yeni Türkçe karşılıklar önerilmektedir. Çalışma, bu yönleriyle hem mevcut literatürü haritalandırmakta hem de gelecekteki araştırmalara yön verecek boşluklara işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: transmedya, medyalararası, transmedya literatür, dijital kültür, dijital iletişim.

* Doçent Doktor, Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
glsnbozkurt@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9558-7577

** Doktor Öğretim Üyesi, Türk Alman Üniversitesi, Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye.
dilara.tekrin@tau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9032-169X

AN EXAMINATION OF THE TRANSMEDIA CONCEPT IN TURKISH ACADEMIC LITERATURE

Gülsün BOZKURT*, Dilara TEKRİN**

Received: 12.06.2025 - Accepted: 27.03.2026

Bozkurt, G., & Tekrin, D. (2026). Türkçe alanyazın odağında transmedya kavramının incelenmesi. *Etkileşim*, 17, 180-203.

<https://doi.org/10.32739/etkilesim.2026.9.17.335>

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

This study analyzes the presence of the concept of 'transmedia', which has become one of the defining narrative forms of the digital age, within Turkish academic literature. First, the conceptual foundations of transmedia narrative are examined through pioneering theorists, highlighting the multidimensionality of the concept. Secondly, articles written in Turkish that contain the terms 'transmedia' and 'intermedial' in the Dergipark database are reviewed. The distribution of academic output in this field is analyzed according to publication year, research methods, and thematic focus. The findings reveal that transmedia research in Türkiye predominantly focuses on case studies, while audience-centered and critical approaches remain underexplored. In light of this, a more inclusive definition of transmedia is proposed with the aim of guiding future research. Additionally, the linguistic and conceptual ambiguities surrounding the translation of the term "transmedia" into Turkish are addressed, and alternative Turkish equivalents are suggested. In these respects, the study maps the current state of the literature and identifies gaps that can inform future academic inquiry.

Keywords: transmedia, intermedia, transmedia literature, digital culture, digital communication.

* Associate Professor (PhD), Nişantaşı University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, Türkiye. glsnbozkurt@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9558-7577

** Assistant Professor (PhD), Turkish – German University, Faculty of Cultural and Social Sciences, İstanbul, Türkiye. dilara.tekrin@tau.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9032-169X

Giriş

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, içerik tüketim alışkanlıklarımızı köklü biçimde değiştirmiştir. Bu dönüşümün bireyler ve toplum üzerindeki etkileri, medya araştırmacılarının dikkatle incelediği bir konu haline gelmiştir. Bu bağlamda öne çıkan transmedya uygulamaları, dijital teknolojinin sunduğu olanakları kullanarak bireylere katmanlı bir içerik deneyimi sunar ve onları daha etkin bir konuma getirir. Günümüzde hikâyeler, ürünler ve içerikler tek bir platformla sınırlı kalmayıp birçok mecra yayılmakta ve her platformda keşfedilmeyi bekleyen farklı boyutlar barındırmaktadır. Transmedya uygulamaları yalnızca eğlence sektöründe değil, eğitim, siyasi kampanyalar, pazarlama ve sanat gibi pek çok alanda da önemli bir rol oynamaktadır. Artık izleyiciler, farklı platformlar arasında dolaşarak içerik tüketen birer avcı-toplayıcıya dönüşmüş ve bu durum günümüzün içerik üretim ve tüketim pratiklerinin doğal bir parçası haline gelmiştir.

Henry Jenkins tarafından 2003 yılında literatüre kazandırılan 'transmedya' kavramı - ya da bazı araştırmalarda tercih edilen Türkçe karşılığıyla 'medyalararasılık' - henüz çeyrek yüzyılı bulmamış kısa bir geçmişe sahiptir. Buna karşın, dijital teknolojilerin gelişimiyle ortaya çıkan pek çok kavram gibi iletişim ve medya alanında dönüştürücü bir rol üstlenmiştir. Öte yandan transmedya, gündelik pratikleri ve toplumu dönüştüren dijital iletişim teknolojileriyle ilişkili kavramların çoğundan, literatürde görece sınırlı yer bulması bakımından ayrılmaktadır. Bu durumun, kavramın Türkçede bir karşılığının bulunmasıyla ilişkili olabileceği düşünülebilir. Ancak yapılan araştırmalar, medyalararasılık kelimesinin de oldukça sınırlı bir kullanım alanına sahip olduğunu ve bu konuda Türkçe literatürde çok az sayıda çalışma bulunduğunu göstermektedir.

Jenkins, transmedyanın bir isim değil bir sıfat olduğunu ve önüne geldiği uygulamanın niteliği hakkında fikir verdiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle transmedya kelimesi, 'transmedya hikâye anlatıcılığı' ya da 'transmedya pazarlama' örneklerinde olduğu gibi bir özelliği veya niteliği tanımlamaktadır. Alandaki çalışmalar da transmedya eğitim ve transmedya habercilik gibi birçok farklı alanda gerçekleştirilmiştir. Ancak araştırmamız, Türkiye'de bu alanda yapılan çalışmaların transmedya uygulamalarının çeşitliliği açısından yetersiz kaldığını göstermektedir. Ülkemizin dijital teknolojileri benimseme ve dijital dönüşüm sürecindeki hızına bakıldığında bu durum dikkat çekicidir.

Bu araştırmada ilk olarak Türkçe alan yazında transmedya üzerine yapılmış çalışmaların bibliyografik bir araştırması yapılacak, akabinde transmedya olarak tanımlanan uygulamaların çeşitliliği belirlenecektir. Böylece hem transmedya uygulamaların kavramsal alt yapısı hakkında bir değerlendirme sunulacak hem de şimdiye dek bu konuda yapılan araştırmaların değerlendirilmesiyle araştırma boşlukları tanımlanacaktır.

Transmedyanın Kısa Tarihi

Transmedya uygulamalarının ön koşulu olarak ilk önce dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesi gerekmiştir. İlk günlerinde sadece askeri ve araştırma amaçlarıyla kamu kurumları tarafından kullanılan bilgisayar ağı zamanla günümüzdeki sıradan birey tarafından kullanılan, hatta sıradan bireyin gündelik yaşam pratikleri arasında belirleyici bir yeri olan internete dönüşmüştür. Kamu kurumlarının kontrolündeki internetin bireysel kullanıma uygun hâle gelmesi için özel şirketler olan internet servis sağlayıcılarının hizmete başlaması, Tim Berners Lee'nin *WWW-World Wide Web*'i geliştirmesi ve grafiklerin kullanımını mümkün kılan ilk tarayıcı olan *Mosaic*'in kullanıma sunulması gerekmiştir (Noughton, 2016). Transmedya uygulamaları açısından bilgisayarların kişisel kullanımının mümkün hâle gelmesiyle başlayan ve mobil teknolojilerin bireyi hibrit uzam içinde konumladığı günümüze dek geçen sürecin tamamı transmedyanın temeli olarak incelenmeye uygun olsa da bu bağlamda özellikle Web 2.0 teknolojisi, dilimizde yakınsama ve yöndeşme şeklinde iki farklı karşılık bulmuş olan 'convergence' ve 'katılımcı kültür' kavramları öne çıkmaktadır.

Bu makalenin tartışma ve sonuç bölümlerinde de ayrıntılı olarak ele alınacağı üzere, araştırma kapsamında incelenen mevcut alan yazının büyük çoğunluğunda transmedya kavramının tartışmalarının yakınsama ve katılımcı kültür temelleriyle sınırlandığı görülmüştür. Çalışmamız bu duruma eleştirel bir yaklaşım getirirse de söz konusu kavramların transmedya çalışmaları ve transmedya okuryazarlığı açısından neden önemli bir ilk adım olduğu yadsınamaz. Bu nedenle transmedya kavramı üzerinde derinleşmeden önce bu kavramlara kısaca değinilecektir.

Transmedya Odağındaki Temel Kavramlar

Bugün bildiğimiz interaktif etkileşim modelini ve kullanıcı içeriklerini mümkün kılmış olan Web 2.0 sayesinde o zamana dek sadece okunur bir ortam (*read-only*) olan internet, okunabilir ve yazılabilir bir ortama (*read & write*) dönüşmüştür. Sadece çeşitli belgelerin arşivlenmesi ve erişilmesini sağlayan bir yapıdan ibaret olan internet; sıradan kullanıcıların veri girişi yapabildiği, içerik üretebildiği ve bu içerikleri paylaşabildiği bir ortama dönüşerek hem e-ticaret gibi günümüzün toplumsal olarak şekillendirici pratiklerine olanak tanımış hem de bireyin internet deneyimini köklü biçimde değiştirmiştir. Web 2.0, kullanıcıların içeriklere yorum yapabilmesi, görsel ve yazılı içerikler üreterek 'cevap' verebilmesi, hızla gelişen forumlar ve benzeri yapılar aracılığıyla katılımcı kültürle tanışmasını sağlamış, böylece bireyin kendini daha iyi ifade edebilmesine ve geliştirebilmesine imkân tanımıştır. Yakınsamanın ön koşulu olan Web 2.0'ın ardından, bilgisayar ortamı iletişimin gelişimi büyük bir ivme kazanmıştır.

