



Volume 7 / Issue I

Autumn 2022

ISSN: 2548-0146

INCISS

The Journal of International Civilization
Studies

Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi

www.inciss.com

18/07/2022

INCISS

ISSN: 2548-0146

The Journal of International Civilization Studies

Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi



Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi, altı ayda bir yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi'nde yayınlanan tüm yazıların, dil, bilim ve hukukî açıdan bütün sorumluluğu yazarlarına, yayın hakları www.inciss.com'a aittir. Yayıncının yazılı izni olmaksızın kısmen veya tamamen herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz. Yayın Kurulu dergiye gönderilen yazıları yayınlayıp yayınlamamakta serbesttir. Dergiye gönderilen yazılar iade edilmez.

The Journal of International Civilization Studies is an international journal that is published in spring and autumn as two volume. All articles' language, science and law responsibility belongs to the authors. Publication rights belongs to the The Journal of International Civilization Studies www.inciss.com. The published articles partially or completely in any way cannot be printed, reproduced without the written permission of the publisher. Editorial Board is absolutely free whether to publish or not publish all the articles send to journal. Submitted papers will not be returned to the authors.

18/07/2022

Volume 7/ Issue 1

Editors

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK
mehmetsezai.turk@manas.edu.kg

Doç. Dr. Uğur ÜNAL
ugur.unal@manas.edu.kg

Doç. Dr. Hakan Yalap
hakanyalap@hotmail.com

Associate Editor

Doç. Dr. Erdoğan AKMAN

Yrd. Doç. Dr. Seyil NAJIMUDINOVA

Gökhan DENİZ

Ahmet AKAY

Editorial Board/ Editör Kurulu

Prof. Dr. Alexandra Vranes (Belgrade University) SERBIA alexandra.vranes@gmail.com

Prof. Dr. Andrew J. M. Smith (Emporia State University) USA asimith37@emporia.edu

Prof. Dr. Joseph Haldane (Osaka University) JAPAN jjhaldane@iafor.org

Prof. Dr. Kiyomitsu Yui (Kobe University) JAPAN yui@lit.kobe-u.ac.jp

Prof. Dr. Ljiljana Markovic (Belgrade University) SERBIA ljiljana.markovic@gmail.com

Prof. Dr. M. Sezai Türk (Ankara Hacı Bayram University) TURKEY msezaiturk@gmail.com

Prof. Dr. Roberto Veraldi (University of Gabriele d'Annunzio of Chieti-Pescara)

ITALY rveraldi47@gmail.com

The Journal of International Civilization Studies is indexed and abstracted by

SOBIAD, Index Copernicus, Cite Factor Academic Scientific Journals, Road Directory of Open Access Scholarly Resources, Rootindexing, Directory of Research Journals Indexing DRJI, Researchbib, Asos Index, Scientific World Index, Google Scholar, Directory of Indexing and Impact Factor

Advisory Board/ Danışma Kurulu

- Prof. Dr. A Beril Tuğrul (İstanbul Technical University) TURKEY
- Prof. Dr. Adriana d'Angelo (University of Gabriele d'Annunzio of Chieti-Pescara) ITALY
- Prof. Dr. Alexandra Vranes (Belgrade University) SERBIA
- Prof. Dr. Ali Yakıcı (Gazi University) TURKEY
- Prof. Dr. Babek Kurbanov (Gaziantep University) TURKEY
- Prof. Dr. Bekir Çınar (Niğde Ömer Halisdemir University) TURKEY
- Prof. Dr. Bibigül İliyasovna İmambekova (University of Kazakh State Women's)
KAZAKHSTAN
- Prof. Dr. Bilal Karabulut (Ankara Hacı Bayram University) TURKEY
- Prof. Dr. Daniele Ungaro (Teramo University) ITALY
- Prof. Dr. Enver Aydoğın (Ankara Hacı Bayram University) TURKEY
- Prof. Dr. Elena Oganova (Moscow State University) RUSSIA
- Prof. Dr. Faruk Çolak (Niğde Ömer Halisdemir University) TURKEY
- Prof. Dr. Fred Gardaphe (City University of New York) USA
- Prof. Dr. Hatice İçel (Niğde Ömer Halisdemir University) TURKEY
- Prof. Dr. Hikmet Koraş (Niğde Ömer Halisdemir University) TURKEY
- Prof. Dr. İlgar İmamverdiyev (Gaziantep University) TURKEY
- Prof. Dr. James Birx (Canisius College) USA
- Prof. Dr. Ljiljana Markovic (Belgrade University) SERBIA
- Prof. Dr. Livia Maria Costa Madureira (University of Tras-os-Montes e Alto Douro)
PORTUGAL
- Prof. Dr. Metin Işık (Sakarya University) TURKEY
- Prof. Dr. Mihaela Gavrila (Rome La Sapienza University) ITALY
- Prof. Dr. Mukadder Boydak (Fırat University) TURKEY
- Prof. Dr. Mustafa Akdağ (Erciyes University) TURKEY
- Prof. Dr. Recai Coşkun (İzmir Katip Çelebi University) TURKEY
- Prof. Dr. Remzi Oto (Dicle University) TURKEY
- Prof. Dr. Roberta Tresca (University of Gabriele d'Annunzio of Chieti-Pescara) ITALY
- Prof. Dr. Selahattin Avşaroğlu (Necmettin Erbakan University) TURKEY
- Prof. Dr. Simone Misiani (University of Rome La Sapienza) ITALY
- Doç. Dr. Armağan Öztürk (Artvin Çoruh University) TURKEY

Doç. Dr. Alper Çağrı Yılmaz (Ankara Hacı Bayram University) TURKEY

Doç. Dr. Ömer Fettahliođlu (Kahramanmaraş Sütçü İmam University) TURKEY

Doç. Dr. Serkan Öztürk (Yalova University) TURKEY

Doç. Dr. Yunus Kaplan (Osmaniye Korkut Ata University) TURKEY

Field Editors / Alan Editörleri

Doç. Dr. Armağın ÖZTÜRK / Artvin Çoruh Üniversitesi

Doç. Dr. Cengiz BUYAR / Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Doç. Dr. Barış MUTLU / Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Naryngul MARGAZIEVA / Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Dr. Öğr. Gör. Serhat ATMACA / Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Dr. Meerim ARTYSHEVA / Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi

Dr. Bülent ÖZTÜRK / İç İşleri Bakanlığı

Contents/ İcindekiler

	Pages/ Sayfa
Takdim/ <i>Editorial</i>	VI
Banu ERDOĞAN ÇAKAR Kırgız Sinemasında Kültürel Kod ve Göstergelerin Sunumu: Kökbörü Filmi Örneğinde <i>Cultural code and indicators in the Kyrgyz cinema: in the example of the Kokboru film</i>	1-12
Kayahan KÜÇÜK Traditions of birth, wedding and death of the Kazakhs <i>Kazakistan Türklerinde Doğum, Düğün ve Ölüm Gelenekleri</i>	13-23
Konur Alp KOZ ve Umur IŞIK İnternet Gazeteciliği İçin Kılavuz: Google Trendlerde Haber Keşfi <i>Guide to internet Journalism: news exploration in Google</i>	24-48
Tolkun BEKTURGAN KIZI Analyzing the Documentary Film “Home Game” by Netflix <i>Netflix'in “Home Game” Adlı Belgesel Filminin Analizi</i>	49-58
Züleyha Ertan KANTOS ve Asiye TOKER GÖKÇE İlkokul Öğrencilerinin Okula Yönelik Metaforik Alguları <i>Metaphorical perceptions of primary school students about school context</i>	59-81



Kırgız Sinemasında Kültürel Kod ve Göstergelerin Sunumu: Kökbörü Filmi Örneğinde

Banu Erdoğan Çakar¹

Öz

Sinema insanları eğlendirme işlevinin yanı sıra toplumun tarih boyunca oluşturduğu kültürel birikimi görsel ve işitsel olarak izleyiciye aktaran başat kültür taşıyıcılarından. Kracauer'in tasviri ile 'kültürü yansıtan ayna' olarak sinema, bu yönüyle film çalışmaları için dünyayı ve kültürü okuma aracı olmuştur. Bir filmde kullanılan çeşitli görsel, işitsel kodlar ve göstergeler üzerinden sistematik bir şekilde istenilen yaşam perspektifi; kültürel bakış açıları, tarihi ve aktüel olay yorumlamaları yansıtılabilmektedir. Dolayısı ile de gerçeğin ve eğlencenin birleşimiyle hibrit bir yapıya sahip olan filmlerin istenilen algıyı yaratmada ve bunu kitlelere aktarmada oldukça önemli bir rolü vardır. Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı kültürel bir aktarım aracı olarak sinemanın rolünü, Kırgızların kültürel değerlerinin ulus sinemasına nasıl yansıdığını Kökbörü filmi üzerinden tartışmaktır. Çalışmada Kökbörü filmi örneğinde anlamı oluşturan düzgüler diğer bir ifadeyle Kırgız kültürüne dair kullanılan kodlar ve göstergeler göstergebilimin kurucu isimlerinden biri olan Roland Barthes'in göstergebilimsel analiz modeli temelinde betimleyici ve yorumlayıcı bir bakış açısıyla analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Kökbörü filminde; Kökbörü oyunu, geleneksel otorite kabulü, akıl ve gelenek ayrımı, Sovyetler Birliği dil politikasının devamlılığı, ön kabul, aidiyet duygusu, kıyafet ve müzikte geleneksel-modernite birlikteliği ve metaforik adlandırma olguları tespit edilmiş ve bu olguların Kırgız kültüründeki örtülü anlamları açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kırgız sineması, Kökbörü, Kırgız kültürü, kültürel çalışmalar

Cultural code and indicators in the Kyrgyz cinema: in the example of the Kokboru film

Abstract


Cinema is one of the main cultural carriers that conveys the cultural accumulation that the society has created throughout history to the audience visually and audibly in addition to its function of entertaining people. With the depiction of Kracauer, cinema as a "mirror reflecting culture" has become a tool to read the world and culture for film studies with this function. The desired life perspective in a systematic way through various visual and auditory codes and indicators used in a movie; cultural perspectives, historical and current event interpretations can be reflected. Therefore, films that have a hybrid structure with the combination of reality and entertainment have a very important role in creating the desired perception and conveying it to the masses. The purpose of this study is to discuss the role of cinema as a cultural transfer tool and how the cultural values of Kyrgyzstan reflect on Kyrgyz cinema through the film Kok Boru. In the study, the codes that make up the meaning in the example of Kok Boru, in other words, the codes and indicators used in the Kyrgyz culture were analyzed from a descriptive and interpretive perspective on the basis of the semiotic analysis model of Roland Barthes, one of the founding names of semiotics. As a result of the analysis; Kokboru game, traditional authority acceptance, discrimination between reason and tradition, language as a means of culture expression, implication and pre-acceptance, the effect of cultural elements in the process of social decision making, sense of belonging, traditional-modernity in clothing and music and and metaphoric naming facts were identified in the film.

Keywords: Kyrgyz cinema, Kokboru film, Kyrgyz culture, cultural studies, film semiotics

Atıf İçin / Please Cite As:

Erdoğan Çakar, B. (2022). Kırgız sinemasında kültürel kod ve göstergelerin sunumu: Kökbörü Filmi örneğinde. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, VII (I), s. 1-12.

¹ Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, banu.erdogancakar@manas.edu.kg

 ORCID: 0000-0002-0632-5098

Giriş

İnsanlık tarihinin evrelerine bakıldığında kültür yaşam döngüsünün her basamağından etkilenmiş ve nihayetinde toplumun maddi ve manevi değerler bütünü olmuştur. Toplumla beraber yaşayan birey de doğduğu ilk günden itibaren bu maddi ve manevi değerlerle tanışmakta ve bunları içselleştirmektedir. Ancak zaman içerisinde nasıl ki bireyin değişebileceği gibi kültürün maddi ve manevi değerleri de değişebilmektedir. Bu da kültürün değişebilir olduğunu göstermektedir (Özbek, 2000). Buradan yola çıkarak, kültür en genel tanımıyla; nesilden nesle geçen, devrim halinde olan bir ulusun değerler sistemidir. Bu sistem toplumda yer alan alt görünümünden varlığını sürdürmektedir. Yemek, müzik, geleneksel spor, kıyafet ya da toplumda öne çıkan değerlerin her biri sistemi oluşturan, sürdüren alt görünümüdür.

Suni bir olgu olmayan kültür, topluma has yollarla, nesilden nesle geçen, taklidi olmayan bir olgudur (Gökalp, 1999:31). Toplumların nihai amacı da zaman içerisinde değişimler olsa da kültürün aslını korumak ve nesilden nesle aktarmaktır. Aktarım çeşitli kültür taşıyıcıları aracılığıyla yapılmaktadır. Kültür taşıyıcı başatlarından biri de sinemadır. Diğer tüm sanat dalları gibi sinema da toplumdan beslenerek üretilmektedir. Dolayısı ile sinema dil, kıyafet, müzik, yemek, ritüeller gibi birçok unsuru ile tüm kültür taşıyıcılarını bünyesinde barındırabilmektedir.

İlk olarak panayır eğlencesi olarak icat edilen sinema, zaman içerisinde bu fonksiyonunun yanına insanların bilgilerini, ideolojilerini aktarmayı, kitleleri yönlendirmeyi de ekleyerek düşünsel aktarım aracına dönüşmüştür. Bu özelliğiyle de izleyicinin zihnini film izlerken düşünmeye teşvik etmektedir (Eisenstein, 1993:16). 1950'ler ile birlikte sinema toplum için bir etkileşim yeri haline gelmiş ve film izlerken yaşadığı heyecan, olumlu mekânsal deneyimler ile alışkanlığa dönüşmüştür (Ravazzoli, 2016:37). Özellikle 1960'lardan sonra film çalışmaları artış göstermiştir. Sinema üzerine yapılan çalışmaların önemli bir kısmı filmlerin toplumu yansıttığı ve yaşam tarzını biçimlendirdiği varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle de yansıma ve etki kuramı çerçevesinde yürütülen çalışmalarda sinemanın kültürel bellek oluşumuna bulunduğu katkı dile getirilmektedir. Üstelik bu aktarım sadece ulusal kimlik ve kültür temelli tarihi filmler aracılığı ile değil, kullanılan kültürel bir motif, etnik bir müzik gibi temsiller ile kurmaca filmler vasıtasıyla da yapılmaktadır (Cheung ve Fleming, 2009:1-7). Sinemanın bu konudaki başarısı onun kurgu, ışık, kamera açıları, ses gibi başka sanat dallarında bulunmayan yetkinliği ile ilişkilendirilmiştir. Kullanılan efektler ile düşünceler somutlaştırılmakta ve simgesel iletiler seyircide bir inanç oluşturmaktadır (Güçhan, 1993:62).

Balazs'a göre film doğanın insanileştirilmiş halidir. Filmlerde kullanılan arka planlar toplumun bünyesindeki kültürel öğelerin ürünleridir. Mertz'e göre ise film kültürel olarak belirlenmiş üründür. Filmlerde yer alan kodlar onu gerçek dünyanın aracı haline dönüştürmektedir. Filmde yer alan her bir görüntüde sosyo-kültürel açıdan kodlar yer almaktadır. Dolayısı ile hiçbir görüntü arı değildir ki bunu yönetmen genelde bilinçsiz yapmaktadır (Andrew, 2010:171, 342). Yönetmenin bilinçli ya da bilinçsiz olarak yer verdiği bu kodları izlerken izleyicide o koda dair bir kavram oluşması anlamlandırma sürecidir. Barthes anlamlandırma sürecini iki düzlem üzerinden gerçekleştirdiğini belirtmiştir; düz anlam ve yan anlam. Barthes anlamlandırma sürecinde düz anlam ve yan anlam ayırımına girerek görüntüsel mesajları kültürel açıdan yorumlamaya imkân sağlamıştır. Yan anlam imalar, ön kabuller, toplumsal hafıza gibi kültürel arka plan ile birebir ilintilidir (Güngör, 2017:706).

Filmlerde yer alan kültürel göstergeler o kültür tarafından kodlanmış göndermelerden oluşmaktadır. Toplumun hayat tarzını belirleyen normları, değerleri, inançları, hikayeleri, mitleri yani toplumun kabul ettiği değer yargılarını bünyesinde barındırmaktadır (Edgar-Hunt vd., 2012: 29). Filmler kültürel ve sosyal hayat sürecinin bir parçasıyken, öte yandan da bu süreçte aktif rol oynamaktadır (Gunning, 2008:186). Filmin önemli ve seçkin özelliklerinden biri, izleyiciye yaratabileceği olası deneyimdir. İnsanlar bir filmi boş zamanlarını değerlendirme, eğlenme amaçlı dahi izlese, illa ki o filmde bir şeyler öğrenerek, yorumlayarak bir deneyim kazanmaktadır. Film izleyicinin hayal gücünü, gördüğü, duyduğu ve hissettiği şeylere katılmaya çağırır (Cloete, 2017:2).

Uzun yıllar Sovyet sineması bünyesinde gelişim gösteren Kırgız sineması da özellikle ülkenin bağımsızlığını kazanmasıyla, sinemanın bu fonksiyonundan yararlanmaya başlamıştır. Özellikle 60'lı yıllara kadar filmlere hâkim olan Sovyet insanının kahramanlığı, iktidarın gücü veya Komünist Parti'nin propagandası yerine Kırgız yönetmenler, vatan sevgisini aşılacak için topraklarının doğal güzelliklerini, Kırgız halkının köklerini, tarihini, kültürünü, kahramanlıklarını öne çıkararak yapıtlara imza atmaya başlamıştır. Bunun ilk örneği Kurmanjan Datka filmidir. 2014 yılında yönetmen Sadık Şer Niyaz tarafından çekilen ilk tarihsel film Kurmanjan Datka vatanseverlik duygularını uyandıracak güçlü anlatı yapısına sahiptir. Yine 2015 yılında Mirlan Abdıkaliyev'in yönetmenliğinde çekilen, tür olarak tarihi olmasa da kültürel kimlik unsurlarının yer aldığı Sutak (Сутак) filminde Kırgız milletinin toplumsal normları, görgü kuralları ve aile yapısına yer verilmiştir. Sovyet döneminde ihmal edilen gerçek tarih yeni nesil yönetmenler tarafından ele alınarak sadece sinemaya değil ülke tarihinin öğrenilmesine de büyük katkı sağlamaktadır (Толумушова, 2015). Ruslan Akun da bu genç yönetmenlerden biri olduğunu yönettiği Kökbörü filmi ile göstermiştir. Akun filminde geleneksel spor oyunlarından olan Kökbörü üzerine kurduğu toprak mücadelesi hikâyesiyle sosyal problemleri ele almıştır. Üstelik bunu Kırgız milletinin gelenekleriyle, görenekleriyle harmanlayarak gerçekleştirmiştir.

Kırgız sinemasında Kırgız kültürüne dair kültürel görünümüleri Kökbörü filmi örneğinde açığa çıkarmayı amaçlayan çalışmada Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz modeli kullanılarak filmin yüzey yapısından derin yapıya göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle bir okuma yapılmıştır. Bu okumada kültürel kimlik sembollerinin örtük anlamları ortaya koyulmaya çalışılmaktadır. Yapılan çözümleme sonucunda filmde tespit edilen Kökbörü oyunu, geleneksel otorite kabulü, akıl ve gelenek ayrımı, Sovyetler Birliği dil politikasının devamlılığı, ön kabul, aidiyet duygusu, kıyafet ve müzikte geleneksel-modernite birlikteliği ve metaforik adlandırma olgularının yan anlamsal düzlemde ne ifade ettiği açıklanmıştır.

Yöntem

Çalışmada Kökbörü filminde sinematografik unsurların kültürel kimlik temsilleri incelenmiştir. Bu amaçla filmdeki kültürel kimlik üzerindeki işaret ve sembollerin anlamları, anlamlandırma ve yorumlama yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Analizler, nitel araştırma tasarımına, yorumlayıcı ve kültürel paradigmalara dayalı olarak keşfedici ve betimleyici bir bakış açısıyla yapılmıştır. Analiz yöntemi olarak Roland Barthes'ın göstergebilimsel çözümleme modeli kullanılmıştır.

Sinema dilinin okunmasına ve anlaşılmasına yardımcı olan yöntemlerden biri de göstergebilimdir. Göstergebilimde filme anlam yaratan en temel öge göstergedir. Roland Barthes'a göre göstergeler düz anlam ve yan anlam kavramları düzeyinde yaratılmaktadır. Düz anlam göstergenin işaret ettiği şey iken, yan anlam ise kültürle göre anlamların yüklendiği farklılıklardır. Gösterge üzerindeki yan anlamı belirli bir çerçevede, sistematik olarak anlamlandırma kodlar aracılığıyla yapılmaktadır. Kodlar ve göstergeler arası etkileşim, yorumlayıcıyı metnin iç yapısında sınırlı bırakmayarak metin ötesinde okumalar yapabilme imkânı sunmaktadır (Chandler, 2007:147, 171). Buradan yola çıkılarak çalışmanın amacına uygun olarak Kökbörü filminde yer alan göstergelerin yan anlamları ortaya çıkan kültürel görünümlemler aracılığıyla yorumlanmıştır.