Transmedya uygulamaları adına ikinci bir kilometre taşının ise Türkçe literatürde yakınsama ve yöndeşme kelimeleri ile karşılık bulan 'convergence' olduğu söylenebilir. Aynı transmedya gibi yakınsama konusuna da ilk odakla-

nan araştırmacılarından biri Henry Jenkins olmuştur, 1996 tarihli *Convergence Culture* isimli kitabında kavramı, “yakınsama kültürüne hoş geldiniz, geleneksel ve yeni medyanın bir araya geldiği, halkın ve kurumsal medyanın kesiştiği, medya yapımıcısının ve medya tüketicisinin güçlerinin önceden kestirilemez şekillerde etkileşime girdiği yakınsama kültürüne...” şeklinde tanıtmıştır. Yakınsama gerçekten de Jenkins’in öngördüğü gibi kısa süre içinde önceden kestirilemeyen yeni formatları mümkün kılmış, bireyi tüketiciden içerik üreticisine dönüştürmüştür. Böylece kullanıcı sadece içerik tüketen pasif konumunu terk ederek, geleneksel medya araçlarının ürettiği içerikleri değiştirmeye, dönüştürmeye başlamış ve bir tüketici-üreticiye evrilmiştir. Yakınsama kavramının günümüz iletişim pratiklerini ve gündelik hayatını şekillendirdiğini savunmak mümkündür. Bu özelliğiyle iletişimin farklı alanlarında faaliyet gösteren birçok araştırmacının da çalışma alanına dâhil olmuştur. Fagerjord (2010) ve Friedman ve Friedman (2008) gibi birçok araştırmacı da yakınsamanın sadece içerik boyutunda değil, prodüksiyon araçlarının, dağıtım ağlarının, iş sektörlerinin, hizmetlerin ve teknolojilerin üzerinde de gözlemlendiğinin altını çizmiştir.

Katılımcı kültür, bir teknolojiden ziyade teknolojinin insanların katılım pratiklerini nasıl dönüştürdüğüne odaklanan bir kavramdır. Profesyonellerin ürettiği ve izleyicilerin tükettiği içerik üretim modelinden, Web 2.0 teknolojisi sayesinde izleyicinin kullanıcıya dönüştüğü bir modele geçilmesi ve kullanıcı içeriklerinin (*UGC-User Generated Content*) etkili hâle gelmesiyle birlikte birey içerik üretiminde etkin bir rol üstlenmiş ve bu durum güncel kültürün bir parçası hâline gelmiştir. Bu durumun, transmedya uygulamalar söz konusu olduğunda izleyici/kullanıcının aktif katılımına zemin hazırlayan bir olgu olması gözden kaçmamalıdır. Zira Jenkins (2006) katılımcı kültürün beş özelliğini şu şekilde sıralamaktadır:

1. Sanatsal yaratım ve bireysel katılımın önündeki engellerin azalması
2. Bireyin üretim, yaratım ve paylaşım süreçlerinin desteklenmesi
3. Deneyimsiz ve tecrübeli kullanıcılar arasında gayriresmi bir destekleme pratiği oluşması
4. Bireylerin üretim süreçlerinin katılımlarının bir değeri olduğunu hissetmesi
5. Bireylerin üretim ve paylaşımları üzerinden bir sosyal bağ kurması.

Bu özellikleri dikkate alındığında yukarıda kısaca değinilen Web 2.0 ve yakınsama teknolojilerinin sonucu olan katılımcı kültürün hem teknolojik açıdan transmedya uygulamalarını mümkün kıldığı hem de bireyleri transmedya uygulamalarını tüketmeye hazırladığı görülmektedir.

Transmedya Kavramının Yaygın Tanımlamaları

Yeni ortaya çıkan teknolojiler hikâyeleri oluşturma, anlatma, paylaşma ve onlarla etkileşim kurma biçimlerimizi dönüştürdüğü için transmedya tanımı da

sürekli olarak değişmektedir. Transmedya kavramı, kabaca bir fikrin farklı medya platformlarında hayata geçirilmesi olarak tanımlanabilir. Bu platformlar bir roman, tiyatro oyunu, senaryo, çizgi roman, TV dizisi, video oyunu, müzikal veya boyama kitabı olabilir. Başlangıçta bir roman olan *Harry Potter* serisinin filme uyarlanması ve ardından yüksek bütçeli bir video oyununa dönüşmesi, bu sürecin somut bir örneğidir. Birçok roman film olur, filmler bazen TV dizilerine dönüşür ya da tam tersi de olabilir. Bir dizi karakteri yıllar sonra başka bir filmde boy gösterir, karakterlere sosyal medya hesapları açılır, bir ürünün pazarlanmasında bir dizi karakteri kullanılabilir, bir dizinin tanıtımı şehrin toplu taşımada yapılabilir. Üstelik transmedya kavramı yalnızca medya ile sınırlı değil, yaşamın medya ile iç içe geçmesiyle de doğrudan bağlantılıdır. Bu bağlamda kavramın, önüne aldığı her ismi sürekli geliştiren bir yönü olduğunu söylemek mümkündür.

Bugün daha çok hikâye anlatıcılığı ile kullanılan transmedya anlatısındaki 'hikâye' farklı medya türleri için kullanılacak ortak bir teknik terimdir. Transmedya gazetecilik, transmedya sinema, transmedya pazarlama, transmedya reklam, transmedya oyun, transmedya moda ve benzeri kullanımlarda, türe özgü teknoloji entegrasyonu ile şekillenen yeni bir hikâye anlatım formatı söz konusudur. Dolayısıyla günümüz koşullarında, herhangi bir hikâye ya da içeriğin transmedya uzantısı olmadan kurgulanması gerçekçi görünmemektedir.

Transmedya anlatı kavramı, dijital kültürün yükselişiyle birlikte medya ve hikâye anlatımı alanında önemli bir dönüşümü ifade eder. Bu dönüşümün kuramsal temelleri, kavrama katkı sunan farklı kuramcılar ve medya teorisyenleri tarafından geliştirilmiştir. Literatürde bu alana öncülük eden ilk isimlerin başında Henry Jenkins gelir. Jenkins (2006), transmedya hikâye anlatımını, bir hikâye evreninin çeşitli medya platformlarında, her bir platformun anlatıya özgün bir katkı sunduğu şekilde genişlemesi olarak tanımlar. Bu tanım, yalnızca içeriklerin farklı ortamlarda yeniden üretilmesini değil, aynı zamanda kullanıcıların bu evrenlere katılımını ve anlatının dağılmış yapısını da vurgulamaktadır. Jenkins'e (2006) göre, transmedya hikâye anlatımı "bir kurgunun ayrılmaz öğelerinin, birleşik ve koordineli bir eğlence deneyimi yaratmak amacıyla birden fazla dağıtım kanalına sistematik olarak dağıldığı bir süreçtir". Başka bir deyişle bir transmedya hikâyesi, daha geniş bir anlatının farklı teknolojik platformlar aracılığıyla birçok kullanıcı tarafından deneyimlenebileceği bir yapıyı işaret eder. Jenkins, transmedya hikâye anlatımını kolektif zekâ çağına en uygun estetik biçimi olarak tanımlar. Ona göre transmedya hikâye anlatımı, bilgiyi dağıtmak yerine katılımcıların bu bilgiye ulaşmasını teşvik eden bir süreçtir (Jenkins, 2007). Jenkins, transmedya anlatının temelinde dünya inşasının (*world-building*) yer aldığını vurgulamaktadır. Ona göre, başarılı transmedya projeleri yalnızca bir hikâyeyi farklı platformlara taşımakla kalmaz, aynı zamanda zengin bir dünya yaratır ve kullanıcılara bu dünyanın farklı yönlerini keşfetme imkânı sunar. *Star Wars*, *The Matrix* ve *Harry Potter* gibi seriler Jenkins'in dünya inşası teorisinin en güçlü örneklerini temsil etmektedir. Filmler, animasyonlar, çizgi romanlar ve video oyunları aracılığıyla genişletilen bu evren, kullanıcıların

farklı platformlar üzerinden birbirine bağlı fakat farklı yönleri keşfetmesine olanak tanımıştır (Jenkins, 2006). Örneğin, *Enter the Matrix* video oyunu, filmde gösterilmeyen ancak hikâyeye doğrudan katkı sağlayan sahneleri ve karakterleri içermektedir. Bu tür genişletilmiş anlatı teknikleri, yukarıda kısaca değinilmiş olan Jenkins'in 'yakınsama kültürü' (*convergence culture*) kavramıyla doğrudan bağlantılıdır.

Jenkins'in transmedya kavramına getirdiği bir diğer önemli katkı, bu anlatı türünün kullanıcıyı pasif bir tüketici olmaktan çıkarıp aktif bir katılımcı hâline getirdiği fikridir. Ona göre, transmedya hikâye anlatımı, hayran katılımını teşvik eden bir yapıya sahiptir ve bu bağlamda 'katılımcı kültür' (*participatory culture*) ile doğrudan ilişkilidir. İzleyiciler sosyal medya, fan içerikleri ve alternatif anlatılar aracılığıyla hikâyeyi kendileri genişletebilir ve yeniden şekillendirebilirler. Filmler, romanlar, çizgi romanlar, TV dizileri ve interaktif oyunlar aracılığıyla genişleyen bu evren, hayranların aktif olarak yeni hikâyeler üretmesine ve evreni genişletmesine olanak tanımaktadır (Jenkins, 2003).

Transmedya hikâye anlatımının bir diğer önemli unsuru, farklı medya platformlarının hikâyeye eklemeli anlam (*additive comprehension*) kazandırmasıdır. Yani her yeni medya platformu, hikâyeye yeni bir boyut ekler ve kullanıcılar, tüm bu platformları takip ettikçe daha derin bir anlama ulaşırlar (Jenkins, 2007). Örneğin, *Batman: The Dark Knight* filmine yönelik yapılan transmedya kampanyasında, hayranlar *Joker*'in planlarını ortaya çıkarmak için şifreleri çözmek zorunda kaldıkları interaktif bir deneyime dâhil edilmişlerdir. Jenkins'e göre, bu tür stratejiler, hikâyeyi geleneksel anlatım kalıplarının dışına çıkararak kullanıcıyı merkeze alan bir deneyim sunar.

Jenkins, ayrıca transmedya hikâye anlatımının yalnızca eğlence endüstriyle sınırlı kalmadığını; sanat, eğitim, aktivizm ve marka stratejileri gibi çeşitli alanlarda da etkili bir yöntem olarak kullanıldığını belirtmektedir. Eğitimde transmedya, öğrencilerin farklı platformlar aracılığıyla öğrenme sürecine aktif katılımını sağlayabilirken, aktivizmde toplumsal meselelere dair farkındalık yaratma sürecinde etkili bir araç olabilir. Sanatçılara ve yaratıcı ekiplere ise hikâyeye anlatımında daha geniş bir alan açar ve kullanıcılara da hikâyeyi keşfetme, yorumlama ve yeniden yapılandırma imkânı tanır (Jenkins, 2007).

Henry Jenkins'in transmedya hikâye anlatımı konusundaki çalışmaları, çağdaş medya anlayışını şekillendiren temel referanslardan biri olmuştur. Onun geliştirdiği kavramsal çerçeve, günümüzde dijital hikâye anlatımının nasıl yapılandırıldığı ve kullanıcıyla nasıl etkileşim kurduğu konusunda yol gösterici olmaya devam etmektedir. Jenkins'in ortaya koyduğu 'yakınsama kültürü' (*convergence culture*) kavramı, medya üreticileri ve tüketicileri arasındaki dinamik ilişkiyi anlamak için kritik bir çerçeve sunmaktadır. Transmedya hikâye anlatımı, medya endüstrisinin geleceğini belirleyen en önemli yöntemlerden biri olarak gelişmeye devam etmektedir.

Jenkins'in ardından transmedya anlatı üzerine en kapsamlı teorik çerçevelerden birini çizen isim Carlos Alberto Scolari'dir. Scolari (2009), transmedya anlatıyı yalnızca hikâye dünyalarının dağılımı üzerinden değil, aynı zamanda kullanıcı etkileşimi, medya ekolojisi ve söylemsel stratejiler bağlamında ele alır. Scolari'nin yaklaşımında üç düzey öne çıkar: medya ekosistemi (*media ecology*), kullanıcı deneyimi (*user experience*) ve söylemsel yapı (*discursive logic*). Bu yapı, transmedya anlatının salt bir pazarlama stratejisi değil, aynı zamanda çok katmanlı bir iletişimsel ve kültürel süreç olduğunu gösterir. Ayrıca Scolari, transmedya ortamlarının dijital okuryazarlığı artıran yapılar sunduğunu da belirtir.

Transmedya anlatının erken dönem kuramsal arka planına önemli bir katkı sunan diğer bir isim ise Marsha Kinder'dır. Kinder (1991), Jenkins'ten yıllar önce, çocuklara yönelik medya içerikleri üzerinden geliştirdiği 'transmedia intertextuality' kavramıyla dikkat çeker. Kinder, transmedya yapıların yalnızca anlatı çeşitliliği değil, aynı zamanda kimlik oluşumu ve öğrenme süreçleriyle de doğrudan ilişkili olduğunu vurgular. Bu bağlamda transmedya metinlerarasılık, özellikle çocuk medya kültüründe farklı medya formlarının bir arada var olması ve birbirini pekiştirmesi üzerine kuruludur.

Transmedya konusunda yaptıkları çalışmalarla öne çıkan diğer öncü isimler arasında Janet H. Murray, Lev Manovich, Christy Dena, Marc Ruppel ve Frank Rose dikkat çekmektedir. Murray (1997), *Hamlet on the Holodeck* adlı çalışmasında dijital anlatıların içine çekiciliğini (*immersion*) ve etkileşimli yapısını ele alır. Özellikle transmedya anlatının deneyimsel yönünü kuramsallaştırmak açısından Murray'nin yaklaşımı önemlidir. Manovich (2001) ise *The Language of New Media* adlı kitabında, yeni medya nesnelerinin modülerliği ve otomasyonu sayesinde dijital ortamda farklı medya formlarının birleştiğini ve yeniden üretilebildiğini belirtir. Bu yapı, transmedya anlatıların çoklu platformlara yayılabilirliğini teknik düzeyde açıklayan önemli bir çerçeve sunar. Transmedya anlatı üzerine doğrudan doktora tezi yazmış ilk araştırmacılardan biri olan Dena, *Transmedia Practice* başlıklı tezinde, transmedya anlatıyı hem yaratıcı süreç hem de üretim stratejisi olarak tanımlar. Dena'ya göre transmedya, anlatı dünyalarının yalnızca yayılması değil, aynı zamanda farklı ortamlar arasında kurulan yaratıcı bağların bir ürünüdür. Rose (2011), *The Art of Immersion* adlı çalışmasında medya endüstrisinin değişen yapısını inceler. Ona göre transmedya, izleyiciyi pasif bir tüketici olmaktan çıkararak aktif bir katılımcı haline getirir. Ruppel (2012), transmedya anlatıları ağ yapıları olarak ele alır. Anlatılar arası geçişler 'düğüm' ve 'bağlantılar' aracılığıyla kurulur. Bu yaklaşım, kullanıcıların parçalı içerikler arasında nasıl köprü kurduğunu analiz eder.

Tablo. 1 Kavramın tanımlanmasında öncü isimler

İsim	Katkı Alanı	Temel Eseri
Henry Jenkins	Katılımcı kültür, anlatı bütünlüğü	Convergence Culture (2006)
Carlos A. Scolari	Söylemsel strateji, medya ekolojisi	Transmedia Storytelling (2009)
Marsha Kinder	Transmedya intertextuality, çocuk medyası	Playing with Power (1991)
Janet H. Murray	Dijital anlatı, deneyim, immersion	Hamlet on the Holodeck (1997)
Lev Manovich	Yeni medya yapısı, yazılım estetiği	The Language of New Media (2001)
Christy Dena	Transmedya üretim pratiği	Transmedia Practice (2009, doktora tezi)
Frank Rose	Medya endüstrisi, izleyici deneyimi	The Art of Immersion (2011)
Marc Ruppel	Ağ yapıları, kullanıcı etkileşimi	Visualizing Transmedia Networks (2012, doktora tezi)

Gündelik Hayat, Dijital Kültür ve Transmedya İlişkisi

Transmedya anlatıyı yalnızca çoklu platformlara yayılan bir strateji değil, aynı zamanda içinde bulunduğu sosyo-kültürel yapının ve özellikle dijital kapitalizmin ortaya çıkardığı yeni gündelik hayat biçimlerinin bir ürünü olarak ele almak gerekir. Gündelik yaşam, Lefebvre'nin (1991) vurguladığı üzere, soyut bir rutinler bütünü değil; zaman, mekân ve toplumsal ilişkilerin yeniden üretildiği dinamik bir pratik alanıdır. Bu nedenle dijital kültürün gündelik hayatı dönüştürme biçimleri, transmedya anlatıyı mümkün kılan tarihsel ve maddi koşulları görünür kılar.

Dijital kültürün bu dönüşümünde, postmodern dönemde yaşanan zaman ve mekân kırılmalarının belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Harvey'nin (1989) 'zaman-mekân sıkışması' adını verdiği süreç, üretim, iletişim ve dolaşım süreçlerinin hızlanmasıyla birlikte bireylerin güvenilir mekânsal koordinatlarını ve doğrusal zaman deneyimlerini parçalamıştır. Postmodern kültürel biçimlerin çoğulcu, parçalı ve geçici yapısı, dijital kültürde daha belirgin bir hâl almış; kullanıcılar gündelik yaşamda sürekli çevrim içi olmanın gerektirdiği ritimle birlikte çoklu mekânlarda eşzamanlı var olma deneyimi yaşamaya başlamıştır. Transmedya anlatıların parçalı yapısı (hikâyenin oyun, sosyal medya, mobil uygulama, fiziksel etkinlik gibi çoklu ortamlara yayılması) tam da bu postmodern zaman-mekân örgütlenmesinin kültürel bir karşılığıdır. Kullanıcı, anlatıyı fark-

lı platformlarda gündelik yaşamın kesintili anlarına dağıtarak deneyimler ve bu durum Harvey'nin işaret ettiği parçalanmış zaman rejimiyle örtüşür. Harvey'nin belirttiği gibi postmodern kültür, "genel geçer anlatıları reddeden, parçalanmış, geçici ve eklektik" bir yapıya sahiptir. Transmedya anlatı da tam olarak bu postmodern kültürel mantığın dijital çağdaki karşılığıdır. Ayrıca Harvey'nin kapitalizm analizinde vurguladığı kültürel üretimin ekonomiyle iç içe geçmesi (akt. Sarı, 2024, ss. 17-20), günümüzde transmedya evrenlerinin platform ekonomileri tarafından şekillendirilmesiyle daha görünür hâle gelmiştir. Transmedya anlatılar artık sadece sanatsal bir ifade biçimi değil, aynı zamanda kullanıcı katılımını sürekli kılan, içerik üretimini yaygınlaştıran ve gündelik yaşam pratiklerini dönüştüren dijital kapitalist bir dolaşım mantığının parçasıdır.

Bu bağlamda dijital kültür, Harvey'nin işaret ettiği şekilde, bireylerin güvenilir zaman-mekân koordinatlarının belirsizleştiği bir dünyada kimliklerini, aidiyetlerini ve gündelik ritimlerini yeniden kurmalarını gerektiren bir ortam yaratmaktadır. Transmedya anlatı, bu yeniden kurulum sürecinin kültürel bir formu olarak işlev görür: Kullanıcılar hikâyeye katılarak yalnızca bir anlatı evrenine dâhil olmaz; aynı zamanda dijitalleşmiş gündelik hayatın parçalı zamanını ve çoğul mekânlarını anlamlandırma biçimleri geliştirirler.