Bulgular

Kökbörü (Кок-Бору/Время стойких) Filminin Künyesi ve Özeti

Kökbörü filmi Amanat Film yapımcılığında 2018 yılında çekilmiştir. Genç yönetmen Ruslan Akun tarafından Bişkek ve Çolpon Ata şehirlerinde çekilen film "Gerçek yiğitlere adanmıştır" sloganıyla Eylül 2018'de vizyona girmiştir. Filmin senaryosu yönetmen Ruslan Akun tarafından yazılmıştır. Filmin oyuncu kadrosunda Asılhan Tolepov, Andrey Gomonov, Nazım Mendebairov, Marat Amirayev, Sultanek Dikambayev'in yer almıştır.

Köylünün toprağını koruması ve Kökbörü oyunu olay örgülerinin birbirleriyle neden sonuç ilişkisi içerisinde geliştiği film, geleneksel anlatı yapısıyla kurgulanmıştır. Film iş adamı Marat'ın

babasının 70. doğum günü şerefine Kökbörü maçı düzenlemesiyle başlamaktadır. Maç Jalkın ve Bars takımı arasında yapılmıştır. Takımların teknik direktörleri kendi aralarında arabaları karşılığında iddiaya girmişlerdir. Jalkın takımı önde giderken bir anda sahaya bir çocuk atlamış ve filmin baş anlatı kahramanlarından biri olan Jalkın takım oyuncusu Maksat, çocuğu atıyla ezmek için postu bırakmış ve çocuğu yerden almıştır. Onun bu hamlesi takımının mağlup olmasına sebep olmuştur. Bu sırada kurtardığı çocuk Maksat'ın atı Gülsara'nın kanayan bacağına göstermiş ve Maksat yeni bir at istemiş ancak takımın teknik direktörü Toha buna izin vermemiştir. Oyuna yaralı atıyla devam eden Maksat atıyla beraber düşmüş ve ayağı kırılmıştır. Maç sonunda yenilginin ardından sinirlenen Toha Maksat'ın gözü önünde Gülsara'yı kestirmiş ve Maksat'ı da işten atmıştır.

Maksat köyüne dönerken arkadaşına rastlamış ve köylerinde bulunan korunun Çinlilere satıldığını ancak köylülerin buna karşı çıktığını, Madaniyat Evi'nde² toplandıklarını öğrenmiştir. Çinli iş insanları toplantıda mahkeme tarafından izin verilen inşaat iznini temyize vermemeleri karşılığında köylüye her yıl 1 ton kömür vaadinde bulunmuştur. Bu teklifin üzerine oylama yapılmış ve kimse kabul etmemiştir. Ancak köylüde temyize başvurmak için gerekli olan para yoktur. Buna çözüm ararken köyde bir Kökbörü takımı kurup, ligde şampiyon olunarak kazanılacak parayla köyün kurtarılabilceği dile getirilmiştir. Yapılan oylamada yeterli çoğunluk sağlanamamıştır. Takımın kurulmayacağı beklenirken devreye Ak Sakal girmiştir. Yaptığı konuşma ile herkesi etkilemiş ve takımın kurulması yapılan duayla kabul edilmiştir. Böylece teknik direktörlüğünü Maksat'ın babası Temir'in yapacağı, gönüllü oyuncularından oluşan Amanat takımı kurulmuştur.

Yurtdışında gazeteci olarak çalışan Kırgız kızı Narin Kökbörü oyunuyla ilgili haber yapmak için Maksat'ın köyüne gelmiştir. Amanat takımı antrenman yaparken Maksat ile röportaj yapmış, köy muhtarının zoruyla da olsa Maksat ona köyü gezdirmiştir. Narin'in bir sonraki köy ziyaretinde Maksat evde değildir. Maksat'ın annesiyle oturup sohbet eden Narin, Maksat'ın kız kardeşi Altınay'ın evlenmek için kaçırıldığında onu nasıl kurtardığını ve yurtdışına üniversite okumaya gönderdiğini öğrenmiş ve Maksat'tan hoşlanmaya başlamıştır.

İş adamı Marat ve teknik direktör Toha kumar oynamaktadır. Sürekli kaybeden Toha'nın verecek bir şeyi kalmayınca yarı finalde olan Jalkın takımını teklif etmiştir. Marat, takımı şampiyon olması koşuluyla kabul etmiştir. Finalde Jalkın takımının rakibi, zor şartlar altında imkansız başarıyan Amanat takımıdır. Kıyasıya rekabet başladığında kazanmaktan başka şansı olmayan Toha oyunun sonucunu değiştirmek için tüm yollara başvurmuştur; rüşvet, tehdit, şiddet ve son olarak Maksat'ın atının zehirlenmesi. Her ne kadar zaman zaman Amanat takımı maç sırasında öne geçse de Toha'nın hileleri işe yaramış ve final maçını Jalkın kazanmıştır.

Filmin son bölümünde yönetmen Akun, Amanat takımı yenilse de trübünde Amanat tezahüratlarını dindirmeyerek ezber bozmaktadır. Zaferin satın alındığını fark eden Marat, babası ve Jalkın oyuncuları da galibiyete sevinmez. Amanat takımının büyük ödülü kaybetmesiyle seyirciye köylünün toprak mücadelesinde kaybettiği düşündürülür ama ilerleyen sahnelerde durumun düşünüldüğü gibi olmadığı anlaşılmaktadır. Gazeteci Narin yazdığı haberde sadece Kökbörü oyununu değil, aynı zamanda köylülerin Çinlilerle olan toprak sorununu da dile getirmiştir. Medyada geniş yankı bulan bu haberden sonra köylünün mağduriyetini gidermek için yardım kampanyası düzenlenmiştir. Gönüllü avukatlar davayı üstlenmiş ve nihayet temyizde bozulan kararla Çinliler köyü terk etmek zorunda kalmıştır.

Kökbörü Filminde Yer Alan Kırgız Kültürüne Dair Kodlar ve Göstergeler

Kökbörü filminin anlam evreni ulusal oyun Kökbörü sayesinde toprak mücadelesine devam eden köylülerin hikayesine dayanmaktadır. Filmde Kırgız kültürünün kodlamış olduğu göndermelerin örtülü anlamları; bir mücadelenin anlatısı: Kökbörü oyunu, geleneksel otorite kabulü, akıl ve gelenek ayrımı, Sovyetler Birliği dil politikasının devamlılığı, ön kabul, aidiyet

² Sovyetler Birliği döneminden beri her köye toplantı, kurs, konser, film, tiyatro gösterimi, bayram kutlamalarının yapılması için kullanılan kamusal alandır.

duygusu, kıyafet ve müzikte geleneksel-modernite birlikteliği ve metaforik adlandırma olguları üzerinden analiz edilmiştir.

Bir Mücadelenin Anlatısı: Kökbörü



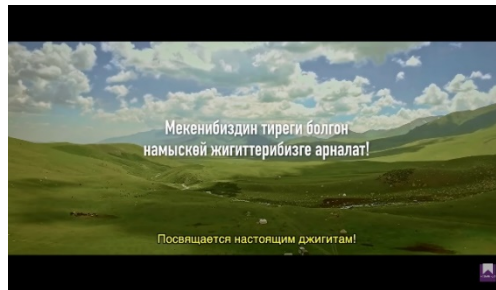
Resim 1. Kökbörü oyunu



Resim 2. Madaniyat Evi'nde yer alan tablo

Filmde Kökbörü göstergesi düz anlamsal düzlemde bir oyunu işaret ederken yan anlamsal düzlemde toplumdaki bir mücadele anlatısını ifade etmektedir. Kırgızistan'ın Sovyetler Birliğine bağlı olduğu dönemlerde oynanması yasaklanan Kökbörü tarihi oldukça eskilere dayanan bir oyundur. Kökbörü Orta Asya'daki en yaygın ata sporlarından biridir. Geçmiş yüzyıllara dayanan bu oyunu oynayanlara Kırgız halkı günümüzde saygıyla bakmaktadır (Ayhan, 2017: 3534). Bu bilgiler ışığında bakıldığında yönetmen Akun'un seçtiği bu oyunla Kökbörü filmi kültür ve gelenek aktarım aracına dönüşmüştür. Filmde Kökbörü oyununa alelade bir oyun olmaktan ziyade mücadele ve toprak koruma işlevi yüklenmiştir. Köylünün mücadelesi Çinlilerin doğalarını bozacağı bunun sonucunda da çocuklarının sağlıksız doğacağı ve kısırlık yapacağı tehdidine karşı verilmiştir. 1 ton kömür karşılığında topraklarını vermek istemeyen köylünün mücadelesi genç Kökbörü oyuncularını aracılığıyla sürdürülmüştür. Burada filmin bel kemiği ortaya çıkmıştır; köylüler Kökbörü oyunu aracılığıyla mücadelelerine devam edecektir.

Kökbörü oyun tarzına bakıldığında savaş taktikleri üzerine kurulduğu görülmektedir. Filmde de bu duruma gönderme yapılmış ve antrenman yapan oyunculara teknik direktör Kökbörünün sadece oyun olmadığını, tarihte askerlerin savaşa hazırlanırken yapmış oldukları eğitimlerden biri olduğunu söylemiştir. Tarihsel bu bağlantıdan olsa gerek, filmde Kökbörü oyunu namus olarak görülmüştür. Yenildikleri için ödülü kaybettiğine üzülen oyuncuya arkadaşının "Ödül önemli değil, Kökbörü bizim için oyun değil, namustur" sözü oyunun Kırgızlar için ne kadar önemli olduğunu göstergesidir. Ayrıca Kökbörünün ödül için oynanmadığı, final maçını yorumlayan radyocunun "Kökbörü ödül için oynanacak bir oyun değil, yürekten oynanan bir oyun. Bugün sıradan çocukların gücünü gördük" sözleri ile pekiştirilmiştir.



Resim 3. Filmin son sahnesi

Filmin son sahnesinde yer alan "Gerçek yiğitlere adanmıştır" sloganı, filmin amacını gayet açık bir şekilde göstermektedir. Burada kastedilen gerçek yiğitler kazanan değil, mücadele eden, vazgeçmeyen ve her şeyden önemlisi dürüst olan yiğitlerdir.

Geleneksel Otorite Kabulü



Resim 4. Ak sakal

Filmde Türk halk kültüründe geleneksel otorite olarak son derece önemli olan, insanlara yol gösteren, hikmet sahibi Ak sakal göstergesine yer verilmiştir. Düz anlamsal düzlemde yaşlı bir erkeği işaret eden Ak sakal filmde geçtiği bağlama bakıldığında yan anlamsal düzlemde geleneksel otoritenin kabulünü göstermektedir. Manas Destanı'nda görmüş-geçirmiş, tecrübeli yaşlılara Ak sakal denilmektedir. Türk halkları için Ak sakalların lider kişi olarak oldukça önemli hatta kutsal bir yeri vardır. Öyle ki Dede Korkut hikayelerinde çocuğa ad verme törenlerinde çocuğun adını veren Ak sakalın adeta Hızır gibi birdenbire ortaya çıktığı, birdenbire yok olduğu anlatılmaktadır (Ögel, 2010:42, 316). Ayrıca Ak sakal tarih boyunca savaş ve göç kararlarını bizzat alarak topluma yön veren önemli bir lider konumunda olmuştur. Ak sakal filmde köylülerin Kökbörü takımının kurulması konusunda çekimser kaldığı anda, tıpkı Dede Korkut hikayelerinde anlatıldığı gibi birdenbire geleneksel otorite olarak devreye girmiştir. Toplantı salonunda ilk sırada oturan Ak sakalın ayağa kalkmasıyla herkes pür dikkat onu dinlemiştir. Ak sakal vatanseverlik, gelecek nesiller için toprağı koruma, düşmana karşı mücadele ve Kökbörü oynayacak gençlerin desteklenmesine yönelik konuşmasını yapmıştır. Filmde Ak sakalın kutsallığı da göz ardı edilmemiş ve konuşması dualarla ve salondaki insanların âmin demeleriyle bitirilmiştir. Böylece Kökbörü takımının kurulacağı herkes tarafından kabul edilmiştir. Geleneksel otoriteye saygı ile büyüyen Kırgızlar için bu durum oldukça sıradandır. Ayrıca Amanat takımının oynadığı maçlarda tribünün en önünde Ak sakal oturmaktadır. Kadraja giren bu görüntüde yine Ak sakalın toplumda lider vasfı vurgulanmıştır.

Akıl ve Gelenek Ayırımı

Kız kaçırma göstergesi düz anlamda evlenme yöntemlerinden biri olan eski bir Kırgız geleneğini işaret ederken, yan anlamsal düzlemde bu gelenek filmde sorgulanarak akıl ve gelenek ayırımının ifadesine dönüşmüştür. Kırgızlarda kız kaçırma geleneği yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Hiç tanımadığı kişi tarafından kaçırılan genç kızın neredeyse hiç söz hakkı yoktur. Kızın itiraz etmemesi, kaçırıldığı evden gitmemesi için kapının önüne ekmek konması, eşiğe yaşlı Kırgız kadının yatması gibi örf ve adeti kullanarak baskı kurulmaktadır. Genç kız çaresiz kabul etmektedir. İnsan hakkı ihlali olan bu gelenek, yasalar ile birtakım önlemler alınmaya çalışılsa da özellikle kırsal alanda halen devam etmektedir. Yönetmen Akun da Kırgız kadınlarının kanayan yarasına parmak basmış, filmde bu geleneğin reddedildiğini Maksat'ın kız kardeşi Aygül'ün hikayesi üzerinden göstermiştir. Filmde liseyi bitiren Aygül'ü komşu köyden bir delikanlı kaçırmıştır. Kardeşinin kaçırıldığını duyan Maksat kardeşini gidip almak istemiş ama babası "el ne der" düşüncesiyle onu durdurmak istemiştir. Maksat herkesi karşısına almayı göze almış ve Aygül'ü gidip geri getirmiştir. Bu durumun Kırgız halkı için çok da kabul edilir olmadığı gerçek hayatla paralel olarak filme de yansıtılmıştır. Dedikodulara dayanamayan Maksat kardeşini okutmak için şehre çalışmaya gitmiş ve onu da Avusturya'ya okumaya göndermiştir. Maksat'ın bu zaferi el ne der korkusu yaşayanlara adeta ders niteliğindedir. Zaten filmin sonunda Maksat'ın babası Temir de "Sen haklıydın oğlum. Ben el ne der deyip korkarken, sen kardeşini gidip alarak doğru olanı yaptın." diyerek pişmanlığını dile getirmiştir. Temir'in bu itirafıyla gelenekle aklın

mücadelesinde akıl kazanmıştır. Bu itirafı filmin sonunda yapması da ömrün sonunda yaşanan ama geri dönüşü olmayan pişmanlıklara yapılan bir gönderme niteliğindedir.

Sovyetler Birliği Dil Politikasının Devamlılığı

Filmde Kırgızca ve Rusça dil göstergeleri düz anlamsal düzlemde Kırgız Cumhuriyeti'nin devlet dili Kırgızca'yı ve resmi dili Rusçayı işaret etmektedir. Bu göstergelere yan anlamsal düzlemde bakıldığında Sovyetler Birliği dil politikasının etkisinin devamlılığını göstermektedir. Kırgızca olan film, Rusça alt yazıyla desteklenmiştir. Sovyetler Birliği döneminde Sovyet Cumhuriyetlerinde yaşayan halklar Rusça bilmek zorundayken, Rusların yaşadıkları ülkenin dilini bilmeleri zorunlu kılınmamıştır. Sovyetlerdeki bu dil politikasının etkisinin halen devam ettiği filmde de kendisini göstermiştir. Filmde konuşulan dilin Rusça olduğu sahneler Kırgızca alt yazı ile desteklenmemiştir. Yani Kırgızca bilmeyenler için Rusça seçenek sunulurken, Rusça bilmeyenler için Kırgızca seçenek sunulmamış, herkesin Rusça bildiği varsayılmıştır.

Filmde sadece Rusça konuşanlara bakıldığında gazeteci Kırgız Narin, Petersburg'dan maç izlemek için gelen Rus gazeteci, Rus veteriner ve Rus doktor karşımıza çıkmaktadır. Bu dört rolün ortak özelliği Rusça konuşmaları dışında beyaz yakalı olmalarıdır. Buradan yola çıkarak filmde dünyaya açılmanın, evrensel olmanın, okumanın dilinin Rusça olarak gösterildiği sonucuna varılmaktadır. Filmde bunun yanı sıra bu durumu destekler nitelikte başka bir rol dağılımı dikkat çekmektedir. Filmde yer alan beşinci Rus olan Tolik köyde doğup büyüyen biridir. Köy takımı Amanat'ta gönüllü olarak oynayan Tolik gazeteci Narin geldiğinde onunla Rusça konuşmaya çalışır ancak köyün muhtarı Narin'e köyde yaşadığı için Rusçasının kötü olduğunu belirtmiştir. Yani kişi Rus bile olsa kırsaldaysa Kırgızca konuşur, Kırgızca kırsalın dilidir. Bir başka açıdan ise Rus birinin Kırgız ulusal oyunu Kökbörü oynaması, Kırgızca konuşması yerel kültürle bütünleşme olarak da yorumlanabilmektedir.

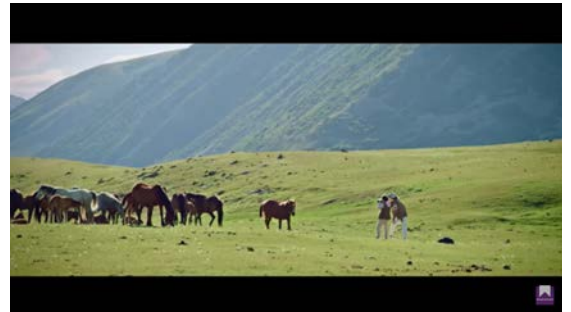
Ön Kabul

Filmde söylem olarak yer alan Çekoslovakya göstergesi düz anlamsal düzlemde 1918 ile 1992 yılları arasında varlık sürdüren bir ülkeyi işaret ederken yan anlamsal düzlemde filmin kahramanının ön kabulünü ifade etmektedir. Filmde de önceden edinilen zihinsel bilginin dışı vurumu gazeteci Narin ve Maksat'ın annesinin sohbeti esnasında gösterilmiştir. 27 yıl önce var olan Çekoslovakya, bugün Çek Cumhuriyeti ve Slovakya olarak iki ülkeye ayrılmıştır. Gazeteci Narin Prag'da çalıştığını söylediğinde Maksat'ın annesi Jarkın "A Çekoslovakya'da mı çalışıyorsun?" diyerek, o günleri yaşayan biri olarak Çek Cumhuriyeti'nin başkenti olan Prag'ı halen Çekoslovakya gibi düşünmektedir.

Aidiyet Duygusu



Resim 5. Kirgizistan doğası



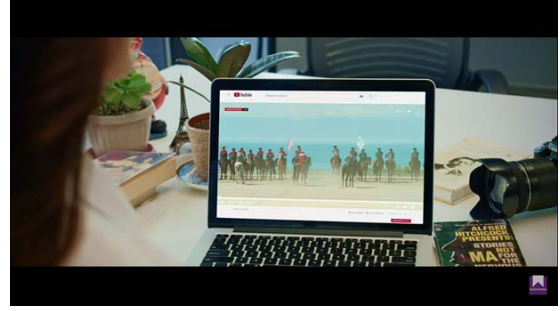
Resim 6. Kirgizistan doğası

Filmde mekân kullanımında karşımıza çıkan yayla ve dağ göstergeleri düz anlamsal düzlemde Kirgizistan doğasına ait yerleri işaret ederken yan anlamsal düzlemde aidiyet duygusunu ifade etmektedir. Mekân ve insan ilişkisi toplumsal aidiyet oluşturulması hususunda oldukça önemli bir etkidir. Mekanlar toplum ile olan etkileşim ve kültürel imgelerin sahnesidir. Bu sahne toplumun yaşadığı sosyolojik, psikolojik olayları dolayısı ile de kamusal benliği okumaya

imkân vermektedir. Buna paralel olarak da mekânın kimlik oluşumunda bir veri olduğu psikolojik yaklaşımlar tarafından kabul edilmektedir (Güleç Solak, 2017:15). Toplumsal kimliğin göstergesi olan mekân, filmde genelde Kırgızistan'ın doğal güzellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadraja giren görüntülerle Kırgızların geçmişte göçebe olduklarının izleri görülmektedir. Kırgızlar için yayla kültürü vazgeçilmezdir. Ayrıca filmde doğadaki at sürü görüntüleri de Kırgızlar için atın vazgeçilmez olduğunu göstermektedir. Yaylada yaşayan insanlar otağlarda yaşamakta ve kımız içmektedir. Bu da kamusal alanda özellikle eski dönemde Kırgızların toplumsal kimliğinin ve hafızanın görüntüsü niteliğindedir. Halen kısmen de olsa devam eden yayla kültürü filmde sahnelenmiş ve bu kültüre ait at, otağ, kımız gibi kültürel unsurlara yer verilmiştir.