Bununla birlikte, transmedya anlatının bu çok katmanlı yapısını mümkün kılan maddi altyapı, Schiller'in (2000) dijital kapitalizm kavramının işaret ettiği dönüşümler üzerinden okunmalıdır. Schiller, internet ve ağ teknolojilerinin yalnızca teknik yenilikler değil, kapitalist üretim biçiminin yeni bir evresi olduğunu öne sürer. Bu dönüşüm, ekonomik faaliyetlerin ulus-ötesileştiği; finans, üretim ve dolaşım ağlarının küresel ölçekte bütünleşmiş hâle geldiği bir yapıya işaret eder. Schiller'e göre internet, altyapısal düzeyden kültürel üretime kadar genişleyen bir etki alanıyla kapitalizme dijital bir görünüm kazandırmış ve geleneksel piyasa düzenini derinleştirerek genişletmiştir (Schiller, 2023, ss. 526-527).

Bu yeni ekonomik yapı, yalnızca sermayenin işleyişi açısından değil, gündelik hayatın örgütlenmesi açısından da belirleyicidir. Çünkü dijital kapitalizm, bireylerin iletişim pratiklerinden gündelik rutinlerine, tüketim alışkanlıklarından katılım biçimlerine kadar pek çok alanı yeniden şekillendirmektedir. Schiller'in vurguladığı gibi ağ altyapıları, yalnızca teknik yapılar değil; ekonomik ve politik güç ilişkilerinin mekânlarıdır. Dolayısıyla dijital kültürün kendisi, bir serbest piyasa ideolojisi içerisinde örgütlenmekte, böylece kullanıcıların içerik üretimi ve erişim biçimleri de bu yapının sınırları içinde belirlenmektedir.

Bu perspektif, transmedya anlatıları anlamak açısından kritik önem taşır. Çünkü transmedya uygulamalarının yaygınlaşması, doğrudan dijital kapitalizmin oluşturduğu altyapı koşullarına bağlıdır. Sosyal medya platformları, içerik paylaşım ağları, dijital dağıtım sistemleri ve kullanıcı etkileşim mekanizmaları yalnızca kültürel üretimi kolaylaştıran araçlar değil, aynı zamanda piyasa tarafından yönetilen ve ekonomik değer üreten alanlardır. Kullanıcılar, transmedya anlatı evrenlerine katılırken sadece kültürel tüketiciler değil, dijital emek

üreten aktörlere de dönüşmektedir. Bu durum, Schiller'in vurguladığı "ağın kapitalist yapı tarafından kuşatılması" olgusunun kültürel üretim boyutunu görünür kılar.

Schiller'in dijital kapitalizm analizinin Castells'in 'ağ toplumu' yaklaşımıyla kesiştiği nokta, transmedya anlatının konumunu daha da berraklaştırır. Castells (2005), enformasyon teknolojileri devriminin küresel ekonomiyle bütünleşerek yeni bir üretim, iletişim ve yaşam biçimi yarattığını vurgular. Bu ağ toplumunda iletişim hem hızlanmış hem de parçalanmış; gündelik hayat, sürekli çevrim içi olmanın gerektirdiği bir ritim içinde yeniden kurulmuştur. Transmedya anlatılar, bu ritme eklenen çoklu platform yapılarıyla, kullanıcıların gündelik yaşamlarını kuşatan bir 'dijital akış' üretir. Dolayısıyla transmedya anlatı; dijital kapitalizmin ekonomik mantığıyla, ağ toplumunun iletişim biçimleriyle ve dijital kültürün parçalı zaman-mekân örgütlenmesiyle doğrudan ilişkilidir. Kullanıcılar hikâyeleri farklı platformlarda üretirken veya tüketirken, aslında dijital kapitalizmin sunduğu altyapılar içinde konumlanmakta ve gündelik yaşam pratiklerini bu altyapı üzerinden şekillendirmektedirler. Bu anlamda transmedya, yalnızca kültürel bir strateji değil, Schiller'in kavramsallaştırdığı dijital kapitalist düzenin gündelik hayatta aldığı anlatısal form olarak değerlendirilebilir.

Dijital iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi sonucu dönüşüm yaşanan alanlar arasında politik ifade, sosyal hareketlerin oluşması-sürdürülmesi, aktivizm de bulunmaktadır. Dijital iletişim çağı teoride, bireyin siyasi görüşlerini herhangi bir medya oluşumunun onayına gerek kalmadan farklı platformlarda kendi ürettiği içeriklerle ifade etmesini sağlayabilir. Birey bu sayede kendisi gibi düşünen kişilerle iletişim kurabilmekte ve aynı düşüncedeki kişilerin dijital platformlar üzerinden etkili bir iletişim kurmasının sonucu olarak sosyal hareketler daha etkili bir şekilde organize olmaktadır. Diğer yandan, sosyal medyadaki postların büyük kısmı hep aynı etkili kullanıcılar (*power users*) tarafından oluşturulmaktadır. Diğer kullanıcılar ise sadece bu postlara reaksiyon göstererek kendini ifade etmektedir (Gerbaudo, 2022, s. 125). Bu bağlamda sosyal medyanın, katılımcı kültürü ve transmedya uygulamaları mümkün kılan dijital iletişim teknolojilerinin ne kadar özgürleştirici olduğu da tartışmaya açıktır.

Paul Virilio, henüz 1998'de özgürlüğün yüksek teknolojinin sunduğu potansiyele 'evet' dememize bağlı olduğunu savunan görüşe karşı çıkar; asıl tartışılması gerekenin bu teknolojilere 'hayır' deme özgürlüğümüzün olup olmadığı olduğunu ileri sürer (Virilio, 2003, s. 25). Bugün politik, sosyal ve kültürel alanlarda ifade biçimlerinden eğitime, eğlence amaçlı içerik tüketiminden gündelik işlerin yerine getirilmesine dek her alana sirayet etmiş olan transmedya anlatıya 'hayır' deme özgürlüğümüzün bulunup bulunmadığını da irdelemek yerinde olacaktır. Örneğin popüler bir film serisinin hayranının bu film ile ilgili farklı platformlardaki içerikleri, satışa çıkan ürünleri de büyük bir adanmışlıkla tüketmesi gündelik hayatın olağan pratiklerinden biri hâline gelmiştir. Transmedya anlatının bireye dayattığı bu tüketim silsilesi, Virilio'nun yıllar önce dile getir-

diği gibi teknolojiye ve yeniliklere 'hayır' deme özgürlüğümüzün bugünün gündelik hayatında bir karşılığının olup olmadığı açısından hâlâ tartışmaya açıktır.

Van Dijk, 21.yüzyılı 'ağların çağı' olarak adlandırırken bireyin hem özel hem de iş hayatında bu ağlar tarafından domine edildiğinin altını çizer ve ağların toplumumuzun sinir sistemi hâline geldiğini yazar. Ona göre toplumun bu yeni altyapı sistemi bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Bunların başında dijital eşitsizlik gelmektedir; zira söz konusu ağlara diğerleri kadar rahat erişemeyen ve bilgi toplumuna etkili bir şekilde dâhil olamayan bir kitle söz konusudur (Van Dijk, 2006, ss. 2-3). Üstelik bu ağların büyük kısmını *Google, Apple, Facebook* ve *Amazon* gibi şirketler domine etmektedir (Gerbaudo, 2022, s. 126). Transmedya uygulamalarının gündelik hayattaki iz düşümü araştırılırken, birçok platforma yayılmış bir anlatıyı kimlerin tüketebildiği ya da kimlerin tüketemediğinin tartışılması önem taşımaktadır. Bu tartışma, transmedya uygulamalara dijital çağ hakkında öne çıkan eleştirilerden biri olan dijital eşitsizlik bağlamında yaklaşmayı mümkün kılar. Büyük şirketlerin domine ettiği bir ağ yapısında ise en görkemli transmedya anlatıların yine bu şirketlerin platformları üzerinden kullanıcıyla buluşması kaçınılmaz görünmektedir. Kullanıcı için bir yandan çok boyutlu anlatıları deneyimleyerek gündelik hayatta bir dönüşüm sunması mümkün olan bu durum, diğer yandan bu şirketler tarafından desteklenmeyen yerel ya da muhalif anlatıların kullanıcıya ulaşma potansiyelini sınırlıyor olabilir. Bu noktada gündelik hayatımıza transmedya deneyimler ve keşfedilecek çoklu platformlarla birlikte bu büyük şirketlerin tahakkümünün de sirayet ettiği savunulabilir.

Tüm bu perspektifler bir arada değerlendirildiğinde, transmedya anlatısı dijital çağın sosyo-kültürel yapısıyla diyalektik bir ilişki içindedir. Dijital kültür transmedyayı mümkün kılan altyapıları sağlarken, transmedya da gündelik yaşamın ritimlerini, zaman algısını, mekânsal deneyimlerini ve hatta ekonomik-kültürel katılım biçimlerini dönüştürmektedir. Böylece transmedya, yalnızca bir hikâye yayılım stratejisi değil, postmodern zaman-mekân rejiminin, dijital kapitalist altyapıların ve ağ toplumunun gündelik hayatta aldığı kültürel form olarak ortaya çıkmaktadır.

Transmedya Uygulamaları Hakkında Başlıca Çalışmalar

Jenkins'in terimi literatüre tanıttığı 2000'lerin başından itibaren birçok farklı alanda karşımıza çıkan transmedya uygulamaları hakkında uluslararası basında yayınlanan makaleler de geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Transmedya sıfatı ile en sık kullanılan kavram hikâyeleştirme ya da hikâye anlatıcılığı olarak Türkçeleştirilen 'storytelling' olmuştur. Transmedya uygulamaları hakkında en çok yayının da bu konuda gerçekleştirilmiş olması şaşırtıcı değildir. Transmedya hikâye anlatıcılığına farklı bağlamlarda yaklaşılmış olsa da bunun aynı içeriği birden çok platforma uyarlamak anlamına gelmediğinin altı hemen hemen tüm yazarlar tarafından çizilmiştir. Carlos Alberti Scolari'nin belirttiği üzere transmedya hikâye anlatıcılığı, yaklaşık olarak birbirleriyle aynı anlamı

karşılayan 'medyalararasılık', 'multimodality', 'çoklu platform' gibi kavramlardan farklılaşmaktadır (2009). Zira bu kavramlar aynı içeriğin farklı özellikteki iletişim ortamlarında bulunmasına işaret ederken, transmedya hikâye anlatıcılığı hikâyenin farklı platformlarda farklı yönlerinin, farklı özelliklerinin aktardığı bir yaklaşımdır. Hikâyenin farklı yönlerinin farklı platformlarda bulunması kuşkusuz izleyicinin ve/veya kullanıcının katılımını da dönüştürmektedir ve bu konu da ilgili yayınlarda odaklanılan alanlardan biri olmuştur. Kullanıcının katılımı, Web 2.0 teknolojileri sonrasında yine Jenkins tarafından kavramlaştırılan 'katılımcı kültür' kavramıyla ilişkilendirilerek araştırılmıştır (Schiller, 2018). Bununla birlikte transmedyayı, dijital teknolojilerin gelişerek kullanıcı deneyimini dönüştürmesinden daha önceki dönemlere dayandırarak tartışan çalışmalar da mevcuttur (Freeman, 2016). Kavramın teorik olarak tartışıldığı bu yayınların yanı sıra, transmedya uygulamalarını başarıyla gerçekleştirmek için rehber niteliği taşıyan çalışmalar da içerik üreticilerine fayda sağlamaktadır (Pratten, 2011).

Her ne kadar en çok transmedya hikâye anlatıcılığı konusunda araştırma ve yayın yapılmış olsa da transmedya yaklaşımının etkilediği ikinci alan olarak eğitim öne çıkmaktadır. Transmedya öğretim modelini, öğrencilerin akranları, eğitimciler ve eğitim materyalleri ile çeşitli iletişim ortamlarında etkileşime geçerek öğrendikleri bir yaklaşım olarak tanımlayan Bridget Tombelson (2024, s. 255), transmedya öğrenim hakkında bir literatür taraması gerçekleştirdiği araştırmasında, konu ile ilgili 6 ana tema belirlemiştir. Bu temalar arasından 'transmedya öğrenme', öğrencilerin ders materyallerine farklı platformlardan ulaşmaları ve her platformda içeriğin farklı bir boyutuna ulaşmalarına odaklanırken, 'transmedya oyun' bu modelde eğitimin resmîyetten sıyrılarak oyunlaşma özelliğini ortaya koymaktadır. 'Katılımcı kültür' araştırmada öne çıkan 3. tema olurken, katılımcı kültür ile paralel olarak gelişen 'transmedya becerileri' de 4. tema olarak yerini almıştır. Transmedya öğretim modelinin 'iletişimde olma hâli' öğrencinin akranları ve eğitimcilerle olan bağlantısını açıklarken 'gayriresmî öğrenme' olarak isimlendirilen son tema ise sınıf dışında gerçekleşen, deneyimleyerek öğrenme pratiklerine dayanmaktadır (Tombelson, 2024, s. 261). Transmedya eğitimin devlet kurumları tarafından çalışanlarının eğitim sürelerine nasıl entegre edildiği de transmedya eğitim alanındaki araştırmalara konu olmuştur (Raybourn, 2014).

Transmedya eğitim ile 'transmedya okuryazarlık' kavramı da alan yazında yer bulmuştur. Farklı iletişim ortamlarında bulunan materyallere ulaşmak için doğrusal olmayan ve birçok platformlara yayılan bir okuryazarlık pratiği olarak tanımlanmaktadır (Freire, 2020). Bu konudaki çalışmalar özellikle okul öncesi ve ilköğretim çağındaki çocukların transmedya becerilerine odaklanmaktadır. Bunların arasında okul öncesi çocukların oyuncaklar yardımıyla eğitim almasına odaklanan *Internet of Toys* teknolojisini konu alan (Heljakka & Ihamäki, 2019) araştırma ve Avrupa Komisyonu 'Ufuk 2020' kapsamında İtalya'daki gençlerin transmedya tüketim pratiklerini inceleyen araştırma (Taddeo & Triocchi, 2019), transmedya okuryazarlığının ne kadar geniş bir alana tekabül ettiğinin

bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Transmedya pazarlama alanında özellikle film, oyun ve dijital medya ürünlerinin etkili olduğu söylenebilir, özellikle *Lord of the Rings*, *Game of Thrones*, *Star Trek* gibi yapımların büyük popülaritelerini transmedyanın gücü ile kazandıkları gözlemlenebilir. Televizyon ve film yapımlarının transmedya pazarlama süreçlerini inceleyen birçok yayının yanı sıra transmedya pazarlamanın kullanıcı katılımını artırarak halkla ilişkiler alanını dönüştürdüğü de öne sürülmüştür (Jakus & Kresimir, 2016). Transmedya pazarlamanın önemli alanları olan markalama ve marka sadakati yaratma konuları da birçok çalışmaya konu olmuştur (Scolari, 2009; du Plessis, 2018). Uluslararası yazında transmedyanın spor iletişimi alanındaki kullanımları (Coombs & Harker, 2021), müzecilik alanında sunduğu olanaklar (Palencia-Triana, 2024) gibi konularda da araştırmalar yapılmış olduğu gözlemlenmektedir.

Yöntem

Türkçe literatürdeki transmedya ile ilgili yayınları araştırmak amacıyla DergiPark araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Bu makalenin tartışma bölümünde de gerekelendirileceği üzere, yazarlar tarafından 'transmedia' kavramı için Türkçedeki 'transmedya' kullanımı tercih ediliyor olsa da bazı araştırmacıların bu karşılık yerine 'medyalararasılık' Türkçeleştirmesini tercih etmiş olduğu tespit edilmiştir. Başlık ve anahtar kelimelerde bu karşılığı kullanan makalelerin de araştırmaya dâhil edilmesi gerektiğine karar verilmiştir. Bunun dışında sadece bir çalışmada gözlemlenen 'medyalarötesi' kullanımı, tek bir örnekle sınırlı olduğu için araştırma dışında bırakılmıştır. İlk olarak 01.05.2025 tarihine dek yayınlanmış olan tüm makaleler arasında yapılan aramada, başlığında ve anahtar kelimeleri arasında 'transmedya' veya 'medyalararası' ifadeleri bulunan tüm makaleler listelenmiştir. 'Medyalararasılık' yerine 'medyalararası' şeklinde arama yapılarak terimi sıfatlaştırarak makale başlığında kullanan araştırmaların da listeye dâhil edilmesi hedeflenmiştir. Farklı dillerde (İngilizce, Almanca, İtalyanca) yazılmış olan altı çalışma liste dışı bırakılarak toplamda 44 Türkçe makale elde edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen çalışmalar, yıl, yazar, dergi, yöntem ve içerik odakları gibi kategorilere ayrılarak *Excel* programında kodlanmış, elde edilen veriler sıklık analizi ve tematik analiz teknikleriyle değerlendirilmiştir. Araştırma sürecinde herhangi bir yazılım aracı kullanılmamış, veri el ile kodlanmış ve bulgular doygunluk ilkesi gözetilerek analiz edilmiştir.

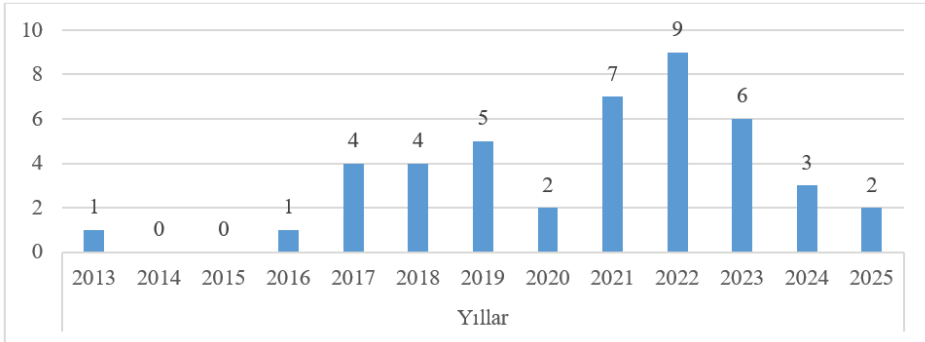
Bulgular ve tartışma

Transmedya hikâye anlatıcılığı ve medyalararası anlatılar üzerine yapılan bu araştırma, ilgili alanda yayımlanan çalışmalara odaklanmaktadır. Bu kapsamda araştırma, Ünür (2013); Dönmez ve Güler (2016); Karadağ (2017), Çetinkaya (2017), Keleş (2017), Sarı (2017); Yiğitbaşı (2018), Tokgöz ve Polat (2018), Bayraktar (2018), Tuncer (2018); Gümüş (2019), İspir ve Kucur (2019), Bazarıcı

(2019), Özdemir (2019), Bolat (2019); Çalık ve Nizam (2020) ile Şahin ve Kara (2020); Akgül ve Hekimoğlu Toprak (2021), İspir ve Kucur (2021), Boz (2021), Guliyev (2021), Zengin (2021), Elveren Arı ve Gürses Köse (2021) ile Yıldız (2021); Güngör (2022), Üründü (2022), Dikmen (2022), Sögüt (2022), Ataman ve Pigeş (2022), Selçuk (2022), Cengiz ve Kaya (2022), Özarlan ve Perdahcı (2022) ile Akdoğan (2022); Koç ve Yıldırım (2023), Uyanık (2023), Yılmaz (2023), Meriç (2023), Bal ve Parlayandemir (2023) ile Holat ve Takımcı (2023); Akdemir Dilek ve Çelimli Akgül (2024), İlkılıç (2024), Selvi ve Kasap (2024); Aslantaş ve Yıldız (2025) ile Uslu (2025) tarafından yayımlanan toplam 44 çalışma temel alınarak yürütülmüştür.