Resim 7. Kırgız işçi Çinlilerin şantiyesinde Kökbörü maçını izliyor



Resim 8. Gazeteci Narin Prag'da Kökbörü maçını izliyor

Filmde yan anlamsal düzlemde aidiyet duygusunu ifade eden bir diğer gösterge Kökbörü maçıdır. Filmde Çinlilerin yanında çalışan Kırgız işçi, şantiyeden çağrılmasına rağmen köyünün takımı Amanat'ın final maçını izlemiştir. Aynı şekilde Prag'da çalışan gazeteci Narin de iş yerinde maçı internetten takip etmiştir. İşçi köylünün ötekileştirdiği Çinlilerin yanında çalışmasına, gazeteci Narin'in ise kilometrelerce uzakta olmasına rağmen Kökbörü maçında buluşmuşlardır. Bu zaman ve mekânın önemsizleştiği toplumsal bir aidiyet ve bağlılık göstergesidir. Narin aynı aidiyeti köylünün sorununu gazeteye taşıyarak da göstermiştir. Gazeteci olarak sadece Kökbörü oyunu hakkında haberini yazabilecekken, problemi içselleştirmiş ve medyaya taşımıştır.

Kıyafet ve Müzikte Geleneksel-Modernite Birlikteliği



Resim 9. Köylü yaşlı erkeklerin kıyafetleri



Resim 10. Köy muhtarının kıyafeti

Kıyafet ve müzik göstergeleri düz anlamsal düzlemde giyim kuşam ve sesin sanatsal formunu işaret ederken, yan anlamsal düzlemde geleneksel ve modernite birlikteliğini ifade etmektedir. Küreselleşen dünyaya uyum sağlayan Kırgızlar, giyim tarzını değiştirmiş, geleneksellikten yavaş yavaş uzaklaşmıştır. Filmde sık sık Kökbörü oyunundan sahneler olması ve olayın köyde geçmesi sebebiyle geleneksel kıyafet örnekleri görülmektedir. Ancak bu görüntüler geleneksel ve modernite karması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun en bariz örneği köy muhtarının giyimidir. Takım elbisesi ile modern bir görünüm elde eden muhtar, kafasına taktığı kalpağıyla geleneksellikten kopmadığını göstermektedir. Bugün Kırgızistan şehirlerinde muhtar gibi giyinen yüzlerce insan yer almaktadır. Filmde yaşlılar arasında geleneksel ya da modern giyenler varken,

gençlerde tercih modern kıyafetlerden yana kullanılmıştır. Filmde erkeklerin geleneksel kıyafetleri yer alırken, kadınlara özgü geleneksel Kırgız kıyafetleri kullanılmamıştır. Sadece erkeklerin oynadığı Kökbörüye fazla odaklanması bunda etkili olmuştur.

Filmde tıpkı kıyafetlerde olduğu gibi müzikte de geleneksel ve modernin birlikteliği vardır. Özellikle insanlar için kültürel anlam ifade eden sahneler geleneksel müzikle, komuzla desteklenmiş, bu vesile ile duygulara seslenilmiştir. Ak sakal konuşmasını yaparken, Kökbörü takımı için kıyafet dikilirken, maça başlarken, maç esnasında mücadele ederken, Kırgızistan doğası gösterilirken izleyicinin manevi atmosfere girmesi için geleneksel müzik araçsallaştırılmıştır. Geleneksel müziğin yanı sıra Maksat ve Narin'in sahnelerinde olduğu gibi modern müzik de kullanılmıştır.

Metaforik Adlandırma

Filmin ana kahramanı Maksat'ın atı Gülsarı göstergesi düz anlamsal düzlemde herhangi bir isimken yan anlamsal düzlemde filmde metaforik olarak kullanılmış ve Aytmatov'un Elveda Gülsarı adlı eserine gönderme yapılmıştır. Film boyunca iki at sahibi olan Maksat ölen ilk atından sonra ikincisine de Gülsarı ismini vermiştir. Kırgızların büyük gururu Cengiz Aytmatov'un Elveda Gülsarı eserinde adı Gülsarı olan bir yorga atının ve atın bakıcısı Tanabay'ın çileli hayatını kaleme almıştır. Tanabay'ın gözü gibi baktığı, yarışmalarda başarılarına imza attığı atı Gülsarı parti başkanı kendisine istediği için elinden zorla alınmıştır. Aytmatov eserinde sistem eleştirisi yapmış, sistemin bir parçası olan başkana da kötü biri olarak yer vermiştir. Maksat'ın ilk atının hilelere başvuran başka bir ifade ile bozuk bir sistemin yürütücüsü olan Toha tarafından öldürülmesi Tanabay'ın hikayesiyle paralellik göstermektedir. Maksat vazgeçmemiş ve yeni bir Gülsarı yaratmak için yeni atının adını da Gülsarı koymuştur. Bu sembolik adlandırma ile izleyicide Aytmatov'un eserindeki Gülsarı çağrışım yapmış ve böylelikle Maksat'ın sisteme karşı atıyla mücadeleye devam edeceği mesajı verilmiştir.

Sonuç

Sovyetler Birliği Sovyet ideolojisi ülkelerin tarihlerini kendi perspektiflerinden aktarmalarına, yorumlamalarına izin vermemiştir. Tarihi olarak adlandırılan filmler iktidarın ideolojisi doğrultusunda sınırlandırılmıştır. İzin verilen sınırlar içerisinde de kültürel kimlik unsurları oldukça az yer almıştır. Bağımsızlığın kazanılması ve Sovyet sansürünün kalkmasıyla birçok sinemacı bu boşluğu doldurma gayretine girmişlerdir. Çalışmada bu gayretin bir ürünü olduğu düşünülen Kökbörü adlı film analiz edilmiştir. Filmde Kırgız kültürüne ait gösterge ve kodlar; bir mücadelenin anlatısı: Kökbörü oyunu, geleneksel otorite kabulü, akıl ve gelenek ayrımı, Sovyetler Birliği dil politikasının devamlılığı, ön kabul, aidiyet duygusu, kıyafet ve müzikte geleneksel-modernite birlikteliği, metaforik adlandırma olguları üzerinden ele alınmıştır.

Kökbörü oyunu filme adını vermiş ve olay örgüsünün merkezinde yer almıştır. Kökbörü Kırgızların ata sporu olmasının yanı sıra filmde bir ulusun en önemli değeri olan toprağın korunmasının sağlayıcısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Köylü ulusal olanı; topraklarını atalardan yadigar oyunun onlara kazandırdıklarıyla korumuşlardır. Dolayısı ile de Kökbörü filmde sadece oyun olarak yer almamıştır. Filmin oyuncularından Dikambayev, *ülke olarak güncel sorunumuz doğamıza sahip çıkamadığımızdır. Daha fazla para kazanmak için doğa ile insan uyumu alt üst ediliyor. Filmde bu problemlere Kökbörü oyunu üzerinden bakılıyor. Kökbörü bizim çok eski ata sporumuz, önceden gençlerimiz bu sporla savaşa hazırlanıyordu. Sovyetler döneminde uzun yıllar oynanması yasaklandı. Hatta bir dönem ata binmek bile yasaktı. Ama bu bize engel olmadı. Bir şekilde yolunu bulup Kökbörü oynamaya devam ettik. Tüm bunlar düşünüldüğünde Kökbörü filmi bu sosyal problemleri geleneksel spor Kökbörü ile göstermeye çalışıyor* (Dikambayev, 2020) diyerek filmin anlatı düzlemlerinden birinin Kökbörü oyunu olmasının yanı sıra, oyunun araçsallaştırılarak gerçek hayatta yaşanan problemlere de değinilmiş fikrini desteklemektedir. Dolayısı ile de Kökbörü oyunu köylünün toprak mücadelesinin ete kemiğe bürünmüş hali olarak karşımıza çıkmaktadır.

Filmde Ak sakala saygı, aidiyet, birlikte hareket etme gibi kültürel alt görünüm temsil edilirken, bugün insan hakları suçu sayılabilecek kız kaçırma geleneği reddedilmiş, eleştirilmiştir.

Bu geleneğin reddedilmesi halinde olası sonuç olumlu bir şekilde gösterilmiştir. Filmde kız kaçırma geleneğini reddedip, başkalarının ne söylediği değil, kardeşinin düşüncelerini dinleyen abisi Maksat tarafından yurt dışına gönderilen Aygül, gerçek hayatta halen bu sorunla yüzleşmek zorunda kalan izleyiciye örnek teşkil etmektedir.

Kökbörü filminde geçmiş-şimdi, geleneksel-modernite birlikteliği görülmektedir. Filmde ön kabuller olgusu altında güncellenmesine rağmen halen geçmiş bilgiler üzerinde söylemlerin yer alması geçmiş-şimdi birlikteliğinin ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Sovyetler Birliği dönemi dil politikasının etkisinin halen devam ettiği filmin dili ve kullanılan alt yazı uyumsuzluğunda görülmektedir. Dikambayev, *Sovyetler döneminde koca şehirde sadece bir tane Kırgızca okulumuz vardı. Bunun sonucunda Kırgızların hepsi neredeyse Rusça biliyor. Ruslarda son zamanlarda yeni yeni Kırgızca bilen olsa da çok fazla Kırgızca bilen yok. Rusça konuşulan yerlerin Kırgızca alt yazı ile desteklenmemesinin nedeni bu*, (Dikambayev, 2020) sözleriyle Sovyetler Birliğinde uygulanan dil politikasının halk tarafından nasıl içselleştirildiğini desteklemektedir.

Bağımsızlığını kazanan Kırgız Cumhuriyeti'nde bugün dil bayramı, ak kalpak, ataları anma günü gibi günler eşliğinde unutulmaları hatırlatma, kültürel değerleri koruma politikası güdülmektedir. Sinemanın kitlesel gücünden de yararlanılarak ülkede gerçek tarihi, kültürü yansıtan filmlerle kültürel değerler, ulusal kimlik gibi konular güncel tutulmaktadır. Kökbörü filmi de yer verdiği kültürel gösterge ve kodlarla bu politikanın tamamlayıcı bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

- Andrew, J. (2010). Büyük Sinema Kuramları. (Çev.) Zahit Atam. İstanbul: Doruk Yayımcılık.
- Ayhan, N. (2017). Mehmet Başbuğ'un eserlerinde Orta Asya anlatısı: Göstergibilimsel bir analiz. *İdil Dergisi*, 6(40), 3524-3537.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics. The Basics Second edition (First 2002)*. London and New York: Routledge.
- Cheung, R., Fleming, D. (2009). "Introduction: Cinemas and Identities" *Cinemas, Identities and Beyond*. Ed. by Ruby Cheung with D. H. Fleming. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Cloete, A. (2017). Film as medium for meaning making: A practical theological reflection. *HTS Theologiese Studies*. <https://hts.org.za/index.php/hts/article/view/4753/10260> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 13.03.2020).
- Dikambayev, Sultanbek. (17 Mart 2020). Röportaj. Bişkek.
- Edgar-Hunt, R., Marland, J., ve Rawle, S. (2012). *Film Dili*. (Çev.) Senem Aytaş. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Eisenstein, S. (1993). *Sinema Sanatı*. (Çev.) Nilgün Şarman. İstanbul: Payel Yayınevi.
- Gökalp, Z. (1999). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: MEB.
- Gunning, T. (2008). "Film Studies" *The Sage Handbook of Cultural Analysis*. Ed. By Tony Bennett and John Frow. London: Sage.
- Güçhan, G. (1993). Sinema – toplum ilişkileri. *Kurgu Dergisi*, Sayı 12, 51-71.
- Güleç Solak, S. (2017). Mekân-kimlik etkileşimi: Kavramsak ve kuramsal bir bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (6) 1,13-37.
- Güngör, A. (2017). Sinematografik imgenin öğretimi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC* October 2017, Volume 7, Issue 4, 697-708.
- Ögel, B. (2010). *Türk Mitolojisi I. Cilt Beşinci Baskı*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Özbek, M. (2000). *Dünden Bugüne İnsan*. Ankara: İmge Kitabevi.

Ravazzoli, E. (2016). Cinemagoing as spatially contextualised cultural and social practice. Alphaville: Journal of Film and Screen Media, Issue 11, Summer 2016, 33–44.

Толумушова, Г. (22.10.2015). Бум Кыргызского кино перерос в эпоху развития. <https://kyrtag.kg/ru/interview/gulbara-tolomushova-kinoved-bum-kyrgyzskogo-kino-pereros-v-epokhu-razvitiya>- adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Extended Summary

Kyrgyz cinema, which has been developing within the scope of Soviet cinema for many years, has also started to benefit from this function of cinema, especially with the independence of the country. Instead of the heroism of the Soviet people, the power of power or the propaganda of the Communist Party, which dominated the films, especially until the 60s, Kyrgyz directors started to produce works that highlight the natural beauty of their lands, the roots, history, culture and heroism of the Kyrgyz people in order to instill love for their homeland. Ruslan Akun showed that he is one of these young directors with the film *Kokboru*, which he directed. In the film *Akun*, he dealt with social problems with the story of the land struggle, which he built on *Kokboru*, one of the traditional sports games. Moreover, it has achieved this by blending it with the traditions and customs of the Kyrgyz nation. Study, which aims to reveal the cultural aspects of Kyrgyz culture in Kyrgyz cinema, in the example of the film *Kokboru*, using Roland Barthes's the semiotic analysis model, a reading was made from the surface structure of the film to the deep structure with the semiotic analysis method. In this reading, the implicit meanings of cultural identity symbols are tried to be revealed. As a result of the analysis, the meaning of *Kokboru* play, acceptance of traditional authority, the distinction between reason and tradition, the continuity of the Soviet Union's language policy, pre-acceptance, sense of belonging, traditional - modernity coexistence in clothing and music, and metaphorical naming in the film are explained in the connotative plane.

The Soviet ideology of the Soviet Union did not allow countries to convey and interpret their histories from their own perspectives. Films called historical are limited in line with the ideology of the government. Cultural identity elements took place very little within the permissible limits. With the gain of independence and the abolition of Soviet censorship, many filmmakers tried to fill this gap. In the study, the film *Kokboru*, which is thought to be a product of this effort, was analyzed. Indicators and codes of Kyrgyz culture in the film; the narrative of a struggle: *Kokboru* game is discussed through traditional authority acceptance, the distinction between reason and tradition, the continuity of the Soviet Union's language policy, pre-acceptance, sense of belonging, traditional - modernity coexistence in clothing and music, metaphorical naming. The following results were obtained as a result of the analysis made over these categories: *Kokboru* gave its name to the film and was at the center of the plot. In addition to being the ancestral sport of the Kyrgyz people, *Kokboru* appears in the film as the provider of the protection of the soil, which is the most important value of a nation. The peasant national one; they have protected their lands with what the game inherited from their ancestors gave them. Therefore, *Kokboru* was not included in the film only as a play. Dikambayev, one of the actors of the film, said *that our current problem as a country is that we cannot protect our nature. In order to earn more money, the harmony of nature and human is being turned upside down. In the film, these problems are looked at through the game Kokboru. Kokboru is our ancient ancestral sport, our young people were preparing for war with this sport before. It was forbidden to play for many years during the Soviet era. Even horseback riding was forbidden for a while. But that didn't stop us. We somehow found our way and continued to play Kokboru. Considering all these, Kokboru film tries to show these social problems with the traditional sports Kokboru* (Dikambayev, 2020) and supports the idea that one of the narrative planes of the film is the *Kokboru* game, as well as the instrumentalization of the game and the real-life problems being addressed. Therefore, *Kokboru* play emerges as the embodiment of the peasant's struggle for land. While cultural sub-appearances such as respect for the white beard, belonging and acting together were represented in the film, the tradition of kidnapping girls, which can be considered a human rights crime today, was rejected and criticized. The possible outcome if this tradition is rejected is positively shown. Aygül, who was sent abroad by her

brother Maksat, who rejected the tradition of kidnapping girls and listened to her brother's thoughts, not what others said, sets an example for the audience who still have to face this problem in real life. Kokboru, the unity of past-present, traditional- modernity is seen. Despite the fact that the film has been updated under the pre-acceptance phenomenon, the discourse on past information still appears as a product of the past-present coexistence. In addition, the language of the film and the subtitle used in the film, which still continues to be influenced by the language policy of the Soviet Union, can be seen in the incompatibility. Dikambayev said that *we had only one Kyrgyz school in the whole city during the Soviet period. As a result, almost all Kyrgyz speak Russian. Even though there are new Kyrgyz speakers among Russians, there are not many Kyrgyz speakers. This is the reason why Russian-speaking places are not supported with Kyrgyz subtitles, in his words* (Dikambayev, 2020), he supports how the language policy implemented in the Soviet Union was internalized by the people. In the Kyrgyz Republic, which gained its independence, today a policy of reminding the forgotten and protecting cultural values is pursued, accompanied by days such as language feast, white cape, and ancestors' commemoration day. By making use of the mass power of the cinema, subjects such as cultural values and national identity are kept up-to-date with films that reflect the real history and culture of the country. The film Kokboru appears as an integral part of this policy with its cultural indicators and codes.



Traditions of birth, wedding and death of the Kazakhs

Kayahan Küçük¹

Abstract

Tradition is the whole of cultural signs, habits, knowledge, customs and behaviors that have survived from ancient times in any society or community, valued and passed on from generation to generation, with the power of sanction. There are certain characteristics that distinguish one particular society from other societies. These features are largely known as the cultural identity of the society. This identity of the society is based on what the society has lived and experienced throughout history. The Turkish nation, which is known for its customs and traditions, beliefs and practices, lifestyles, clothing, continues its existence by continuing this wealth from generation to generation. For the Kazakhs, who led a nomadic lifestyle for many years, the birth of a child and his/her upbringing is very significant. Celebrations starting from the birth of the child, wedding and death ceremonies, which are considered to be the most important traditions of the society, are among the life values of the Kazakh society. This study examine the ceremonies performed at birth and after the birth of a child, as well as the rites of marriage and death in the context of the Kazakh family structure. In this respect, the ceremonies held in the Kazakh family have also been determined in terms of adhering to the traditions within the moral rules of the society.

Keywords: Kazakhstan, birth, wedding, death

Kazakistan Türklerinde Doğum, Düğün ve Ölüm Gelenekleri

Öz


Gelenek, herhangi bir toplumda ya da bir toplulukta çok eski zamanlardan günümüze kalmış olan ve değer verilip nesilden nesile aktarılan, yaptırım gücü olan kültürel işaretler, bağımlılıklar, bilgi, töre ve davranışlar bütünüdür. Bir toplumu diğer toplumlardan ayıran belirli özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler büyük ölçüde toplumun kültürel kimliği olarak bilinmektedir. Toplumun sahip olduğu bu kimlik, toplumun tarih boyunca yaşadıkları ve tecrübe ettikleri üzerine oluşmuştur. Gelenek, görenek, töre, örf ve âdetleri, inanç ve uygulamaları, yaşam biçimleri, giyim ve kuşamları ile bir servet durumunda olan Türk milleti, bu zenginliklerini nesilden nesile devam ettirerek varlığını sürdürmektedir. Konar-göçer bir yaşam tarzını uzun yıllar sürdürmüş olan Kazaklar için, diğer milletlerde de olduğu gibi çocuk sahibi olmak ve onun törenlerle kutlanması ile çocuğun yetiştirilmesi önemli bir durum olarak günümüze kadar gelmiştir. Çocuğun ilk doğumunda başlayarak gerçekleştirilen kutlamalar, toplumun en önemli geleneklerinden biri olan düğün ve ölüm merasimleri Kazak toplumunun yaşam değerleri arasındadır. Bu çalışmada, Kazak aile yapısı bağlamında çocuğun doğumunda ve doğumundan sonra gerçekleştirilen törenler ile düğün ve ölüm merasimleri incelenmiştir. Bu açıdan Kazak ailesinde yapılan törenler toplumun ahlak kuralları içerisinde geleneklerine bağlı kalınması bakımından da tespitlerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kazakistan, Doğum, Düğün, Ölüm

Atıf İçin / Please Cite As:

Küçük, K. (2022). Traditions of birth, wedding and death of the Kazakhs. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, VII (I), p. 13-23.