DergiPark'ta yayınlanmış Türkçe dilinde yazılmış bu makaleler üzerinden gerçekleştirilen araştırmada, transmedya odağındaki ilk yayının 2013 yılında yapıldığı ve konuya yönelik ilginin 2016'dan sonra hızla arttığı gözlenmektedir. *Grafik 1*'de görüldüğü üzere yayın sayısı 2021 ve özellikle 2022 ve 2023 yıllarında en üst seviyeye ulaşmıştır. 2021 yılında 7 yayın gerçekleştirilirken 2022 ve 2023 yıllarında konu hakkında 9'ar adet makale yayınlanmıştır. 2025 yılının ilk 5 ayında 2 makale yayınlanmış olması, konunun akademideki güncelliğini koruduğunu göstermektedir.

Grafik 1. Yıllara göre yayın dağılımı

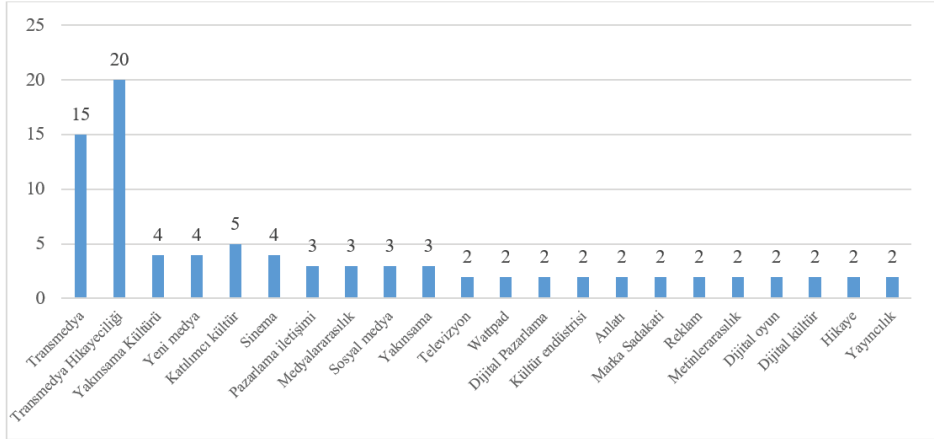


Alan yazındaki çalışmalar detaylı biçimde incelendiğinde, *Grafik 2*'de yer alan *Tercih edilen anahtar kelimeler* tablosunda da görüldüğü üzere çalışmaların büyük çoğunluğunun 'transmedya hikâye anlatıcılığı' kavramı üzerine kurulduğu gözlemlenmiştir. Özellikle daha erken tarihli çalışmaların transmedya hikâye anlatıcılığına odaklanma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yayınlarda 'yakınsama kültürü', 'katılımcı kültür' gibi anahtar kelimelere de sıkça rastlanmaktadır. Bunun sebebi, transmedya kavramını literatüre tanıtan Henry Jenkins'in kavramı açıklarken sık sık yakınsama kültürü ve katılımcı kültüre başvurması olarak yorumlanabilir. Böyle bir yaklaşım, bu çalışmanın bir diğer bulgusuyla da paralellik göstermektedir. Zira aşağıda detaylıca belirtileceği üzere, Türkçe alan yazındaki çalışmalar çoğunlukla transmedya kavramının tanımlanmasına yönelik yeni öneriler getirmek ve mevcut tanımlara eleştirel

yaklaşmak yerine Henry Jenkins'in 2010 tarihli tanımı ışığında örnek olay incelemelerine odaklanmıştır.

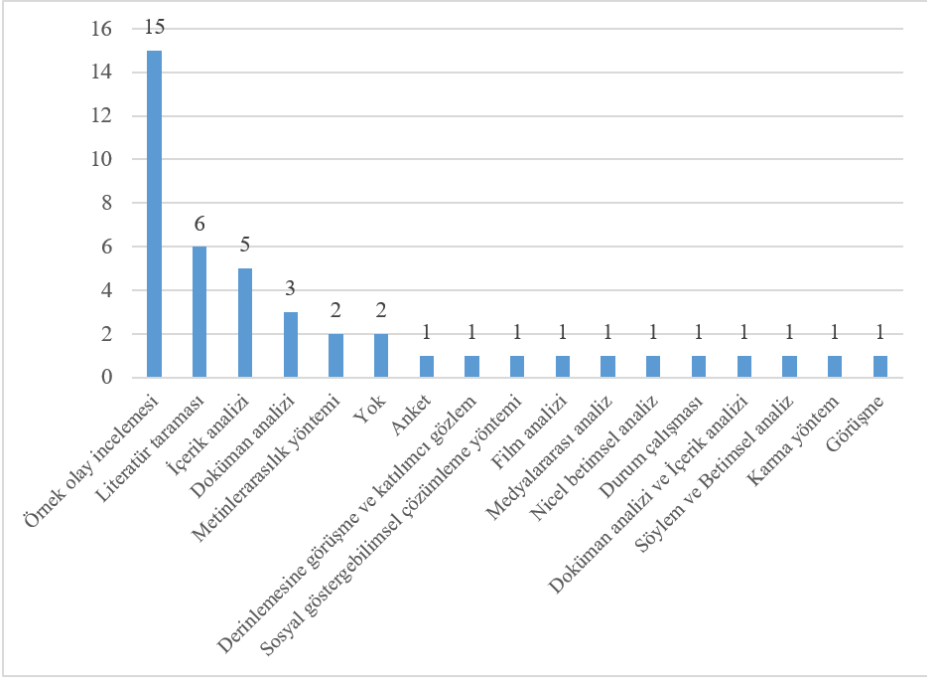
Grafik 2. Tercih edilen anahtar kelimeler



Özellikle 2020 tarihine kadar gerçekleştirilmiş çalışmalarda transmedya kavramının derinleştirilmesi için Jenkins'in öne sürdüğü yakınsama kültürü, katılımcı kültür, hayran kültürü, kolektif zekâ kavramlarından beslenilmiş; 2020 sonrası çalışmalarda ise dijitalleşme, sosyal medya ve yeni medya olguları üzerinden kavramın marka sadakati, dijital pazarlama, içerik pazarlaması gibi başlıklarla ilişkilendirildiği belirlenmiştir.

İncelenen araştırmalar, *Grafik 3*'te görüldüğü üzere, çoğunlukla kavrama hâkim genel literatür odağında nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanmış, çok az sayıda nicel ve karma çalışma yürütülmüştür. Genellikle belli bir kampanya, dizi, oyun ya da karakter evreni seçilerek örnek olay incelemesi yapılmıştır. Bazı çalışmalarda araştırma yöntemi yalnızca nitel olarak tanımlanmış olup, çalışmanın verilerinin nasıl elde edildiği ve elde edilen verilerin nasıl analiz edildiği süreçleri tam anlamıyla açıklanmamıştır.

Grafik 3. Çalışmaların metodolojisi



Transmedya odağındaki akademik üretimin önemli bir kısmının marka kampanyalarına, çizgi film karakterlerine, dijital oyunlara örnek olaylar olarak odaklanmış olması sebebiyle Türkçe alan yazında transmedyanın daha çok bir pazarlama aracı olarak konumlandığı öne sürülebilir. Yapılan çalışmalarda eleştirel medya kuramları ya da sosyokültürel analizler nadiren yer bulmuştur. Bu durum kavramın geliştirilmesi, birey ve toplum üzerindeki etkilerinin araştırılması gibi alanlarda araştırma boşlukları yaratmıştır.

Yayınlanan birçok çalışmada katılımcı kültür olgusu vurgulanmış olmasına rağmen, katılımcı kültürün ana ögesi olan kullanıcıların deneyimlerine odaklanan ve anket, odak grup ya da dijital etnografi gibi izleyici araştırmalarında kullanılan yöntemlere yer veren çalışmalar oldukça sınırlıdır. Transmedya uygulamalarının literatüre tanıtılmasının üzerinden çeyrek asrın geçmiş olduğu günümüzde, alımlama boyutunun akademik ilginin bu denli dışında kalması; transmedya eğitiminin, potansiyel politik kullanımlarının ve kamusal alan yaratmadaki rolünün yeterince araştırılmamış olması Türkçe yazında önemli boşluklara yol açmıştır. Oysa Jenkins'in kendisi transmedya hakkındaki erken dönem yazılarında izleyici üzerinde yapılacak araştırmaların önemini vurgulamıştır. Bu çalışmanın literatür taraması bölümünde de belirtildiği üzere uluslararası akademide, özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında, transmedya eğitimi alanında birçok araştırma yapılmış ve bu araştırmalar okul öncesi çocuklarından üniversite öğrencilerine kadar uzanan geniş bir örneklem grubuna

yayılmıştır. Buna karşın transmedyanın politik kullanımları, özellikle Türkçe yazında, hâlâ önemli bir araştırma boşluğu olarak varlığını sürdürmektedir.