¹ PhD. Student, Kyrgyz-Turkish Manas University, kayahan.kucuk@manas.edu.kg

 ORCID: 0000-0002-0055-9707

Birth

Prenatal Rituals

There are three major transition periods (birth-marriage-death) for the individuals forming the society. Around these three important stages, in which each transition is divided into a number of sub-sections and steps, many beliefs, customs, ceremonies, rituals, religious and magical concise processes are clustered and they manage these "transitions" in accordance with the expectations and patterns of the culture they are in (Ölmez, 2008:127). Birth, the first of these transitional periods, has almost always been a period of happiness in human life. Families which have children gain a certain respect in social life and transition to a different social status. (Güleç Düzgün, Polat, 2019:199).

In terms of social value judgments, newborn baby is the light, future, happiness of the family and the most precious treasure of life. In addition to being the happiness and joy of every family, the child is also a common source of joy and happiness for his relatives, family, neighbors, village, city and other people. Because children are the future of society and an indispensable value. "At the same time, the child is a force in the family and society. In nomadic life, rural life and underdeveloped areas, the child is always an important value of strength and solidarity. Especially families in small communities and ethnic groups feel strong and stable relative to their population size. The common saying "a child fuels the fire in the family" also reveals the value judgment of society on this issue. (Örnek, 1977: 131).

There are certain rules that the whole family follows in yo make for the birth to be successful and the baby to be born healthy. As a result of these rules, there are some beliefs and customs that are followed by people who want to have children, and those who want to, but do not succeed. From this point of view, for the first time we are faced with the practices of infertility treatment and conception.(Yalçın & Koçak, 2013: 25).

After marriage, a person establishes a new family and the best fruit of this family is the child. "Both members of the community, family and relatives want the new couple to have children in a short time. For this reason, the woman wants to have children in order to gain respect for herself and for her family to gain respect in the society. Infertile women are despised, oppressed and humiliated, especially in traditional sections. For this reason, women resort to some remedies and methods in order to become pregnant and give birth to a child. (İsmail, 2002: 36).

From the past to today's culture, infertile women have resorted to many ways to get pregnant. We see examples of this situation in Turkish narratives as well. These examples, in accordance with the influence of shamanism, as a result of the change in religious structure and cultural life over time, and also under the influence of Islam, the graves of important people were turned into tombs, and some of them were considered as awliya and turned into a plea for help. For example, in the epic of Manas, Yakup Han complains about the infertility of his wife and says: "It has been fourteen years since we married. I could not smell and kiss a child. This woman doesn't visit graves, she doesn't roll around with apples, she doesn't spend the night next to holy springs,"(Özarlan, 2003: 98) by this he emphasizes the importance of the symbol of fertility of the apple and apple tree and also be points out that a barren woman must visit willful people (SC1) in order to become pregnant. In addition, he complains that she does not wish for a child by visiting the graves and tombs of the saints. In all these practices, in the changing and transforming cultural world, we see that the same remedies are still used to get pregnant, and this constitutes an example of cultural continuity. "Mulla Gazi Khoja, who complained about the "lawless" customs of the Kazakhs, gives examples of the means that women of that period resorted to, saying: "If their women become barren, then they slaughter a ram and sit all night near one tree in a field, a well or near water "(Örnek, 1977: 131). In this situation, the ritual of tying cloth to a single tree, tying cloth to trees near the water and going to these places (tomb) that they consider as a prayer is still practiced in most of today's Turkish peoples (Korkmaz, 2006: 108).

In Kazakhs women who cannot have children resort to certain beliefs and customs. As a result of the compilation he made as an example of this situation, Yashar Kalafat said: "The relatives of the future mother who do not have a child bring them to the imam. The imam reads the suras and

saves the expectant mother who wants a child from the evil eye saying "Tu-tu-tu" (Özarlan, 2003: 98). In the Southern Kazakhstan region, there is a place with a cradle on the mountain, and relatives take the woman who wants to get pregnant there. They visit the tombs of Ahmet Yesevi, Arslan Baba, Gauhar Ana and the great saints in the western and eastern regions of Kazakhstan to spend the night and pray on their behalf. (Çetin, 2007: 73). However, according to tradition, for a proper Yesevi visit, Arslan Baba must be visited first and then come to "Kesene" (Tomb) in Turkestan (SC1).

Everything that is done to ensure that the child to be born healthy

The woman who finds out she is pregnant takes some measures to give birth in a healthy way. These measures include both avoidance and practices carried out by magical means, and practices carried out by rational realistic means (Yeşil, 2014: 126). All these practices are carried out so that the child does not have a miscarriage.

Similar practices in order for a child to be born healthy were carried out throughout the Turkic world from the past to the present (Potapov, 2012: 64). For example, Kazakhs sold the child to one of the neighbors in order to deceive the spirit of death that roams the family. Again, in some regions, a child was hidden under a cauldron as he/she was born, and a totem called "ak eren" was placed in the cauldron and a baby made of barley flour was left next to him. In another example, as the child is born, the midwife takes the child in her hand and goes out, after visiting a few houses, she calls out from the window of father's house of the baby and says: "I brought a child from a foreign country. Will anyone buy it?" says. The deal starts. Baby's parents give as much iron as the weight of the child, thereby buying the child. Then they give the child a name, for example, Demir or Satıpalı, Satılymysh (İnan, 2006: 76).

The practice of naming a child to protect the him/her from evil spirits and to keep him/her healthy is similar throughout the Turkic world (Durmuş, 2010:6-8). This is due to the fact that the Turkic peoples who lived together in the past continued to exist in different geographic regions and shared common belief systems in the past.

The Kazakhs have a tradition of "akika"² for a deceased child. According to this tradition, families in which children have died slaughter goats or sheep if the child is a girl, and sheep if the child is a boy. They cook meat very well and call the elders. Guests eat meat, trying not to touch the bone with their teeth. Bones are buried somewhere, especially in a cemetery. (Nazarova & Temenova, 2021:185). This process is called "akika" (SC4).

The Kazakhs people have treasured children for a long time, and they associated the joy and well-being of the family with the child, saying "Бесіксіз үйде береке болмаған" (There is no abundance in the house without a cradle). Despite the noise from the children, Kazakhs did not dare to somehow complain about their number, saying "Балалы үй – базар, баласыз үй – қу мазар" ("In a house where there are children, it is fun and noisy, but in a house where there are no children, quiet as a graveyard. If someone was asked about the number of their children, they preferred not to say anything definite, saying: "Шүкір, кішкентай жаман қаралар бар ғой" (Thank God, there are many disobedient). Parents want their children to get married when they grow up and want grandchildren right away, saying "Балам – балым, Баланың баласы – жаным." (My child is my honey, The child's child is my soul). In response to the bow of the newly arrived bride, the elders make dua saying "Көп жаса, үбірлі шұбырлы бол, қарағым!" (Live long, get a house and children soon). This shows how important generation and children are in Kazakh culture.

In the past, the Kazakhs used some practical methods to protect their newborn children from the evil eye and evil genies, and keep the newborn alive. They called their child the names of animals whose meat could not be eaten, or words with a bad meaning. These beliefs and traditions are rarely found in modern Kazakh society (SC1).

² The hair on the head of a newborn is called Akika in Arabic. Since the child's hair was shaved on the day of the Akika sacrifice, the sacrifice was also called Akika.

They are: Итбай (Dog), Кішібай (Puppy), Итемген (Dog), Бишай, Кетерші, Қосқұлақ (Loreared), Шаманбай (Witch-doctor) ... etc.

In order for the child to be rich, the word “бай - bai” is added to the names, meaning rich, as well as the word “бек - bek”, meaning “Mr” in English: Altynbek, Maldybai, Abai, Ainabek.....etc.

In order for the child to be brave, valiant and prosperous, Kazakhs call the children the heroes of their epics: Arslan, Batyrbek, Kaharman, Alpamysh, Chengizhan, Telekhan, Telebai, Telebi, Kazybekbi, Aitekebi, Targin, Kamber, Kapalan, Kochak, Alibeketc.

On the other hand, they call their daughters names that are translated into the Kazakh language as bright, beautiful, moon, star. For example: Almagul, Aisuluu, Ainasuluu, Nursuluu, Asem, Akkyz, Araisha, Botagoz, Ravshan, Akerke, Cholpan, Gulnaz, etc.

To be a gentleman, worthy and generous, children are called by the names Zhomart, Mirzabek, Kaiyrzhan...etc.

To be smart and intelligent children are called Akylbek, Danabek, Esbol, Asylzhan, etc.

And children who are born on holidays like Eid al-Adha, Nevruz, Ramadan or some special day, they are called names that are associated with the meaning of this month and day. For example: Meyrambek, Meyramgyul, Orazbay, Navryzbay, Dzhumabay, Beisenbay, Meshitbay...etc.

If children born in families do not live, but die one after another, or children of the same sex are born in a row, the following names are given: Toktar, Tursyn, Iztelev, Tolegen, Ulzhan, Mynzhasar ... etc.

In addition, if children of the family are born after many years, the child is called Kudayberdi as a way of gratitude to the creator.(Cenikoğlu, 2009:192).

Бесик Той - Besik Toy (celebration of the birth of a child)

One of the ceremonies performed after the birth of a baby in Kazakh culture is the "besik toy". "Besik toy" is considered one of the most important day in the child's life. (Edelbay, 2012). After the baby's umbilical cord dries up and falls off, this "toy" is held and relatives come with gifts. Before putting the baby in the cradle, the cradle must be cleaned with juniper or harmala grass accompanied by this song:

“Alas, alas,
Survive the moon,
Year after year,
Here comes the boy,
The Lord has given goodness,
The light widened the sun.
Let our garments be filled with grain,
Let our mouths be filled with bread,
Let it be as sweet as the baby of a fox
Alas, alas!” (Cenikoğlu, 2009).

To protect the baby from being frightened and jinxed, materials such as eagle feathers, beads from the evil eye, amulets, an eagle hoof are hung on the cradle, and a wedge or penknife is placed under the pillow (Akhmatalieva, 2000: 113). Grandmothers also give bata (pray). During “besik toy”, five, seven, sometimes nine types of bedspreads are thrown on the cradle. This ritual is done so that the baby sleeps well, calmly and regularly, and when he grows up, so that he will become rich, generous and benevolent. The covers covered on the cradle are given to the grandmothers who came to the celebration. It is a belief that their prayers are accepted. The woman who places

the baby in the cradle is given a separate gift called a besikke with the words: "May your hands be light, may our bride be blessed in your way." (Nazarova & Temenova, 2021:186).

Circumcision ceremony (Sundet Toy)

The rite of circumcision of boys among the Kazakhs is performed at the age of 5-7 years. It's called Sundet Toy. Circumcision is usually done during the summer and autumn months when schools are closed. If a son is born in a family after many years, a strand of hair is left from the top of the head and braided from the day of birth. This tradition is called "Aidar". (Nussipkhan, & Öger, 2021:92).

To protect their son from the evil eye, Kazakhs carry this belief and continue the "Aidar" tradition. "Aidar" hair is cut before the circumcision ceremony and kept at home as a souvenir. It is known that this belief was also spread among the Mongolian and Manchu peoples, as well as in communities related to the Turks. In Central Asia, before the adoption of Islam, our ancestors, who belonged to the faith in the god of heaven, left a lock of hair on the tops of their children, and sometimes they braided or lengthened it into one braid so that God would touch this braid. (Alyar, 2020).

All friends, relatives and neighbors are invited to the circumcision ceremony in Kazakhs. On this occasion, invitations with a picture of the child to be circumcised are printed and distributed. The father or adult elder brothers prepare the child to be circumcised by holding his arms and feet. After the ceremony, the boy's entourage and his friends jokingly say that he has now become a Muslim. The one who circumcise a child is given a sheep, a foal, heifer or money as a gift. (Cenikoğlu, 2009:198).

Wedding

Some of the old beliefs preserved in Kazakh families structures and discovered historical documents prove that the Kazakhs are a very ancient Turkic tribe. It can be seen that the Kazakh Turks are closely connected with their traditions and customs, and therefore they pay a special attention to the family issue. This particular interest is also reflected in the Kazakh word "Family is a small state". Due to the patriarchal family structure, the Kazakhs, who have switched to a nomadic lifestyle for a long time, have very strong family relationships and family ties. For this reason, according to the Kazakhs, the family is also regarded as a sacred father's hearth. According to the Kazakhs, marriage is a very important contract in a person's life. Therefore, many customs and beliefs have formed around marriage ceremonies. These beliefs and customs of the Kazakhs have both Islamic and pre-Islamic features. (Erkul, 2002: 62).

Spiritual culture, customs and traditions have always been updated, and sometimes radically changed throughout history; examples include religious beliefs, wedding ceremonies, funeral rites, social and economic relations. Kazakh folk culture as a whole was subjected to constant renewal and development. Kazakh Turks have preserved and passed from generation to generations such values as a strong family, kinship, fidelity to tribal traditions, love and loyalty to their people and country. Kazakh proverb says: "Know your people while your father is alive, and know your land while you ride a horse." With this saying, the elders introduced their children to the people and lands that they owned (Tinay Uulu, 2000: 72).

Among the Kazakhs, when a young man and young woman like each other, they first inform their families about their intentions. A member of the woman's family goes to the girl's house to inform her parents of their intentions and seek their approval. This outgoing ambassador is called Zhavsy. The Zhavsyes inform the girl's father that they want to marry. If the answer is positive, they say "Kudalyk Berik Balsin! (Let our matchmaking bear fruit)" and dress Zhavsy in national clothes and thereby give their consent. (Toleubayeva, 2019).

After obtaining prior approval, the groom's side goes to ask for the hand of the young woman from her family. If her family agrees, then the groom's side puts gold earrings on the bride as an engagement gift. Gold earrings for the bride should be worn by a woman from the man's relatives. This custom is called "Kuda Tusu". During this engagement, the mother of the girl is given a certain

monetary gift called “sut akysy” (“payment for milk”), agreed by the parties. Besides or instead of money, livestock is also given in the form of cows, horses and sheep. In addition, the groom's family gives money and various livestock to the girl's family and it is called “kalym”, and the bride's family, in turn, gives household appliances, a bedroom set and all the necessary accessories for arranging the newlyweds' home and it is called “sep” (Çetindağ, 2007: 220).

The Kazakhs, in addition to the official marriage, also have a religious marriage ceremony called “Neke”. However, according to their tradition, boys and girls within seven generations are prohibited from marrying each other. This ban on marriage, born of tradition, in some regions of Kazakhstan persists for up to twelve generations. They are forbidden to marry each other (SC1).

Official marriages are sometimes held in wedding palaces, and sometimes in cafes by special mobile registry office employees in the presence of invited guests. As the young couples enter the wedding hall, their friends play games and jokes. For example, girls wait at the door and do not give way, preventing the groom from entering the door; they ask him for a tip or tell him to sing a song, a ballad or play the dombra, etc. If the groom is unable to fulfill these requests, the bride can do the specified tasks instead (SC2).

All expenses for wedding celebrations are covered by the male side. While weddings were traditionally accompanied by the dombra, today it can be seen that this national instrument is gradually being replaced by polyphonic Western instruments. According to the Kazakh tradition, the bride, before leaving her father's house, says goodbye at home to her mother, father, brothers, sisters and close relatives in verse. These verses are called “Kostasu” (SC3).

Kostasu

Aveden uşkan buldırık,
Kubıladan sokañ ızgırık.
Catka ketip baramın,
Caratkan son kız kılıp.
Atası caksı kul bolmas,
Anası caksı kün bolmas.
On caktan ketip baramın,
Kız erkelep ul bolmas,
Canımdağı kınım av,
Sinliler men inim-av.
Cıl aynalıp kelgenşe,
Koş aman bol künim-av! (SC4).

Traditional meals are eaten at large ground tables called dastarkhan in marriage ceremonies among Kazakhs. The head part of the dastarkhan is called “tor” and the lower part is called “tomen”. Elders, veterans and honored guests sit in the “Tör”. The most famous of the national dishes on dastarkhan is the meat dish called five fingers “bes parmak”(SC4).

At weddings, they usually slaughter a horse or a cow, divide it into parts and cook the meat very carefully. Then there is the traditional order of dividing the meat between the guests, this ceremony is called “tabak tartu”. Kazakhs have many types of “tabak tartu”, and the main ones are: “bas tabak”, “kos tabak”, “siy tabak”, “zhay tabak” and “zhastar tabagy”. Bas tabak is the main, the first important tray with meat. Kos tabak - a special tray with meat for matchmakers. Siy tabak is an additional tray with meat, where you can put any parts. Zhai tabak - a standard tray with meat. Zhastar tabagy - a tray with meat for young people. Besides there are a lot of other traditional order of dividing the meat (SC2 & SC4).

Kuda Tabak is served to male matchmakers and includes horse meat, beef and lamb. Tail and liver are prepared separately. It is prepared by cutting the liver into slices with fat tail fat and mixing with onions, cream or buttermilk. It is customary to cut off the ear of an animal and give it to the grandchildren, and cut off the tongue and give it to the daughters.

Kudagiy Tabak is a dish served to female matchmakers, which includes cheek bone, horse meat sausage, belly, large intestine, horse, beef, lamb.

Betaşar (Face View) Tabak consists of breast meat, abdomen, salty intestine, coccyx, mussel spine. The neck spine is one of the most valuable treats given to the young bride.

Kuvey (groom) Tabak consists of Brisket, forefoot shinbone, rib, backbone meat, sausage, sausage made from horse's large intestine, scapula, mutton. Breast meat is one of the most valuable treats offered to grooms in Kazakhs.

During the wedding dinner, a large amount of tea with milk is drunk; this is among the Kazakh eating and drinking culture. In addition, baked goods called bavırsak fried in oil, kurt (a type of cheese), irimşik (a type of cheese) are also eaten. (SC4).

Death

Death is one of the most mysterious and frightening events in human life. There has been death since the creation of man and this is a cruel truth. People are afraid of dying, but they also know that death is an inevitable event and they are helpless. (Ünal, 2017: 340). Every person thinks about death throughout his life, especially in his old age, and tries to be prepared for death at a certain level. (Yalçın & Koçak, 2013: 22). For this reason, death is an important phase of transition periods and it is a threshold at which a person makes a step into a different world. (Gün 2022: 229).

Funeral ceremonies are an integral part of every culture. Many ceremonies, beliefs, traditions and customs have been formed around death, which is one of the important transitions in human life. Funeral ceremonies in Kazakhs are practiced in accordance with the religion of Islam for more than hundreds of years. However, it is possible that the funeral ceremonies practiced in Kazakhs also carry the beliefs belonging to the pre-Islamic Shamanism period. (SC4).

In the Kazakh tradition, the news of death is not given suddenly, with all its bitterness. The news of death is announced in poetry (cir-öleng) accompanied by music. Welcoming the newborn child with poetry and music, Kazakhs bid farewell to the deceased with music and poetry and bury him. These poems in which the news of death is reported are called "Yestirtu" (SC4).

This is how Jandosuly Keldibek announces Chokan's death to Chyngyz:

- Ulı ölmegen ruda çok,
Kızı ölmegen Kırım 'da çok,
Katını ölmegen halıkta çok,
Ağası ölmegen aymakta çok,
İnisi ölmegen elde çok,
Akesi ölmegen alemde çok,
Şeşesi ölmegen pende çok,
Akkuv uşıp kölge ketti,
Duvadak uşıp şölge ketti,
Kuday bizge bir gauhar tas berip edi,
Onı iyesi özi aketti,
Cokan degen balanız,

Berimiz baratın cerge ketti ...

Today, it is seen that Kazakh Turks have carried their beliefs, customs and traditions related to death, from pre-Islamic times to today, by mixing Islamic customs among them. The most common of these is the giving of meals to crowded guests after the death event. It is possible to see similar ones in some towns and villages of Anatolia.

Kazakhs avoiding the use of the word death for the deceased said, "Kaytis boldy" meaning "passed away". They soothe the family and loved ones of the deceased with words: (SC1).

The dead can't be brought back

May the rest be healthy

Rest in peace,

May he find a place in heaven.

The grieving lady, whose husband died, untangled her hair, tears her face-eye, and draws blood to express her sorrow; In ancient Turks, a child whose father died, would cut and bleed with a knife, starting from his right ear to his left ear, to show his orphanhood. She, her mother, and her sisters wear a black headscarf throughout the year, starting from the day of the death of the head of the family, to show their pain concretely (Çetin, 2021).

According to the Kazakh tradition, " Zhoktau" is said from the day of death until the end of the year. Zhoktau are poems in which goodness, merits and similar features of the deceased are described in sad language and crying. When sympathetic relatives heard the death, they came to the village with the name "Oh, brother", fell on their faces, mourned and mourned (SC1).

Elegy (zhoktau) examples from Kazakh epics Alpamiş, Kapılan etc. is seen. Also, the elegies of Buhar's Abılay Han, Kazıbek Bi's daughter Kamka, Abay's son Ebiş's wife Mangış are also famous.