Araştırmanın dikkate değer bir başka bulgusu ise İngilizce 'transmedia' kelimesinin dilimizde 'transmedya' ve 'medyalararası' gibi iki farklı karşılık bulmasıdır. İngilizcede 'transmedya' kelimesine yakın anlamlara sahip 'intermedia' ve 'crossmedia' gibi kullanımlar mevcuttur ancak bu kavramlar arasında bazı nüanslar bulunduğu ve kullanımlarının da bu nüanslar doğrultusunda gerçekleştiği gözden kaçırılmamalıdır. Bu nedenle Türkçede transmedya, medyalararası ve çok nadiren de olsa medyalarötesi kavramlarının değişimli olarak kullanılması çeşitli karmaşalara sebebiyet verebilir. 'Medyalararası' kavramı, 'intermedia' gibi transmedya ile bazı açılardan farklılık gösteren bir terimin Türkçe karşılığı olarak kullanılmasının yanı sıra Türkçeleştirme açısından da sorunlu bir kavramdır. Bunun nedeni, Türkçeye 'medya' olarak çevrilmiş olan 'media' kelimesinin İngilizcede çoğul bir isim olması ve tekil biçiminin 'medium' olmasıdır. Bu terimler Türkçeye çevrilirken bu önemli nokta büyük ölçüde göz ardı edilmiş; 'medya' kelimesi gündelik kullanıma yerleşirken İngilizce 'medium' kelimesinin ne kendisi ne de Türkçeleştirilmiş bir karşılığı yazında yer bulabilmiştir. Bu nedenle akademik dilde 'medya' kelimesi tekil biçimde kullanılmak istendiğinde 'mecra' veya 'iletişim ortamı' gibi ifadeler tercih edilmektedir. Bu bilgiler ışığında 'medyalararası' gibi çifte çoğulluk içeren bir terim yerine 'mecalalararası' veya 'ortamlararası' gibi seçeneklerin göz önünde bulundurulması daha doğru görünmektedir. Benzer biçimde 'medyalarötesi' kavramı da aynı soruna örnek teşkil etmektedir. Her ne kadar 'ötesi' çevirisi 'trans' kelimesini doğru biçimde karşılıyor olsa da 'medyalarötesi' kullanımı akademik dilde istikrarlı bir karşılık oluşturamamaktadır.

Sonuç

Yapılan araştırma, Türkçe alan yazında transmedya kavramı hakkında kuramsal analizlerin yetersiz kaldığını, bu kadar etkili bir kavram olmasına rağmen kavramın kendisinin tartışılmamış olduğunu göstermiştir. Transmedya uygulamaları hakkında yapılan araştırmaların çoğunlukla örnek olay incelemelerinden oluştuğu görülmektedir. Ancak bu örnek olayların da büyük ölçüde bu coğrafyanın kültüründen ziyade Batı kültüründen örnekler barındırdığı dikkat çekmektedir. Bu açıdan kavramın yerelleştirilmesine yönelik çalışmaların da sınırlı olduğu ileri sürülebilir. Araştırmaların yöntemleri ve konuları hakkında da bazı sınırlılıklar belirlenmiştir. Uluslararası alan yazında geniş yer bulmasına rağmen, Türkçe literatürde transmedya eğitimi ve transmedyanın politik kampanyalarda kullanımı gibi konularda herhangi bir araştırma gerçekleştirilmemiştir. Yöntem açısından bakıldığında ise izleyicilerin tepkilerini ampirik araştırmalarla ölçmeye yönelik çalışmaların eksikliği önemli bir araştırma boşluğu oluşturmaktadır.

Bir diğer önemli bulgu ise transmedya kelimesinin Türkçeleştirilmesi sürecinde ortaya çıkan belirsizliktir. Bu belirsizliğin, 'media' kelimesinin Türkçeye

çevrilmesine kadar uzandığı öne sürülmüştür. Anlam bakımından transmedya ile arasında nüanslar bulunan ‘medyalararası’ teriminin çifte çoğulluk içermesi nedeniyle uygun olmadığı belirtilmiş ve bu terim yerine ‘mecralararası’ ya da ‘ortamlararası’ gibi alternatifler önerilmiştir.

Transmedya kavramı bir yapboz gibi düşünülebilir. Hikâyenin her bir parçası farklı bir medya ortamında, o ortamın olanakları doğrultusunda kendi içinde bir anlam ve derinlik taşıyabilir; ancak tüm parçalar aynı zamanda başlangıçtaki bütüne dayanır. Bu ortak temel ise her mecradaki anlatıyı daha güçlü ve tutarlı kılmaya yardımcı olur. Devamlı gelişmekte ve çoğalmakta olan bu parçalar, anlatının ilk platformunun çevrim içi ya da çevrim dışı olmasından bağımsız olarak hibrit uzamda sürekli bir devinim hâlinde yer almaktadır. Bu doğrultuda transmedya kavramı ‘bir anlatının hibrit uzama yayılmış farklı mecralarda durmaksızın yeniden biçimlenerek bir yapboz gibi bütünsel bir anlatıya dönüşme modeli’ olarak tanımlanabilir. Transmedya kavramının birden çok özelliğini kapsayan böyle bir tanımla ilerlemek, Türkiye’deki alan yazında sınırlı biçimde ele alınan transmedya kavramının daha kapsamlı biçimde analiz edilmesine ve bu alanda yeni araştırmaların geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Akdemir Dilek, B., & Çelimli Akgül, A. A. (2024). Film pazarlama stratejilerinde transmedya etkisi: Barbie örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 56-75. <https://doi.org/10.11616/asbi.1391248>
- Akdoğan, Ç. (2022). Transmedya hikâyeciliği kapsamında Buz Devri (The Ice Age) evreninin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 11(2), 90-106. <https://doi.org/10.47934/tife.11.02.01>
- Akgül, M., & Hekimoğlu Toprak, H. (2021). Yakınsama kültürü ve transmedya hikâye anlatıcılığı üzerine bir çalışma: *Etilerin Savaşı* filmi. *Aksaray İletişim Dergisi*, 3(1), 43-61. <https://doi.org/10.47771/aid.830788>
- Aslantaş, S., & Yıldız, P. (2025). Transmedya anlatısıyla mekânın üretimi: Performatif çizim serisi. *Yedi*, 33, 119–129. <https://doi.org/10.17484/yedi.1552888>
- Ataman, E. Ö., & Pigey, D. S. (2022). Transmedya hikâye anlatıcılığı ve içerik pazarlama temelinde Red Bull Türkiye “İçimdeki Ses” Ezhel örneği. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 7(1), 171–190. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.1076892>
- Bal, Z. E., & Parlayandemir, G. (2023). Bir terapi odası simülasyonu olarak Gülseren Budayıcıoğlu evreni dramaları. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 16(43), 1407-1428. <https://doi.org/10.12981/mahder.1336882>
- Bayraktar, S. (2018). Moda sektöründe transmedya hikâye anlatımı: Barbie bebek transmedya uygulamaları örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 325-350. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.406498>
- Bazarcı, S. (2019). Transmedya uygulamalarında yayılma kanalları: Küresel örnekler

- üzerine bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 560-576. <https://doi.org/10.31123/akil.529067>
- Bolat, N. (2019). Geleneksel mecralarda çapraz medya ve transmedya anlatıları üzerine bir inceleme: Ağır Roman örneği. *Selçuk İletişim*, 12(2), 503-531. <https://doi.org/10.18094/josc.596244>
- Boz, Ö. (2021). Sinema ve resim ekseninde medyalararası bir inceleme: Aşçı, Hırsız, Karısı ve Aşığı filmi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 35, 262-283. <https://doi.org/10.31123/akil.781782>
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: Ağ toplumunun yükselişi* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cengiz, V., & Kaya, S. (2022). Haber oyunları: Deneyimlenebilir gerçeklik, Ludenik haber okuma, amaç ve normların çatışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48, 429-445. <https://doi.org/10.52642/susbed.1097105>
- Coombs, W. T., & Harker, J. L. (2021). *Strategic sport communication: Traditional and transmedia strategies for a global sports market*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003031161>
- Çalık, M., & Nizam, F. (2020). Pazarlama halkla ilişkilerinde transmedya hikâyeciliği uygulamaları: Turkcell "Emocanlar" kampanyası örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (İktisadi ve İdari Bilimler), 9-21. <https://doi.org/10.18506/anemon.668780>
- Çetinkaya, Ö. A. (2017). Marka sadakati oluşturma aracı olarak transmedya hikâye anlatımının yeri ve değeri. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 559-576.
- Dena, C. (2009). *Transmedia practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments* (Yayımlanmamış doktora tezi). University of Sydney. <https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/5353>
- Dikmen, E. Ş. (2022). Sosyal medya platformları ve televizyon yayıncılığı: TRT'nin dijital pratikleri. *TRT Akademi*, 7(14), 134-153. <https://doi.org/10.37679/trta.1010512>
- Dönmez, M., & Güler, Ş. (2016). Transmedya hikâyeciliği "Doritos Akademi" örneği incelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 155-175. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.265477>
- Du Plessis, C. (2018). Prosumer engagement through story-making in transmedia branding. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 175-192. <https://doi.org/10.1177/1367877917750445>
- Elveren Arı, B., & Gürses Köse, İ. (2021). Metinlerarasılıktan transmedya hikâye anlatıcılığına: Harry Potter. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2, 1-25. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.954195>
- Fagerjord, A. (2010). After convergence: YouTube and remix culture. J. Hunsinger, L. Klastrup, & M. M. Allen (Eds.), *International handbook of internet research* içinde (ss. 187-200). Springer.