Example: Zhoktau of Kengirbay Bi:

Altı atası bay ötken,

Altı atañğa cük artkan.

Cedi atası bay ötken,

Cedi atañğa cük arktan.

Üyde sunkar tiletken,

Kiyada sunkar tiletken.

Altayı kızıl tülki alğan,

Paşanı bözdey cırttırgan,

Cibekti cünder tütürgen.

Konak kelse, -kon degen,

Koy semizin soy degen:

Cıncırlı kavğa tarttırğan,

Kayınnan astav şapttırğan.

Kaptatıp cılkı capttırğan ... etc.

The tombs of Kazakh Turks are large in the form of a cupola, sometimes domed, and the name of the deceased is written on the wall, depending on the ancient belief in the "cult of ancestors".

On the third, seventh, fortieth, centennial and anniversary of the death of the deceased, they give food at the tables called *dastarhan* to the guests who come to condolences, have them read the Qur'an and hold various ceremonies.

Third day: They believe that the soul-spirit of the deceased flew away from the house after three days.

Seventh day: The soul-spirit of the deceased visits his house for the first time on the seventh day.

Fortieth day: The body of the deceased lying in the grave remains intact for forty days, and in the following days it tends to decompose.

Centenary: The soul-spirit of the deceased comes to his house a second time on the hundredth day, in the form of a swallow.

The anniversary: While the corpse, which started to deteriorate after a year, that is, forty days, is slowly disappearing; it is now believed that "his real life in the afterlife has begun".

Shokan Velihanov states in his article titled "The Remains of Shamanism Among Kazakhs" that some of the Kazakhs' beliefs and traditions regarding death are practices that come from the religion of Shamanism.

Conclusion

It is seen that Kazakhs, who have a wide geography as their home and have a very deep-rooted history, are respectful and loyal society to their beliefs and traditions such as birth, wedding and death. Despite being exposed to many pressures during the Soviet Union period, they managed to keep their cultural heritage and values alive.

The Kazakhs, who occupy a special place among the Turkic tribes, have adhered to their customs and traditions throughout history, preserving "betrothal, bride price, engagements and weddings", which are an important part of the culture of marriage, adhering to customs and traditions for years. Although there are some differences in wedding traditions in villages and cities, in essence, there are no cardinal changes. As in any society, the weddings of wealthy families among the Kazakhs are more magnificent. Weddings held in villages and cities are more traditional than weddings in the city. Social solidarity and kinship ties are very strong in Kazakhs and they share the sad and happy days of life together. Kazakh people protect their customs and traditions. This culture continues in its developed form and has been an important factor in the continuation of the young generation's love and respect for their history and civilization as well as their own customs and traditions. Kazakhs have given importance to the institution of family since ancient times and thought that marriage was a must in order to smoke the furnace built by the father and lit by the mother. The belief in "smoking the father's hearth" in the Kazakhs leads us to the "patriarchal" family structure in the Turks. Although various types of marriage were seen in Kazakhs, the most acceptable one was to be given the bride price and to go to the pastor and take the girl. Although the tradition of kidnapping continues today, this situation is not welcomed by the society.

The Kazakhs, who strictly adhered to wedding traditions, also adhered to the traditions of the funeral rite and attached great importance to the phenomenon of death, which is an important transitional stage in life. For this reason, various beliefs and customs have formed around the event of death. Thanks to these customs, social solidarity arose. Regardless of the financial or social status of the deceased, he was given great attention in accordance with Sharia and customary customs. The deceased is washed, wrapped in a shroud, a funeral prayer is performed, a condolence tent is set up, food is distributed to guests for the repose of the deceased, prayers are said, the Koran is read. In addition to prayers for the comfort of the deceased in the grave and for going to heaven, meals are arranged, alms are distributed, charity and good deeds are performed. Although they all have common features with the customs of the Muslim Turkish communities, there are some other customs that are unique to the Kazakhs.

References

- Akmataliyev, A. (2000). Üylönüü Ülpöt Satıcanarı, Şam Basması, Bişkek. S.113.
- Alyar, G. (2020). Kazak Türkleri ve Bodrum'da Geçiş Dönemi (Doğum, Düğün, Ölüm) Gelenek ve Uygulamaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları Ana Bilim Dalı.
- Arık, D. (2010). "Türk Halk İnanışlarında Örtmece ve Gerçeği Gizleme İle İlgili Uygulamalar, Doğum ve Ölüm Örneği", (Euphemism and Dissimulation in Turkish Folk Belief and Practice: An Example of Birth and Death). Dini Araştırmalar 13 / 36 (June): 1-20.
- Cenikoğlu, G. T. (2009). Kazak Türklerinde Yaş Dönümü İnanç ve Gelenekleri, (For Kazak Turks Age Anniversary Belief And Traditions). Türk Dünyası Araştırmaları, (182): 187-204.
- Çetin, H. (2021). Türkiye ve Kazakistan'da Geçiş Dönemlerinin (Doğum-Evlenme-Ölüm) Karşılaştırmalı İncelemesi, (Comparative Reviewing of Transition Period (Birth-Marriage-Death) in Turkey and in Kazakhstan), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halkbilimi Anabilim Dalı. Doctoral Thesis, Ankara.
- Çetin, İ. (2007). Türk Kültüründe Bab (Baba)/Ata Geleneği. (Bab (Baba) / Ata Tradition in Turkish Culture), Milli Folklor, 76, 70-75.
- Çetindağ, G. (2007). Kazak Türklerinde Evlenme Geleneğine Bağlı Olarak Gerçekleştirilen Hediye Alışverişi Üzerine Bir İnceleme, (A Research on Gift Practices Related to Marriage Tradition in Kazakh Turks). Milli Folklor Dergisi, 19(76). 218-231.
- Erkul, A. (2002). Eski Türklerde Evlenme Gelenekleri. (Marriage Traditions in Ancient Turks), Türkler Ansiklopedisi, Yeni Türkiye Yayınları, Cilt: III, Ankara, 58-66.
- Gün, F. (2022). Death Rituals Of The Hamadan (Iranian) Turks. Вопросы Истории, 4(2), 93/94. 229-237.
- İnan, A. (2006). Tarihte ve Bugün Şamanizm Materyaller ve Araştırmalar, 6. Baskı, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- İsmail, Z. (2002). Kazak Türkleri, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Kaliyev and etc. (1994) Kazak Halkının Salt Desturları (Almatı).
- Kartaeva, T. (2014). Sır Bölgesi Kazaklarının Evlilik Törenleri Üzerine Bir Değerlendirme (19 Yy.-20. yy. başları). (Assessment on Wedding Celebration of Presyrdariya Kazakhs (1800's-Early 1900's)) Milli Folklor, 26(104). S. 167-179.
- Korkmaz, Z. (2006). Eski Türklerdeki Ağaç Kültünün İslami Devirlerdeki Devamı.(Continuation of the old Turks Tree Cult in the Islamic Era) Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten, 51 (2003/1), 99-110, <https://dergipark.org.tr/en/pub/belleten/issue/45321/566584>.
- Nazarova, A. & Temenova, G. (2021). Kazak Halk Kültüründe Bir Yaşa Kadarki Bebekle İlgili Gerçekleştirilen Geleneklerin Anlamsal Boyutu.(Semantics of the Traditions in the Kazakh Folk Culture Associated with a Baby Under the Age of One), Millî Folklor, 17(129), 176-191.
- Nussipkhan, G. & Öger, A. (2021). Kazak Çocuk Folkloru. (Kazakh Children's Folklore), (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University).
- Ölmez, Ö. (2008). Türk Folklorunda Ölüm Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma. (A Sociological Study On Death In The Turk Folklore), Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Örnek, S. V. (1977). Türk Halk Bilimi Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Özarlan, M. (2003). Türk Kültüründe Ağaç ve Orman Kültü. (cult of tree and forest in the Turkish culture), Türkbilig 5: 94-102.

- Polat, K. & Güleç Düzgün, F. (2019). Taşova ve Çevresinde Ad Verme Geleneği ve “Satılmış” Adı, (The tradition of name giving in and around Taşova and the name “Satılmış”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(8), 196-207. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/asead/issue/49602/566722>.
- Potapov, L.P.; Altay Şamanizmi, Translate: Metin Ergun, Kömen Yay., Konya-2012.
- Tınay Uulu, E. (2000). *Cooker Kırgız Elinin Saltının, Ürp-Adatının Kelip Çıkışı Cönündö Bayan, Bişkek.*
- Toleubaeva, A. (2019). Nesilden Nesile Aktarılan Kazak Evlilik ve Düğün Adetleri. *Türktoyu*, <https://www.turktoyu.com/kazaklarda-kalin-mal-baslik-gelenegi>, 02.05.2022.
- Ünal, A. (2017). Kırgız Türklerinde Ölüm ve Ölüm Öncesi İnanışlar, (Death and pre-death beliefs in Kyrgyz Turks). *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (42), 339-351. DOI: 10.21563/sutad.374843
- Yalçın, H., Ve Koçak, N. (2013). Gebelikle İlgili Geleneksel İnanç ve Uygulamalar ve Karaman Örneği. (Traditional Beliefs and Practices Related to Pregnancy), *Kent Akademisi*, 6(13), 18-34.
- Yeşil, Y. (2014). Türk Dünyası’nda Geçiş Dönemi Ritüelleri Üzerine Tespitler (The Rituals of Transition Period on Fixing The Turkish World). *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*. 3(9). 117-136.

Source Contacts

Name-Last Name / Age / Education / Profession / Province

(SC1) Molder İsahanova, 34, University graduate, Officer, Almaty

(SC2) Bolotbek Köçörbayev, 63, University graduate, Worker, Bishkek

(SC3) Marat Altıyev, 59, University graduate, Police, Pavlodar

(SC4) Abılay Tasmagambetov 38, University graduate, Taxi driver, Korday



İnternet Gazeteciliği İçin Kılavuz: Google Trendlerde Haber Keşfi

Konur Alp KOZ¹ ve Umur IŞIK²

Öz

Google Trendler, kullanıcı eğilimlerinin takip edilebileceği, ücretsiz web tabanlı uygulamadır. Milyarlarca arama sorgusunu, filtreleyerek veri kümeleri haline getiren Google Trendler; maliyet, kullanılabilirlik ve sıklık açısından anket verilerine göre daha avantajlıdır. Belirtilen bu avantajlar, kullanıcı eğilimlerini öğrenmek isteyen pek çok alan profesyoneline, Google Trend verilerini kullanmaya yöneltmiştir. Google Trendlerin, kamunun gündemini yansıttığı iddiasıyla yapılan çalışmalar ise en azından gündem araştırmaları için heyecan verici bulunmaktadır. Bu sonuç, gazeteciler için de önemlidir zira medyanın, kamu gündemini yansıtmaya gibi bir zorunluluğu vardır. Çevrimiçi haber üreticileri, kamu gündemini, geleneksel yöntemlerin dışında internet trendlerinden takip etmektedir. Listenin başında ise Google Trendler gelmektedir. Çalışma, Google Trendler'in çevrimiçi haber üretimindeki etkileri üzerine odaklanmaktadır. Bu amaçla, literatür taraması yapılmış ve elde edilen bulgular ışığında, 1-10 Haziran tarihleri arasında Google Trendler ve Google Haberler eş zamanlı olarak taranmıştır. Seçilen ATA AÖF ve POMEM anahtar kelimelerine ilişkin yapılan taramada ise Google Trendlerin, çevrimiçi haber üretiminde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu sürecin çıktıları olan haber metinleri incelendiğinde ise anahtar kelime tekrarları göze çarpmaktadır. Haberin dilini bozan bu tekrarlar, metnin kendi içerisinde bütünlük oluşturmaya engel olurken, haber ve anlatı arasındaki bağı da koparmaktadır. Haberin anlatısını sorunlu kılan bu tür uygulamalar, metinleri haber olmaktan çıkararak kelime yığınlarına dönüştürmektedir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Gazeteciliği, Google Trendler, SEO, Google Haberler

Guide to internet Journalism: news exploration in Google

Abstract

Google Trends is a free web-based application that can track user trends. By filtering billions of search queries into datasets, Google Trends is more advantageous than survey data in terms of cost, availability and frequency. These advantages have led many field professionals who want to learn about user trends to use Google Trend data. Studies that claim that Google Trends reflects the public's agenda are exciting, at least for agenda research. This result is also important for journalists because the media must reflect the public agenda. Online news producers follow the public agenda from internet trends apart from traditional methods. At the top of the list is Google Trends. The study focuses on the effects of Google Trends on online news production. For this purpose, a literature review was conducted and in the light of the findings, Google Trends and Google News were scanned simultaneously between 1-10 June. In the search for the selected ATA AÖF and POMEM keywords, it has been determined that Google Trends is effective in online news production. When the news texts, which are the outputs of this process, are examined, keyword repetitions stand out. These repetitions, which distort the language of the news, prevent the text from forming a unity within itself while breaking the bond between the news and the narrative. Such practices, which make the narrative of the news problematic, transform the texts into word stacks by removing them from being news.

Keywords: Internet Journalism, Google Trends, SEO, Google News

Atıf İçin / Please Cite As:

Koz, K. A. ve Işık, U. (2022). İnternet gazeteciliği için kılavuz: Google trendlerde haber keşfi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, VII (I), s. 24-48.

¹ Dr.- Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, kalpkoz@gmail.com,

ORCID: 0000-0001-6969-8660

² Doç.Dr.- Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, umur.isik@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0002-1168-3578

Giriş

İnternet gazeteciliği, haber üretim süreçlerinden başlayarak tüm medya ekolojisini değiştirmiştir. Bu değişimin öncüleri olan pijamalı gazeteciler (Barlas, 2005), bugün devasa plazalarda, sayıları milyonlara varan kullanıcı trafiğini yönetmektedir. Doksanlı yıllarda çoğunluğu işsiz kalan bir grup gazetecinin bugünlerin hayaliyle kurdukları internet haber siteleri, neredeyse çeyrek asırdır yayın yapmaktadır. Bu süre zarfında, internet gazetecilerinin en yakın dostu da hiç şüphesiz teknoloji olmuştur. Birçok sektörde olduğu gibi internet gazeteciliğinin de itici gücü olan teknoloji, haber üretim süreçlerini de farklılaştırmıştır. Bugün, binlerce haber editörü, günün 24 saati, milyonlarca içerik üretmektedir. Bu süreçte, internet haberciliğini değiştiren asıl şey ise Web 2.0 ile birlikte başlayan okuyucu etkileşimi olmuştur. Bu etkileşim, kimi zaman yayınlanacak haberi belirlerken kimi zaman da haberin uzunluğundan, başlığına kadar, haberin tüm formunu değiştirebilmektedir.

Çevrimiçi haberin, anatomik yapısındaki değişimin tespiti için öncelikle bulunduğu iletişim ortamının tanımlanması gerekmektedir. İnternet bugün, diğer kitle iletişim araçlarının sınırlıklarından arı, toplumun tüm kesimlerinin kolayca ulaşabileceği bilgi kaynağı haline gelmiştir (Brownstein, Freifeld & Madoff, 2009). Bu bilgi kaynaklarının başında, dünyadaki internet aramalarının yüzde 93'üne aracılık eden Google gelmektedir (Khan ve Mahmood, 2018:1). Sağladığı gerçek zamanlı veri kümesiyle, rakiplerinden ayrılan Google, bunu 2004 yılından itibaren kaydettiği, kullanıcı verilerine borçludur. Bu veriler, muhteviyatında internet kullanıcılarına dair pek çok bilgiyi barındırmaktadır. Devasa boyutlarda ve tamamen ücretsiz olan bu bilgi yığınları ise Google Trendler aracılığıyla filtrelenmektedir (Brodeur, Clark, Fleche & Powdthavee, 2021). Filtrelenen veriler, trend grafiğinde 1'den 100'e kadar olan yüzdelik oranla gösterilmektedir. Bu oranlar, doğrudan arama hacimleriyle ilgili sayısal bilgiyi yansıtmamaktadır. Onun yerine, popülerlik derecesi ölçümlenmekte ve en popüler arama 100, popüleritesi düşük olan aramalar ise 1 zaman serisi ile gösterilmektedir (Kocacıyık, Teker ve Aksoy, 2020:231-262).

Literatür, Google Trend veri kümelerinin, bugün pek çok alanda kullanılabileceğine işaret etmektedir. Belirtilen husus, araştırmacılar için iştah kabartıcı nitelikte olsa da Google Trendler'in potansiyel kullanımları ve sınırlılıkları konusunda, hala birçok alan karanlıkta kalmaktadır. Dahası Google Trendler'in araştırmalarda kullanılması için belirli bir bilimsel standart da henüz oluşturulamamıştır (Cervellin, Comelli & Lippi, 2017).

Bahsedilen olumsuzluklara rağmen, Google Trendler'in sağladığı veri kümeleri, birçok profesyonel için önemli bir motivasyon kaynağıdır. Bu motivasyonun nedeni ise milyarlarca internet kullanıcılarına ait arama eğilimlerinin, anlık olarak takip edilebilme fırsatıdır. Bu husus, Google Trendleri çevrimiçi ve çevrimdışı diğer tüm kaynaklara göre daha güçlü ve benzersiz kılmaktadır. Bu husustaki bir diğer önemli nokta ise Google Trend veri kümelerinin, bugüne ve geleceğe dair önemli ipuçları taşımasıdır (Choi & Varian, 2012). Örneğin bir işletme, ürettiği herhangi bir ürünle ilgili Google Trend verilerine bakarak, geleceğe dair üretim planlaması yapabilmektedir. Dahası Google Trendleri üzerinden, bir sinema filminin gişe potansiyeli hesaplanabilmekte, tanıtım planı bu veriler ışığında hazırlanabilmektedir (Hand & Judge, 2012). Google Trendler, marka yönetiminde de önemli bir araç niteliğindedir. Öyle ki rekabetin yoğun olduğu moda endüstrisinde, Google Trend verileriyle; tüketicilerin ilgilendikleri moda trendleri takip edilmekte, rakip analizleri yapılmakta ve satış planı geliştirilebilmektedir (Silva, Hassani, Madse & Gee, 2019). Benzer biçimde, gelişmekte olan pazarlarda, Google Trend verilerine dayalı satış modellerinin diğer geleneksel veri kaynaklarına göre daha iyi performans gösterdiği kaydedilmektedir (Carrière-Swallow & Labbé, 2013).

İnternet öncesi geleneksel dönemde, herhangi bir olay, hizmet ya da ürün hakkında insanların ne düşündüğünü ortaya koymak için oldukça pahalı ve zahmetli araştırma süreçlerine ihtiyaç duyulmakta iken bugün milyarlarca kullanıcının Google üzerinde yaptığı aramalar dikkate alınmaktadır. Zira kamuoyu oluşumunda, bu sürece etki eden hususların takip edilmesi gerekmektedir (Trevisan, Hoskins, Oates & Mahloulou, 2018). Arama eğilimleri, savaş gibi oldukça karmaşık dönemlerde dahi kamuoyunun eğilimlerini öğrenmek isteyenler için önemli fırsatlar yaratmaktadır (Kupfer & Pühr, 2022).

Kullanıcı eğilimlerini yansıtan Google Trend verileri özellikle iki alanda yakından takip edilmektedir. Bu eğilimlerden ilki, ekonomik alanda yapılan çalışmalardır. Google Trend verileri ile pazar analizleri yapılmakta, marka yönetim süreçlerinin tüm aşamalarında kullanılmaktadır. Ekonomi alanında, Google Trendlere ilişkin çalışmaların yoğunlaştığı bir diğer nokta ise finansal enstrümanlarla ilgilidir. Araştırmalarda, ilgili finansal enstrümanların, Google Trend verileriyle ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmaktadır (Seifter, Schwarzwald, Geis & Aucott, 2010; Cheah & Fry, 2015). Örneğin kripto paralar ve döviz fiyatlarındaki dalgalanmaları ile Google aramaları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalarda, her iki finansal enstrüman ile Google Trend verileri arasında bir ilişki bulunduğu ve değişkenler arasında iki yönlü bir nedensellik olduğu kaydedilmektedir (Çakaröz ve Civelek, 2021; Kocabıyık, Teke ve Aksoy, 2020; Ata, 2019; Yıldırım, 2020).

Google aramalarıyla ilgili literatürün, ikinci ağırlık noktasını ise sağlık alanındaki çalışmalar oluşturmaktadır. Sağlık araştırmalarında, Google Trendler gibi çevrimiçi veri kaynaklarının, küresel anlamda, halk sağlığı için umut vaat ettiği ve mevcut verileri tamamlayıp genişletebileceği kabul edilmektedir (Brownstein, Freifeld & Madoff, 2009; Nuti, Wayda, Ranasinghe, Wang, Dreyer, Chen & Murugiah 2014). Örneğin, Google Trendler Sars ve İnfluenza gibi gribal enfeksiyonlara ilişkin sunduğu veriler nedeniyle, sağlık araştırmacıları tarafından muazzam ve heyecan verici bir araç olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacılar salgınların, Google Trendlerine dayalı araştırmalarla, geleneksel gözetim sistemlerine göre 7 ila 10 gün önce tespit edilebileceğini kaydetmişlerdir. Yine Google Trendlere dayalı araştırmaların, gelişmiş ülkelerdeki yüksek yaygınlığı olan hastalıkların takibi için geleneksel yöntemlere göre daha uygun bir yöntem olduğu ortaya konulmuştur. Nedeni ise gelişmiş ülkelerdeki teknoloji kullanımınıdır. Zira bu araştırmalar için yüksek oranda web kullanıcı popülasyonuna ihtiyaç duyulmaktadır (Carneiro & Mylonakis, 2009). Özetle, İnternet kullanım oranları arttıkça ve veri kümeleri çoğaldıkça, araştırmacıların bu kaynaklara yüklediği misyon da artmaktadır. Araştırmacılar, kullanıcı verilerinin özellikle bulaşıcı hastalıklarda; salgının tanınmasına kadar geçen süreyi azaltabileceğini, merkezi hükümetlerin salgınla ilgili bilgileri saklamasını önleyebileceğini ve salgın hastalıkların ilerleme modelleri için rehberlik edebileceğini belirtilmektedir (Brownstein, Freifeld & Madoff, 2009). Öte yandan Google Trendler, sadece salgın hastalıklarının gözetiminde kullanılmamaktadır. Lyme gibi endemik hastalıkların insidansının tespitinde de Google aramaları giderek önemli hale gelmektedir. Araştırmacılar, ilgili hastalıkların arandığı coğrafi bölgeleri çıkararak, hastalığın yayılımını ya da yayılma olasılığı olan coğrafyaları belirleyebilmektedir (Seifter, Schwarzwald, Geis & Aucott, 2010).

Google Trendler, çevrimiçi haber kuruluşları için de hem gündem takibi hem de okuyucu eğilimlerini öğrenmeleri için önemli fırsatlar sunmaktadır (Özel ve Deniz, 2018:166). Belirtilen bu fırsat, aynı zamanda “iyi gazetecilik” özlemini ve isteğini en azından bizler için taze tutmaktadır. Bu noktada, trendlerin önemini ortaya konulabilmesi için haber sitelerinin trafik kaynaklarının analiz edilmesi gerekmektedir. Çevrimiçi haber kuruluşlarının trafik kaynakları incelendiğinde, arama motorlarının trafik payının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu arama trafiğinden pay almak isteyen çevrimiçi haber siteleri ise Google Trendleri anlık olarak takip etmekte ve en çok aranan konularda haber üreterek, ziyaretçi trafiğini artırmayı hedeflemektedir (Vural ve Sütçü, 2019: 25). Oldukça masum görünen bu istek, gazetecileri ne yazık ki zamanla içinden çıkamadıkları bir girdaba sürüklemiştir. Dijital ortam, gazeteciliğin ekolojisini, bu şekilde değiştirirken, gazeteciliğin hikâye anlatımını da dönüştürmüştür (Pavlik, 2013:11). Belirtilen dönüşümün dinamosunu, kullanıcı verileri oluşturmaktadır. Google Trendler başta olmak üzere, internet kullanıcılarının ayak izleri takip edilmekte ve arama eğilimlerini dikkate alan gündem ve içerikler haber sitelerini doldurmaktadır.

Çalışma, haber üretim sürecinde yaşanan ve kullanıcı eğilimlerinin neden olduğu düşünülen bu değişime odaklanmaktadır. İnternet gazetecileri, belirtilen kullanıcı eğilimlerini, web tabanlı bazı uygulamalarla takip etmektedir. Bu servislerin başında da Google ürünü olan, Google Trendler gelmektedir. Yapılan incelemede, Google Trendlere ait veri kümelerinin oldukça çeşitli olduğu ve bu veri setlerinin pek çok alanda kullanılabileceği görülmüştür. Çalışmada, anlık

gündemi yansıtması nedeniyle Google Trendler'in "Trend Olan Aramalar" kategorisi seçilerek, sınırlamaya gidilmiştir.

Bu betimleme çalışmasının amacı, Google Trendlerin haber üretim sürecindeki etkilerini ortaya koyabilmektir. Çalışmada bu doğrultuda, Google Trend Aramaları'nda 1-10 Haziran tarihleri arasında, yüksek arama hacmine sahip "ATA AÖF" ve "POMEM" konu başlıkları seçilmiştir. Seçilen konu başlıkları, eş zamanlı olarak hem "Trend Olan Aramalar" kategorisinde hem de "Google Haberler servisinde taranmış ve sıralamaları takip edilmişti. Çalışmada ayrıca, yapılan taramalar sonucunda tespit edilen haberlerin "kelime bulutları" çıkarılmıştır. Kelime bulutlarının çıkarılması konusunda "jasandavies.com" ve "netlytic.org" web servislerinden faydalınılarak arama verilerinin haber üretim sürecindeki etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Literatüre bakıldığında, Google Trendlerin çevrimiçi haber üretimindeki etkilerine odaklı çalışmaların oldukça az olduğu tespit edilmiştir. Çalışma bu noktada hem Google Trendler'in sınırlılıklarının belirlenebilmesi hem de haber üretimindeki etkilerinin ölçümlenebilmesi için önemli bulunmaktadır.

1. Google Trendler

Google Trendler, Google aramalarındaki popüler arama sonuçlarını çeşitli bölge ve dillere göre analiz eden ve listeleyen bir web sitesidir (Prabhu, 2020). Google Trend verileri, internet kullanıcılarının Google'da yaptığı aramaları ve bir konuya yönelik eğilimlerini göreceli olarak yansıtmaktadır (Page, 2016). Google Trendler, her yıl trilyonlarca kez gerçekleşen arama ve bu aramalardan elde edilen verilere dayanmaktadır. Bu da Google Trendleri, dünyanın en büyük gerçek zamanlı veri kümelerinden biri haline getirmektedir.

Google Trend verilerinde, kullanıcıların kimlikleri yer almamaktadır. Tamamen ücretsiz olan Google Trendlerde, kullanıcıların yaptıkları aramalar gruplandırılarak toplanmaktadır ve coğrafi bölgelere göre ayrılarak, belirli bir konuda kullanıcı ilgisi ölçümlenmektedir. Google Trend verileri, aynı zamanda filtrelenebilir verilerdir ve diğer Google servislerine göre ayrıntılı bilgi içermektedir. Örneğin Google AdWords, reklamverenlere aylık ve ortalama arama hacimlerine ilişkin sınırlı bilgi içerirken, Google Trendler ise gerçek zamanlı olarak daha ayrıntılı bilgi sunmak için tasarlanmıştır (Rogers, 2016).

Google'da arama trendleri; Google Trendler web sitesi, Google Trendler API'si ve Google Health API'si olmak üzere üç farklı biçimde elde edilebilmektedir. Google Trendler web sitesi herkese açık verileri içerirken, Trendler API'si gazeteciler, Health API'si ise sadece sağlık konusundaki araştırmacılar tarafından kullanılmaktadır. Trendler ve Health API'leri, başvuruya kabul edilmektedir ve her iki alana ilişkin veriler, API sayesinde anlık olarak web sitesinden bağımsız biçimde ilgililerine sunulmaktadır. Health API'si, diğer iki trendler servislerine göre daha ayrıntılıdır. Sağlık konusundaki araştırmacılar, diğer servislerde 5'e kadar olan karşılaştırma seçeneğini, 30 farklı konuya kadar çıkarabilmektedir (Stocking ve Matsa, 2017).

Trendler API'si, web sitesinde olduğu gibi gazetecilere internet gündemiyle ilgili diğer tüm web araçlarına göre çok yönlü veri seti sağlamaktadır. Örneğin Trendler API'si, gazetecilere daha önce gündemlerinde olmayan veya belirli bir coğrafi bölgenin gündeminde olan haber konularını, fark edebilme imkânı sunmaktadır. Diğer taraftan, Trend API'leri arama motoru optimizasyonu için de önemli bir kaynak niteliğindedir. Gündeme dair konuların anahtar kelime analizlerini önceden yapabilen çevrimiçi haber üreticileri, konu zirve yapmadan, konuyla ilgili içerik üretebilir ve bu sayede önemli bir trafik elde edebilmektedirler (Boyd, 2017). Çalışmada, açık kaynak verileri konu edinildiğinden Google Trendler web sayfası incelenecektir.

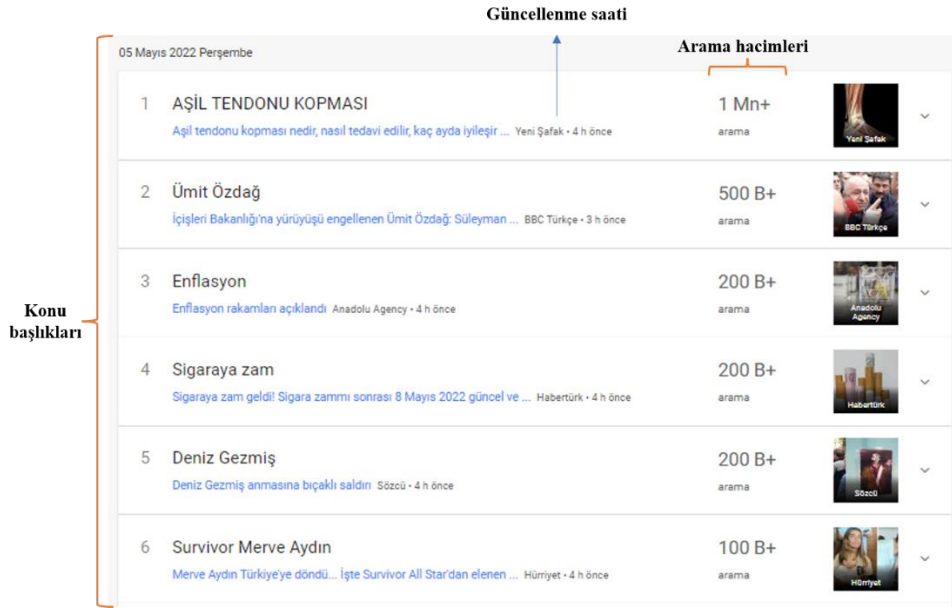
1. 1. Google Trendler Web Arayüzü

Google Trendler ana sayfası beş bölümden oluşmaktadır. Kullanıcıları, ilk bölümde son 24 saat içerisinde en çok arama yapılan konular listesi karşılamaktadır. Bu bölüm, scrolling ile sağa kaydırmalı 6 sayfa olarak konumlandırılmıştır. İkinci bölümde ise 2021 yılında öne çıkan konular yer almaktadır. 2021 yılında en çok aranan konulara ilişkin istatistiki bilgilerin aktarıldığı üçüncü bölümde ayrıca, arama yapan kullanıcının bulunduğu bölgeye ait haritalar sunulmaktadır.

Dördüncü bölümde ise son trend olan aramalar sayısal değerleriyle listelenmektedir. Beşinci bölümde son 5 yılın arama trendleri, son bölümde ise Google Haberler İnisyatifi'nin Google Trendlerin gazetecilikte kullanımına dair bilgilendirme sayfası yer almaktadır.

Google Trendler, günlük arama trendleri ve gerçek zamanlı trendler şeklinde filtrenmektedir. Günlük arama trendlerinde, en çok aranan 20 konu başlığı listelenmektedir (Resim 1). Yayıncılar, son 30 güne ait tüm verilere bu bölümden ulaşabilmektedir.

Resim1: Günlük arama trendleri



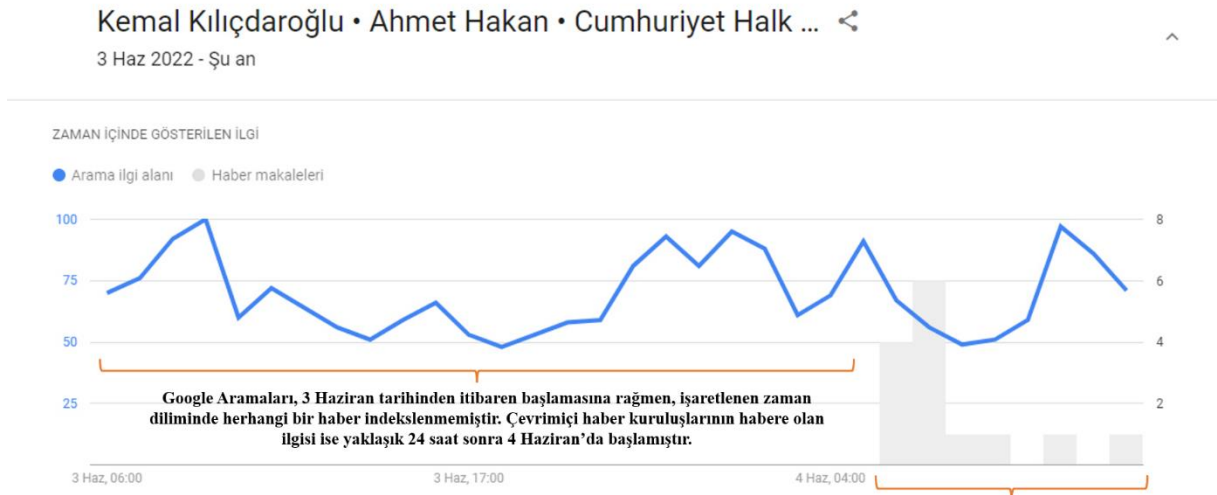
Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 05.08.2022)

Günlük arama trendleri ile Gerçek zamanlı arama trendleri şunları içermektedir:

- **Günlük arama trendleri:** Günlük arama trendlerinde, son 24 saatteki arama trafiğinde önemli artış gösteren aramalar vurgulanmaktadır ve saat başı güncellenmektedir.

- **Gerçek zamanlı arama trendleri:** Tüm aramalar içinde, anlık olarak trafiği önemli ölçüde artış gösteren aramaların listesi bu bölümde yer almaktadır. Gerçek zamanlı arama trendlerinin zaman grafiğinde, arama ilgi alanı ve haber makalelerine dair iki veri bulunmaktadır. Grafikte mavi olan çizgi, arama ilgisini gösterirken, gri çizgi ise çevrimiçi haber kuruluşlarının ürettikleri haberleri temsil etmektedir.

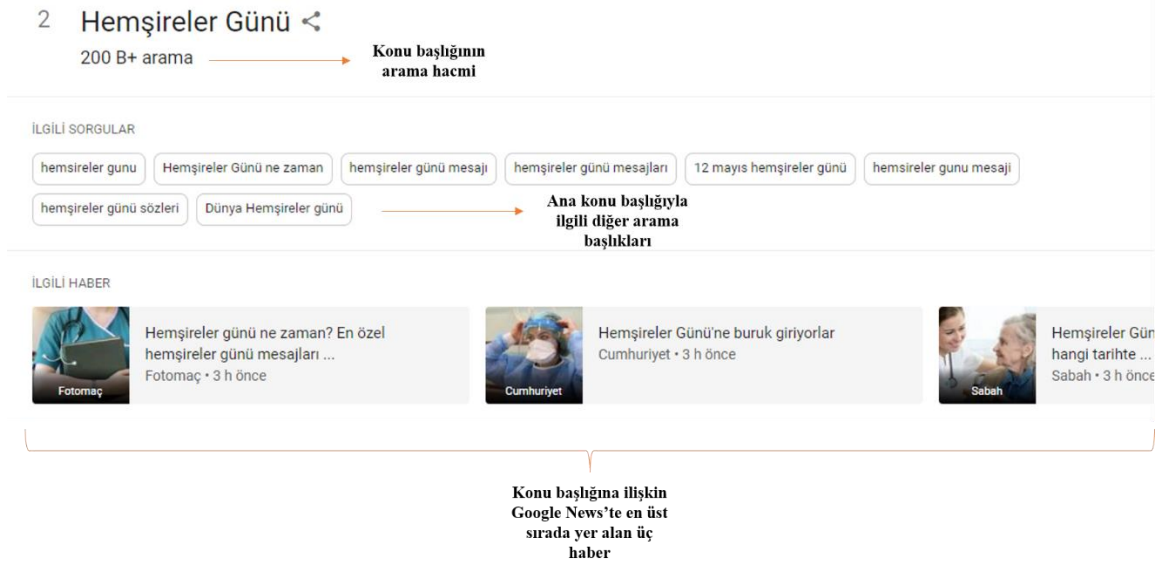
Resim2: Günlük arama trendleri



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 03.06.2022)

Resim 2’de de görüldüğü gibi günlük ve gerçek zamanlı arama trendleri, Google Haberler ve Google aramalarında, aynı zaman diliminde trend olan konuların gruplandırılmasıyla oluşturulmaktadır. Google Trendler ile çevrimiçi haber kuruluşları arasındaki bağ bu bölümde kurulmaktadır. Algoritma, arama hacimlerine dair verileri alarak, Google News haber havuzunda yer alan haberleri karşılaştırmakta ve bir liste oluşturmaktadır (Resim 3). Bu veriler aynı zamanda, Google Haberler sıralamasında da kullanılmaktadır. Bu listede ayrıca her konu başlığında, üç ayrı haber kuruluşunun haberleri bulunmaktadır. Sayfada kullanıcıların konu başlığıyla birlikte aradığı diğer konu başlıkları da yer almaktadır (Google, 2022a).

Resim3: Günlük arama trendleri



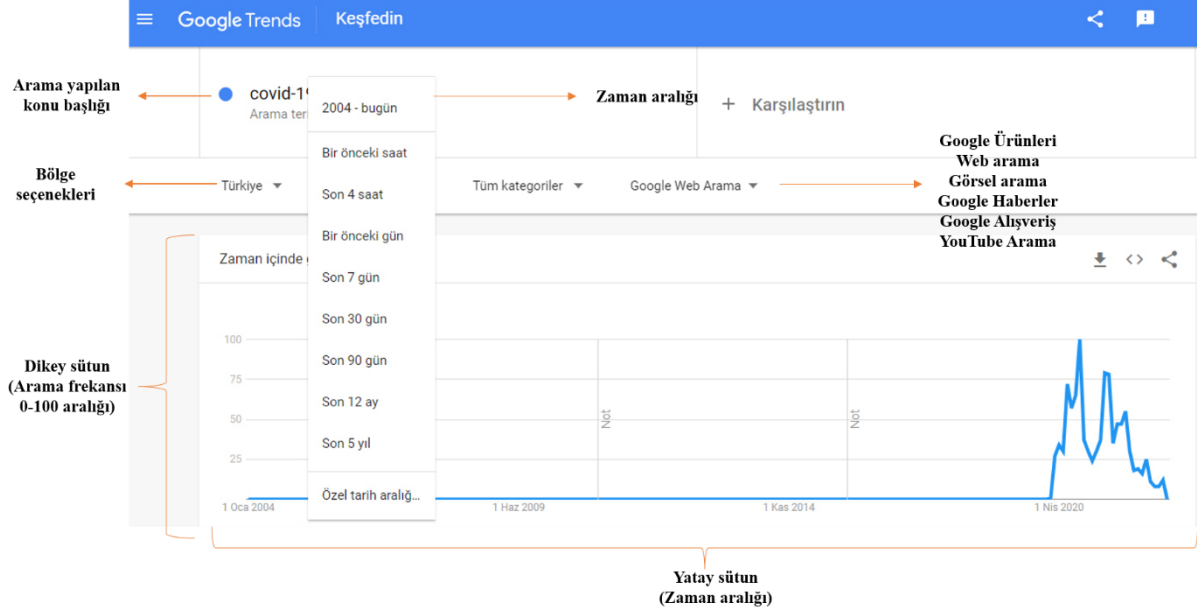
Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 03.06.2022)

1. 2. Google Trendler grafik türleri

Google Trendler, kullanıcıların Google aramalarında hangi konularda arama yaptığına ilişkin bilgi sunmaktadır. Google Trendlerde arama verileri web arayüzünde üç biçimde gösterilmektedir: Çizgi grafikler, Yoğunluk haritaları ve Yüzdellik gösterim.

1.2.1. Çizgi grafikler: Google aramaları, çizgi grafiklerde 0-100 arasında eşit dağıtılmış frekanslar biçiminde, dikey sütunda yer almaktadır. Yatay sütunda ise zaman aralığı bulunmaktadır. Arama hacimleri, belirlenen veya seçilen özel tarih aralığında çizgi grafiklerle gösterilmektedir (Resim 4).