- Freeman, M. (2016). *Historicising transmedia storytelling: Early twentieth-century transmedia story worlds*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315439525>
- Freire, M. M. (2020). Transmedia storytelling: From convergence to transliteracy. *DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, 36(3), <https://doi.org/10.1590/1678-460X2020360309>
- Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The new media technologies: Overview and research framework. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1116771>
- Gerbaudo, P. (2022). Theorizing reactive democracy. *Democratic Theory*, 9(2), 120-138. <https://doi.org/10.3167/dt.2022.090207>
- Guliyev, Z. (2021). Transmedya hikayeciliği bağlamında kültürel miras yapıtlarının inşa ettiği imaj analizi: Kız Kulesi örneği. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 96-108.
- Gümüş, İ. (2019). Transmedya hikayeciliği aracılığı ile marka sadakati inşasına yönelik bir örnek çalışma: 'Angry Birds'. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 174-197.
- Güngör, A. (2022). Yeni medya'dan transmedya'ya illüstrasyon ve oyun tasarımında periferi. *Akdeniz Sanat*, 16(29), 139-163. <https://doi.org/10.48069/akdenizsanat.942481>
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Blackwell.
- Holat, O., & Takımcı, D. (2023). Anti kahraman transmedya ekosistemi örneği olarak 'Deadpool' hikâye evreninde medyalararası mecra stratejileri. *Etkileşim*, 12, 104-135. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.12.216>
- Ihamäki, P., & Heljakka, K. (2019). The Internet of Toys, connectedness and character-based play in early education. In K. Arai, R. Bhatia, & S. Kapoor (Eds.), *Proceedings of the Future Technologies Conference (FTC) 2018* içinde (ss. 803-812). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02686-8_80
- İlkılıç, S. (2024). Theodor Fontane'nin L'Adultera eserinde medyalararası bağlantılar. *Studien Zur Deutschen Sprache Und Literatur*, 52, 77-93. <https://doi.org/10.26650/sdsl2024-1496422>
- İspir, N., & Kucur, A. (2019). Yakınsama kültürü ve transmedya hikâye anlatıcılığı. *Kurgu*, 27(2), 161-171.
- İspir, N., & Bilginer Kucur, A. (2021). yakınsama kültürü, transmedya hikâye anlatıcılığı: Angry birds kurgusal evreni. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 37-54.
- Jakus, D., & Kreşimir, Z. (2016). Transmedia marketing and re-invention of public relations. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 22(4), 91-101. <https://doi.org/10.14611/minib.22.12.2016.13>
- Jenkins, H. (2003, January 15). Transmedia storytelling. *MIT Technology Review*. ht-

- [tps://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling](https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling)
————— (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- (2007, March 21). Transmedia storytelling 101. *Henry Jenkins' Blog*. https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Karadağ, Ö. (2017). Text and performance as an interdisciplinary and intermedia rewriting: Hamletmachine (1977) and death suits Ophelia (2005). *Studien Zur Deutschen Sprache Und Literatur*, 2(38), 23–48.
- Keleş, A. (2017). Medyalararası bir yaklaşımla uyarılma filmler ve edebiyat öğretimi. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 165–176.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games*. University of California Press.
- Koç, M., & Yıldırım, G. (2023). Transmedya hikayeciliği ve bilişsel kapitalizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(2), 483-500. <https://doi.org/10.7456/tojdoc.1254472>
- Lefebvre, H. (1991). *The critique of everyday life* (Vol. 1) (J. Moore, Çev.). Verso.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Meriç, A. B. (2023). Yeni medya ile dönüşen meslekler: Sinema oyunculuğundan video oyunlarına. *Filmvisio*, 1, 149-179. <https://doi.org/10.26650/Filmvisio.2023.0006>
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the holodeck*. MIT Press.
- Naughton, J. (2016). The evolution of the internet: From military experiment to general purpose technology. *Journal of Cyber Policy*, 1(1), 5-28.
- Özarlan, Z., & Perdahcı, B. (2022). Katılımcı kültür ve transmedya anlatıyı dijital oyun üzerinden tartışmak. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 79-113. <https://doi.org/10.46372/arts.1191274>
- Özdemir, Ş. (2019). Mobbing perspektifiyle transmedya hikâyeciliği ve örgütsel davranış: The Devil Wears Prada filmi örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1029-1044. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.480012>
- Palencia-Triana, C. A. (2024). Museums, social media, and transmedia universes: Content creation for active audience participation. *Visual Review*, 16(3), 229-238. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5259>
- Pratten, R. (2011). *Getting started with transmedia storytelling. Talking Objects*. <https://talkingobjects.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/book-2-robert-pratten.pdf>
- Raybourn, E. M. (2014). A new paradigm for serious games: Transmedia learning for more effective training and education. *Journal of Computational Science*, 5, 471-481.

- Rose, F. (2011). *The art of immersion: How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories*. W. W. Norton & Company.
- Ruppel, M. (2012). *Visualizing transmedia networks: Epistemologies, interfaces and the politics of knowing* (Yayımlanmamış doktora tezi). University of Maryland. <https://drum.lib.umd.edu/handle/1903/13508>
- Sarı, G. (2017). Transmedya hikâye anlatıcılığı: Kötü Çocuk örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 71–79.
- Sarı, M. F. (2024). Kapitalist modernizm ve post-modernizm tartışması: David Harvey-J. Lyotard. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*, 14(2), 360-390. <https://doi.org/10.32957/hacettepehdf.1551372>
- Schiller, D. (2000). *Digital capitalism: Networking the global market system*. MIT Press.
- (2023). Digital capitalism in the 2020s: Dividing the world. *Etkileşim*, 12, 526-542. <https://doi.org/10.32739/etkileşim.2023.6.12.232>
- Schiller, M. (2018). Transmedia storytelling. I. Christie & A. van den Oever (Eds.), *Stories: Screen narrative in the digital era* içinde (ss. 97-108). Amsterdam University Press.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Selçuk, B. G. (2022). Transmedya hikâye anlatılarında hedef kitle etkileşimi: Assassin's Creed örneği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 29, 265–288. <https://doi.org/10.18603/sanattetasarim.1137942>
- Selvi, M. S., & Kasap, B. B. (2024). Pazarlama ve markalaşmada transmedya hikâye anlatıcılığının önemi: Niloya örneği. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 721-740. <https://doi.org/10.47525/ulasbid.1516679>
- Söğüt, F. (2022). Dijital oyunlarda transmedya hikâyeciliği: Assassin's Creed serisi örneği. *Istanbul Gelisim University Journal of Social Sciences*, 9(1), 56-78. <https://doi.org/10.17336/igusbd.742234>
- Şahin, E., & Kara, S. N. (2020). Dijital pazarlamada transmedya hikâyeciliği kapsamında Garanti BBVA markası incelemesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 55-80. <https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.844844>
- Taddeo, G., & Tirocchi, S. (2019). Transmedia teens: The creative transmedia skills of Italian students. *Information, Communication & Society*, 24(2), 241-257. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1645193>
- Tokgöz, C., & Polat, B. (2018). Transmedya, kolektif anlatı ve kent: Pokémon GO örneği. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 9, 114-129.
- Tombleson, B. (2024). Transmediale learning: A literature review. *Technology, Pedagogy and Education*, 33(2), 255-269. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2024.2310681>

- Tuncer, M. (2018). Destinasyon pazarlaması ve transmedya: The Water Diviner üzerine bir değerlendirme. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, 16(25), 117–129. <https://doi.org/10.17518/canakkalearastirmalari.475833>
- Uslu, N. (2025). Transmedya hikâye anlatıcılığı bağlamında *The Terminator* film serisi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 25, 59-71.
- Uyanık, G. (2023). Dijital medya platformlarını Henry Jenkins'in kavramları üzerinden okumak. *Etkileşim*, 11, 432–444. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.11.204>
- Ünür, E. (2013). Bir tüketim trendi olarak medyalararası öyküleme ve medyalarötesi yeniden üretim. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20, 43-52.
- Üründü, H. (2022). Thomas Bernhard'ın “der Kulterer” adlı eseri ve filmi; medyalararası bir yaklaşımla uyarlama. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 31-58.
- Van Dijk, J. (2006). *The network society*. Sage Publications.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası*. Metis Yayınları.
- Yıldız, İ. (2021). Masalların perde arkası: Transmedya bağlamında “The Wolf Among Us” isimli video oyunu. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14(36), 1227-1246. <https://doi.org/10.12981/mahder.1000731>
- Yılmaz, M. S. (2023). Medya çalışmaları bağlamında dönüşen hikâye anlatıcılığı: Transmedya hikâye anlatısı. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 8(1), 49-66. <https://doi.org/10.56202/mbsjcs.1192909>
- Yiğitbaşı, K. G. (2018). Transmedya hikâyeciliğinde Wattpad örneği ve okur tercihlerine yönelik bir araştırma. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 9(31), 21-42. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.1.002.x>
- Zengin, F. (2021). Yakınsama çağında hikâye anlatmak: Transmedya hikâyeciliği kavramı üzerinden “Leyla İle Mecnun” dizisinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 44, 169-190. <https://doi.org/10.30794/pausbed.761174>

Etik kurul onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: G. Bozkurt (%50), D. Tekrin (%50).

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.

Financial support: No funding was received for this study.

Author contribution rate: G. Bozkurt (50%), D. Tekrin (50%).