Resim4: Günlük arama trendleri

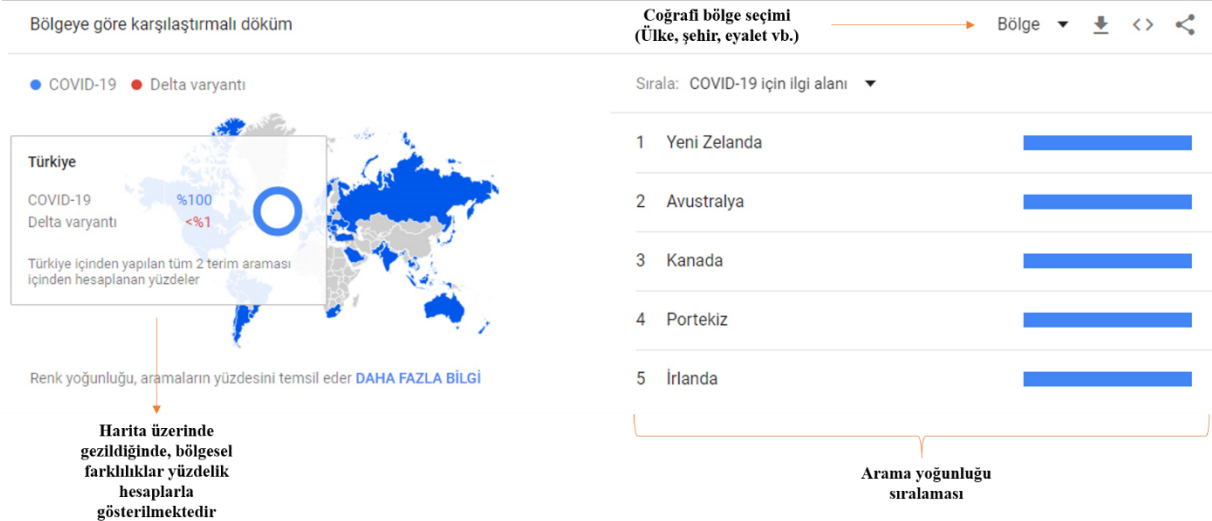


Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 01.06.2022)

Zaman aralığında kullanıcılar, Google Trendlerin belirlediği zaman aralıklarının dışında kendi belirlediği zaman periyodunda da arama yapabilmektedir. Arama hacimleri, “Özel tarih aralığında” 2004 yılından itibaren, istenilen bir tarihte veya aralıkta listelenebilmektedir.

1.2.2. Yoğunluk haritaları: Arama yoğunluğuna dair veriler, haritadaki renk skalasıyla görselleştirilmiştir. Frekansı yüksek olan aramalar, haritada daha koyu renklerle gösterilmektedir. Haritalar kısmında ülke geneli veya alt bölgelere göre karşılaştırmalı dökümü sunulmaktadır (Resim 5).

Resim 5: Günlük arama trendleri



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 02.06.2022)

1.2.3. Yoğunluk haritaları: Yüzdellik gösterim: Arama sorguları, yüzdelik biçiminde gösterilmektedir. Arama hacimlerinde, belirlenen zaman periyodunda yüksek oranda bir artış ölçümlenmesi halinde, sonuçlarda yüzdelik gösterim yerine “Büyük Çıkış” ifadesi yer almaktadır. Buradaki yüzdelik gösterimler, göreceli bir orana işaret etmektedir. İlgili konular sekmesinde, kullanıcıların aradıkları diğer konu başlıkları listelenmektedir. Puanlama, en yaygın biçimde aranan konu 100 değeriyle ifade edilirken, bunun yarısı ölçüsünde aranan bir konu da 50

değeriyle gösterilmektedir. Bu kısımda, ikinci konu için yapılan değerlendirme ilk konuya göre belirlenmektedir (Resim 6).

Resim 5: Günlük arama trendleri

İlgili konular	Artış Gösteren	İlgili sorgular	Artış Gösteren
1 Omikron - Konu	Büyük Çıkış	1 omicron	Büyük Çıkış
2 Koronavirüs Delta Varyantı - Konu	Büyük Çıkış	2 omicron symptoms	Büyük Çıkış
3 Hatırlatma dozu - Konu	Büyük Çıkış	3 vacina covid pertu de mim	Büyük Çıkış
4 Açık anahtar sertifikası - Konu	+% 2.500	4 book covid booster	Büyük Çıkış
5 Immunity passport - Konu	+% 2.000	5 nhs covid pass	Büyük Çıkış

Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 02.06.2022)

1. 3. Google Trendler Aramalarını Özelleştirme

Gazeteciler, Google Trendler ile; yeni konular keşfedebilir, aramalarını bölgelere göre genişletebilir, arama sonuçlarını kategorilere göre geliştirerek, artış gösteren verileri takip edebilmektedir. Google Trendlerin çevrimiçi içerik üreten gazeteciler için sunduğu fırsatlar şu şekilde sıralanmaktadır:

a) Google Trendlerle keşfedin: Google Trendlerde, Google'da hedeflenen anahtar kelimelerin arama hacimleri göstermektedir. Açık kaynak olan bu verilerle, haber konularının internet kullanıcıları arasındaki popülerlik durumları ölçümlenebilmektedir. Google Trendlerde ayrıca sadece diğer Google ürünleri olan; web arama, görsel arama, Google haberler, Google alışveriş ve Youtube'daki kullanıcı trendlerine ilişkin bilgi de yer almaktadır.

b) Kategori aramaları: Google Trend aramaları, 25 farklı kategoride yapılabilmektedir. Araştırmacı, ilgili kategorilerdeki arama hacimlerine ilişkin arama yapabilmekte, kategori gündemine dair bilgi sahibi olabilmektedir. Arama yapılabilecek kategoriler şu şekildedir:

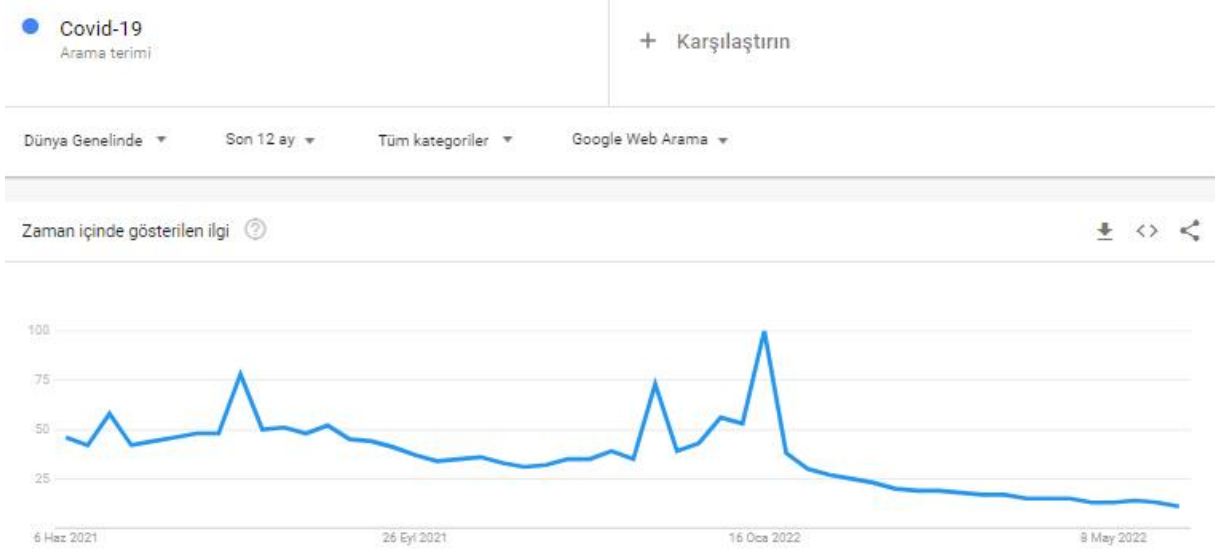
Tablo 1: Google Trend arama kategorileri

Alışveriş	Hobiler ve Boş Zaman	Spor
Başvuru Kaynakları	Hukuk ve Devlet Hizmetleri	Ticari ve Endüstriyel Hizmetler
Bilgisayar ve Elektronik Ürünler	İnsan ve Toplum	Yiyecek ve İçecek
Bilim	İnternet ve Telekom	
Çevrimiçi Topluluklar	İşler ve Eğitim	
Ev ve Bahçe	Kitaplar ve Edebiyat	
Evcil ve Yabani Hayvanlar	Otomobiller ve Araçlar	
Finans	Oyunlar	
Gayrimenkul	Sağlık	
Güzellik ve Egzersiz	Sanat ve Eğlence	
Haberler	Seyahat	

c) Aramaları özelleştirme: Google Trendlerdeki aramalar, noktalama işaretleriyle filtrelenebilmektedir. Örneğin, Covid-19 hakkında haber hazırlayan bir gazeteci, Covid-19 terimini, herhangi bir noktalama işareti kullanmadan aratması halinde, sonuçlar belirli bir düzen

gözetmeksizin getirilmektedir (Covid-19 tedavi, Covid-19 semptomlar, Covid-19 aşı vb.). Aramalara, terimlerin; yazım yanlışları, yazım farklılıkları, eş anlamlıları, çoğul veya tekil halleri sonuçlara dahil edilmektedir (Resim 7).

Resim 7: Google Trend arama grafiği



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 14.05.2022)

Aşağıda Google Trendler aramalarında kullanılan noktalama işaretleri örneklerle gösterilmiştir:

Örnek 1

"Covid-19"

Terimin başına ve sonuna çift tırnak işaretleri koyulduğunda, salt o kelime öbeği aranması için algoritma tetiklenmektedir. Getirilen sonuçlarda, terimin öncesi ve sonrasında başka kelimelerde bulunulabilmektedir (Resim 8).

Resim 8: Google Trend ilgili konular ve ilgili sorgular

İlgili konular	Artış Gösteren	İlgili sorgular	Artış Gösteren
1 Omikron - Konu	Büyük Çıkış	1 punkt szczepień covid-19 blisko mnie	Büyük Çıkış
2 Koronavirüs Delta Varyantı - Konu	Büyük Çıkış	2 मेरे आस-पास covid-19 के टीकाकरण के केंद्र	Büyük Çıkış
3 Hatırlatma dozu - Konu	Büyük Çıkış	3 vacúnate contra la covid-19	Büyük Çıkış
4 Açık anahtar sertifikası - Konu	+% 4.550	4 вакцинация против covid-19 поблизости	Büyük Çıkış
5 Nokta - Geometri	+% 2.000	5 tri ân các anh hùng tuyến đầu chống dịch covi...	Büyük Çıkış

Kaynak: Google Trendler (Erişim: 14.05.2022)

Örnek 1

Covid 19 + omigron

Sonuçlar, Covid 19 veya omigron anahtar kelimelerinin yer aldığı aramaları içermektedir.

Örnek 2

Covid 19 - omigron

Sonuçlarda Covid 19 kelimesi yer alır; ancak sonuçlarda “omigron” kelimesi hariç tutulmaktadır. Yaygın bir söz öbeğinin parçası olan bir terim aranırken, çıkarılmak istenen kelimenin söz öbeğinin sonuçlarında, baskın çıkması engellenmek istenildiğinde kullanılmaktadır.

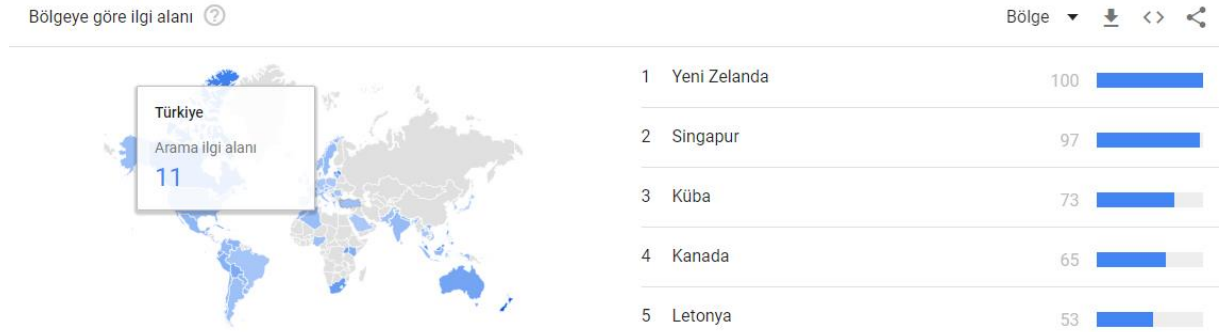
Örnek 3

Covid 19 + Covit 19 + Covt 19

Sonuçlar yazım farklılıklarını ve ayrıca yaygın yazım hatalarını (Covit 19 vb.) içermektedir.

d) Aramaları bölgelere göre geliştirme: Google Trendlerde bir terim arandığında, sonuçlar haritada arama hacimlerine göre listelenerek gösterilmektedir. Haritada koyu renklerle işaretlenen bölgelerde, terimin arama hacimleri daha yüksektir. Haritanın sağ bölümünde, arama hacimlerine göre üst sıralarda yer alan bölgeler ve şehirler listelenmektedir. Mouse, Google Trendler haritasının üzerinde gezdirildiğinde ise pencere etkinleşmekte ve terimin bölgedeki arama hacim indeksi gösterilmektedir (Resim 9).

Resim 9: Google Trend bölge aramaları



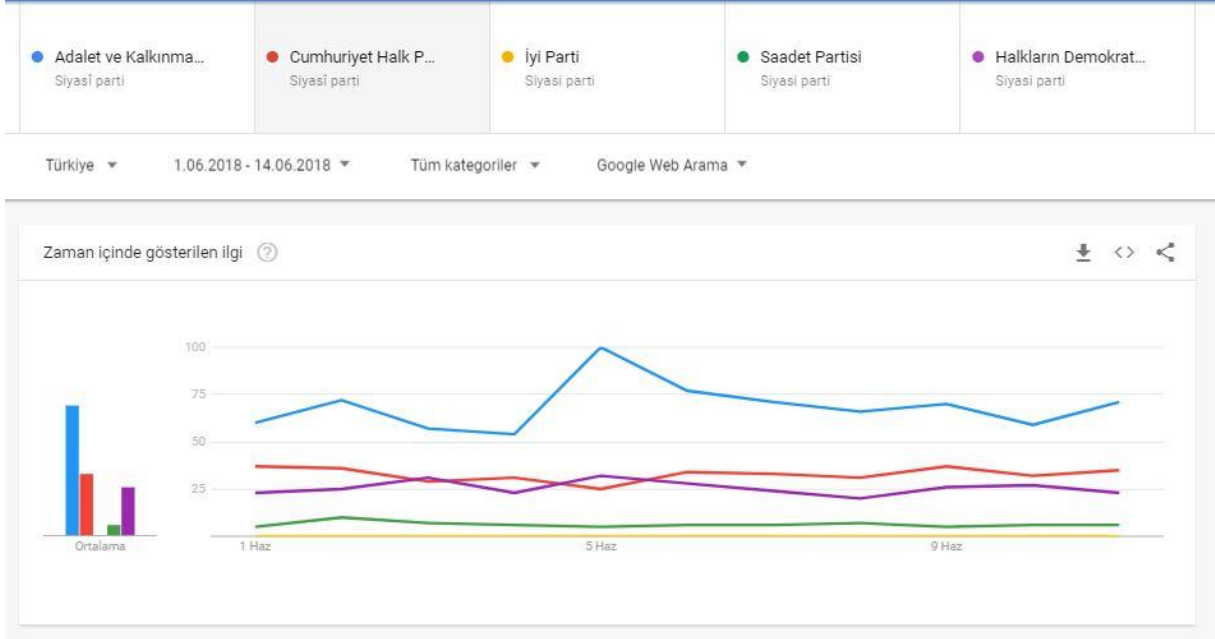
Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 14.05.2022)

Coğrafya ve zamana göre daralma veya genişletme: Google Trendler aramaları, coğrafya ve zamana göre daraltılabilmekte ya da genişletilebilmektedir.

Örnek 1

Aramalarda, iki kelimenin arama hacimleri karşılaştırılabilmektedir. Gazeteciler, iki arama teriminin popülerliğini belirli zaman periyodunda arama yaparak karşılaştırma yapabilmektedir. Aşağıdaki Resim 10'da Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde, 5 siyasi partinin Google Trendler arama hacimleri, grafiklerle karşılaştırılmıştır (Google, 2022b).

Resim 10: Google Trend arama karşılaştırma



Kaynak: Müyesseroğlu (2019)

Örnek 2

Google Trendler, bir kelime öbeğine ilişkin genel arama hacimlerinin yanı sıra, bölgesel aramalarla ilgili de bilgi sunmaktadır. Resim 10'de 2018 seçimleri öncesi 5 siyasi partiye ilişkin, Google Web Aramaları'ndaki hacimleri tüm kategorilerdeki sonuçları yer alırken Resim 11'de 8 büyükşehirdeki arama hacimleri verilmiştir.

Resim 11: Google Trend bölgesel arama



Kaynak: Müyesseroğlu (2019)

e) Artış gösteren verileri kullanma.

Arama yapılan konularda, belirli bir zaman süresinde artış gösteren terimler listelemektedir. Eğer aranan terimin aramalarıyla ilgili "Büyük çıkış" söz konusuysa, bu durum arama teriminin ya geçmişte olmadığına ya da temel alabilecek bir verinin bulunmadığı anlamına gelmektedir (Resim 12).

Listede gösterilen yüzdeler, belirlenen zaman diliminde kullanıcıların arama ilgilerinin artış yüzdesini temel almaktadır. Bir arama yapıldığında eğer son 7 gün seçilmişse, terimin aramalarındaki artış ölçütü 7 gün öncesine göre belirlenmektedir. Bunun tek istisnası bütün geçmiş (2004 - bugün) görüntülenirken gerçekleşmektedir. Bu durumda referans tarihi olarak 2004 yılı alınmaktadır.

Resim 12: Google Trend ilgili konular ve ilgili sorgular

İlgili konular ?	Artış Gösteren	İlgili sorgular ?	Artış Gösteren
1 Omikron - Konu	Büyük Çıkış	1 covid 19 omicron	Büyük Çıkış
2 Koronavirüs Delta Varyantı - Konu	Büyük Çıkış	2 covid 19 omicron symptoms	Büyük Çıkış
3 Hatırlatma dozu - Konu	Büyük Çıkış	3 covid 19 symptoms omicron symptoms	Büyük Çıkış
4 Açık anahtar sertifikası - Konu	+% 2.150	4 covid 19 omicron variant	Büyük Çıkış
5 Varyant - Konu	+% 750	5 delta variant	Büyük Çıkış

Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

f) İlgili sorguları bulmak

Bir terimi arattığınızda, sonuçlar sayfanızın alt kısmında İlgili sorgular grafiği belirlemektedir. İlgili sorgulardaki veriler, herhangi bir konu veya trend haber ile ilişkili en üst sırada yer alan ve artış göstermekte olan terimleri belirlemekte kullanılmaktadır.

2. Google Trendlerle Haberin Keşfi

İnternet tabanlı veriler; maliyet, kullanılabilirlik ve sıklık açısından anket verilerine göre çok daha avantajlıdır. Bu avantajlar, medyayı ve bazı araştırmacıları, kamuoyunun eğilimlerini öğrenmek için arama verilerini kullanmaya yöneltmiştir. Bu yönelimin temelinde ise kullanıcı verilerinin, kamuoyu eğilimlerine dair sistematik kanıtlar sunması yatmaktadır (Mellon, 2014).

Kamuoyunun gündemine dair sunulan bu kanıtlar, çevrimiçi haber kuruluşlarının da büyük ilgisini çekmektedir. SEO editörleri, kamuoyunun gündemini yansıttığı düşündükleri Google Trend listelerini takip ederek, haber havuzlarını genişletmektedir. Buradaki temel amaç kamuoyunun ilgisini çeken konularda haber üretmek, Google trafiği elde etmektir. Bu noktada devreye, arama motoru optimizasyonu girmektedir. Haberin başlığından, kullanılan görseller ve metin içerisindeki kelimelere kadar oldukça geniş bir kapsamı olan arama motoru optimizasyonu, çevrimiçi içerik üreticileri için de önemli bir mücadele alanı yaratmaktadır.

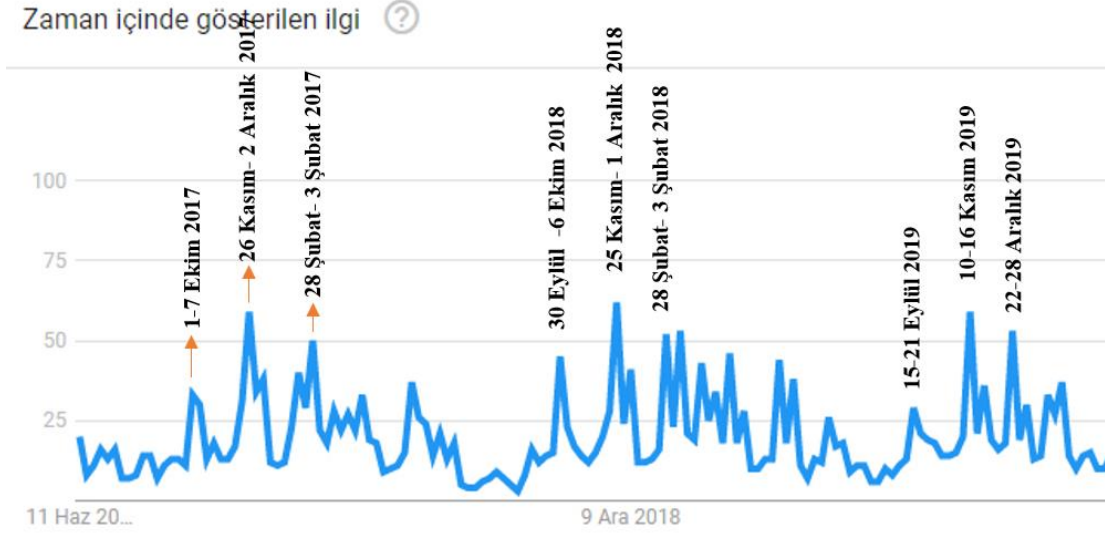
Arama motorlarında görünür olma ve trafik elde etme çabaları olarak tanımlanabilecek SEO, kimi zaman kaliteli ve doğru habercilik anlayışı ile çelişmekte ve habercilik açısından zafiyet yaratmaktadır (Işık ve Koz, 2020: 1276-1279). İnternet haber siteleri, kullanıcı eğilimlerini yakından takip etmek ve bu eğilimler doğrultusunda içerikler üretebilmek için pek çok farklı ölçümleme aracı kullansa da "Google Trendler" bu konuda başucu kaynağı konumunu korumaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde hem yukarıda bahsedilen mücadelenin anlatılabilmesi hem de trendlerin haber üretim sürecindeki etkilerinin ortaya konulabilmesi için Google Trendlerin, Trend Olan Aramalar kategorisi incelenecektir.

2.1. Haberin trend keşfi

Günlük Arama Trend listeleri, son 24 saatteki arama hacimleri dikkate alınarak hazırlanmaktadır ve her saat başı güncellenmektedir. Google Trendlerde olduğu gibi SEO haberlerinde de temel ölçüt, arama hacimleridir. Arama hacmi artış gösteren konuların, kamuoyunun gündemini yansıttığı düşüncesiyle haber olabileceği olasılığı yüksektir. Bu nedenle de Google trafiği elde etmek isteyen çevrimiçi haber kuruluşları, Google Arama Trend listelerini takip etmekte ve hacmi yüksek konularda haber üretmektedir.

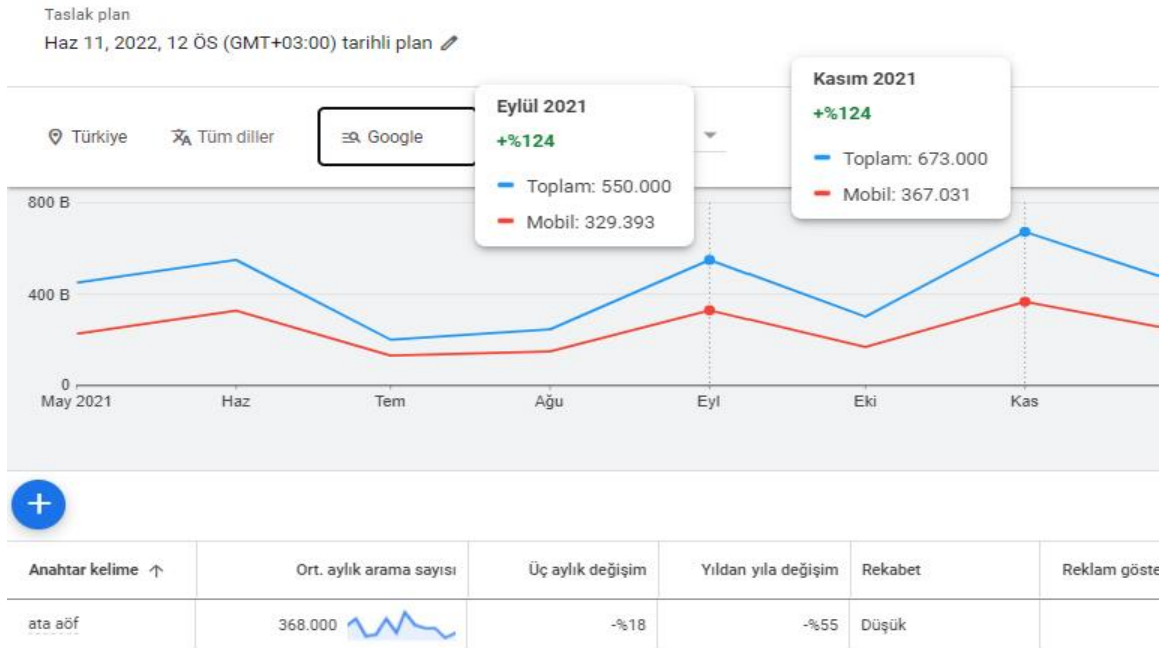
Resim 13: Google Trend uzun zaman aralığı



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Resim 13’de Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi’nin (ATA AÖF) Google Trend arama grafiği yer almaktadır. Üniversitenin akademik takviminde yer alan önemli tarihlerde (okul kayıtları, sınav tarihleri, sınav sonuçlarının açıklanması vb.), Google Trend grafiğindeki aramaların yoğunlaştığı ve buna bağlı olarak da işaretlenen tepe hareketlerinin yaşandığı görülmektedir. Resim 2’de yer alan Google Adwords anahtar kelime planlayıcısı verileriyle, Google Trend grafiği karşılaştırıldığında ise tablo daha da netleşmektedir. Grafik incelendiğinde, Eylül ve Kasım aylarındaki arama artışlarının, akademik takvimdeki okul kayıtları ve sınavlardan kaynaklandığını teyit etmektedir (Resim 14). Tüm bunlar düşünüldüğünde, Google Trendler’in küçük bir grup olsa da Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin gündemini bire bir yansıttığı görülmüştür.

Resim 14: Google Adwords anahtar kelime planlayıcısı



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 11.05.2022)

Arama hacimlerine yıllık bazda bakıldığında ise ATA AÖF anahtar kelimesinin, oldukça yüksek bir arama hacmine sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu husus, SEO haberleri için en temel kriter olan yüksek hacim koşulunu karşılamaktadır. Buradan hareketle, ATA AÖF anahtar kelimesine ilişkin Google’da tarama yapıldığında, konuyla ilgili haber içeriklerine rastlanmıştır.

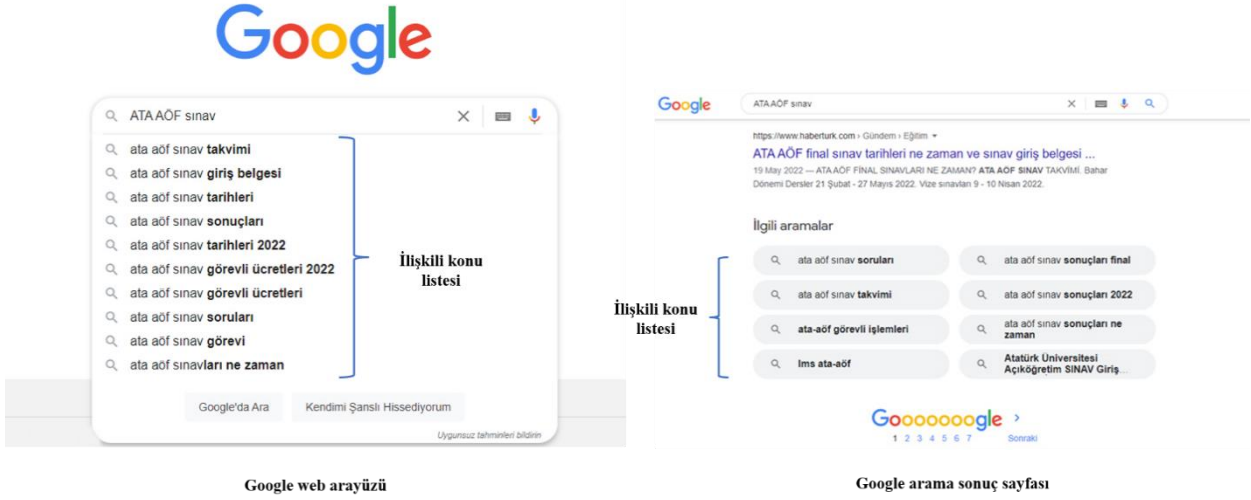
Tablo 2’de Milliyet ve Hürriyet gazetesinin, belirtilen konuyla ilgili haberleri yer almaktadır. ATA AÖF akademik takviminde, final sınav sonuçlarının, 8 Haziran’da açıklanacağını duyurulmasına rağmen, milliyet.com.tr 3 Haziran’da, hurriyet.com.tr ise 5 Haziran’da konuyu haberleştirmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, her iki haberin de arama hacimleri henüz yükselmeden yapılmasıdır. Belirtilen bulgu, “SEO haberleri için yüksek hacim gerekir” teziyle tezat gibi görünse de bir başka gerçeğe işaret etmektedir. Google Trendler de işte bu noktada devreye girmektedir. Zira gazetecilere, haber konularını uzun zaman periyodunda analiz edebilme fırsatı sunmaktadır. Gazeteciler, internette aranacağını düşündüğü konularda, grafiklere bakarak hacim yükselmeden de haber yapabilmektedir. Bu husus, daha önce belirtilen, SEO-hacim ilişkisini zedelememekte aksine desteklemektedir.

Tablo 2: ATA AÖF haber listesi

Haber Başlığı	Akademik Takvim Final Sonuçları Açıklama Tarihi	Haberin Yayınlandığı tarih
<p>ATA AÖF sınav sonuçları ne zaman açıklanacak? 2022 ATA AÖF final sonuçları açıklandı mı, ne zaman açıklanır?</p> <p>-----</p> <p>Milliyet web sitesi</p> <p>https://www.milliyet.com.tr/galeri/ata-aof-sinav-sonuclari-ne-zaman-aciklanacak-2022-ata-aof-final-sonuclari-aciklandi-mi-ne-zaman-aciklanir-6766657</p>	8 Haziran 2022	3 Haziran
<p>ATA AÖF sınav sonuçları ne zaman açıklanacak, açıklandı mı? ATA AÖF sınav sonuçlarında son durum</p> <p>-----</p> <p>Hürriyet web sitesi</p> <p>https://www.hurriyet.com.tr/gundem/ata-aof-sinav-sonuclari-ne-zaman-aciklanacak-aciklandi-mi-ata-aof-sinav-sonuclarinda-son-durum-42077875</p>	8 Haziran 2022	5 Haziran

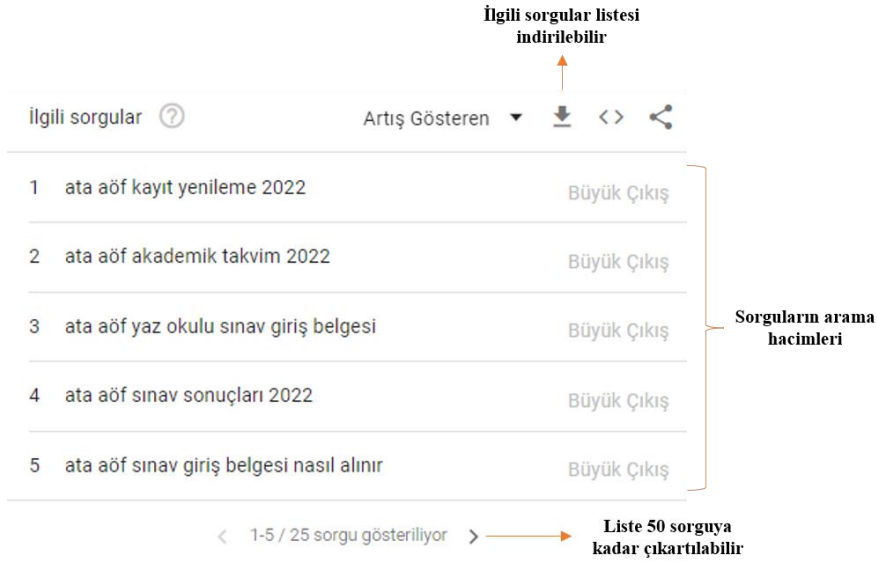
SEO editörleri, haberde kullanacakları anahtar kelimeleri yine Google’dan elde etmektedir. Bu noktada, üç yöntem ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki, Resim 15’de (soldaki) gösterildiği gibi Google arama çubuğuna, konu başlığı yazıldıktan sonra çıkan öneri listesidir. Bu liste, algoritma tarafından en çok arama yapılan anahtar kelimelerden oluşturulmaktadır. İkinci yöntem ise Resim 15’de sağda yer almaktadır. Editör, anahtar kelimeye ilişkin arama yaptıktan sonra oluşan sonuç sayfasının alt kısmında, ilgili aramalar listesiyle karşılaşmaktadır. Üçüncü yöntem olan Google Trendler ise her iki yönteme göre sayıca daha fazla bir listeye sahiptir. Yine Resim 15 görülen listelerde, anahtar kelimelerin hacimlerine dair herhangi bir bulguya rastlanmazken, Google Trendler’in listesinde arama hacimleri yer almaktadır (Resim 16). Google Trendler’i her iki yöntemden farklı kılan bir diğer husus ise arama sorgularına dair listelerin, istenilen formatta indirilebilmesidir.

Resim 15: Google anahtar kelime sorgulama



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Resim 16: Google Trend ilgili sorgular listesi



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 10.05.2022)

Tablo 3'de yer alan haberler incelendiğinde, üç listede yer alan anahtar kelimelerin, haber başlıklarında ve metinlerinde sıkça yer aldığı görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3’de yer alan ATA AÖF ile ilgili haberlerin içerikleri de analiz edilerek, kelime bulutları çıkarılmıştır. “Jasandavies.com” ve “Netlytic.org” web servisleri kullanılarak hazırlanan kelime bulutları, konuyu biraz daha somutlaştırmaktadır. Star.com.tr, milliyet.com.tr, ensonhaber.com, haberturk.com ve hurriyet.com.tr web sitelerinde yer alan AÖF haberlerinin kelime bulutlarına bakıldığında, haber metinlerindeki anahtar kelime yoğunluğu dikkat çekmektedir.

Çalışmanın bu bölümüne kadar olan kısmı için bir değerlendirme yapıldığında, Günlük Arama Trendlerinin; gazetecilerin haber üretim süreçlerini kolaylaştıracak, gündem takibi ve anahtar kelime analizi gibi birtakım uygulamalara sahip olduğu görülmüştür. Bu sürecin çıktıları olan SEO temelli haber içerikleri incelendiğinde ise trafik kaygısıyla üretilen bu haberlerin, geleneksel formlarından uzaklaştığı ve anahtar kelimelerle örülü kelime yığınları haline geldiği tespit edilmiştir.

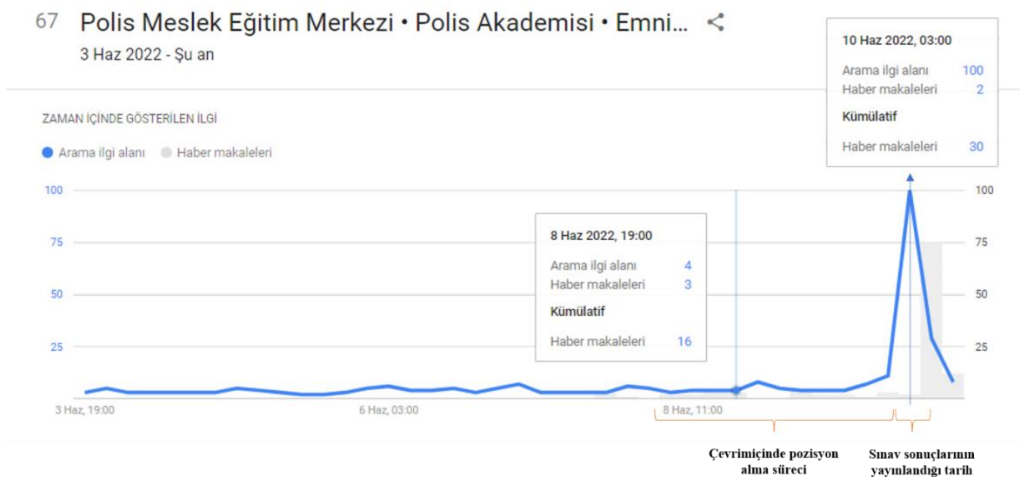
2.2. “An”ı yakalayan gazetecilik

Gazetecilere, haber üretim süreçlerinde rehberlik eden bir diğer Google Trend hizmeti de Gerçek Zamanlı Arama Trendleridir. Gerçek zamanlı veri kategorisindeki içerikler, çevrimiçi haber sitelerinden derlenmektedir. Son 24 saatin en popüler konularıyla, anlık gelişmelerinde yer aldığı Gerçek Zamanlı Arama Trend verilerinde, arama hacimleri ve konuya ilişkin haberler ayrı ayrı gösterilmektedir.

Gerçek Zamanlı Arama Trendlerinin, çevrimiçi haber üretim süreçlerine etkilerinin incelenmesi amacıyla 3-10 Haziran 2022 tarihleri arasında, hacmi yüksek popüler haber konuları Google Trendlerden günlük taranmıştır. Listede yer alan haberlerden, çalışmanın ilk bölümündeki incelenen ATA AÖF sınavlarıyla benzer olduğu için listenin 67. Sırasındaki Polis Meslek Eğitim Merkezleri (POMEM) sınavları araştırma için seçilmiş ve POMEM anahtar kelimesi 8 gün boyunca her üç saatlik periyotlarda takip edilmiştir.

Resim 18’de Polis Meslek Eğitim Merkezi’nin sınav sonuçlarıyla ilgili Google Trend grafiği yer almaktadır. Grafikte, arama hacmi mavi ilgili konudaki haber içerikleri ise gri çizgiyle gösterilmektedir. Veriler incelendiğinde, sınav sonuçlarının açıklanmamasına rağmen, içerik üretiminin 8 Haziran’da başladığı; ancak Google’da konuyla ilgili kullanıcı aramalarının henüz yoğunlaşmadığı görülmektedir.

Resim 18: POMEM Gerçek Zamanlı Arama grafiği



Kaynak: Google Trendler (Erişim Tarihi: 03.06.2022)

Gerçek Zamanlı Arama Trendleri veri grafiğinde tepe nokta, sınavın açıklanacağı tarih olan 10 Haziran’da oluşmuştur. Bu tarih öncesinde POMEM anahtar kelimesi, belirtilen periyotlarda Google’da taranmıştır. Yapılan tarama sonunda Resim 19’daki Hürriyet gazetesinin haberiyle birlikte, 5 haber tespit edilmiştir. Haberlerin tamamının, POMEM’e ilişkin anahtar kelimelerden oluştuğu görülürken, hazırlanan haberlerde tarih değişikliği yapıldığı ve sürekli güncellendiği

belirlenmiştir. Buradaki temel amaç ise SEO açısından güçlenen içeriğin, Google'daki sıralamasını daha üst seviyelere çıkmasını sağlamaktır.

Resim 19: Hürriyet gazetesi POMEM haberi

Anahtar kelime öbeği

POMEM sonuçları ne zaman açıklanacak, açıklandı mı? 28. dönem POMEM mülakat sonuçları bekleniyor

#Pomem Sonuçları #Pomem Mülakat Sonuçları #POMEM



Haber giriş tarihi Haziran 09, 2022 08:32 · 2dk okuma

Hürriyet.com.tr

POMEM sonuçları ile ilgili son dakika açıklamaları yakından takip ediliyor. Ön lisans, lisans veya bunlara denkliği Yükseköğretim Kurulu tarafından kabul edilen yurt dışındaki yükseköğretim kurumlarından mezun olanlardan 8.000 lisans (6.400 erkek ve 1.600 kadın), 2.000 ön lisans (1.600 erkek ve 400 kadın) olmak üzere toplam 10.000 öğrenci alımı yapılacak. Peki, POMEM sonuçları ne zaman açıklanacak?

POMEM sonuçlarının ne zaman açıklanacağı araştırılıyor. 10 bin polis alımı için süreç devam ediyor. 2 Mart tarihinde 28. Dönem POMEM Giriş Sınavı kapsamında, aday değerlendirme ve seçme sınavı Mülakat Sınavı aşamasına katılacak olan adayların sınav tarihleri, e www.pa.edu.tr internet adresinden açıklanmıştı. 28. Dönem POMEM başvurularını yapan adaylar en son mülakat aşamasına girdiler.

POMEM SONUÇLARI NE ZAMAN AÇIKLANACAK?

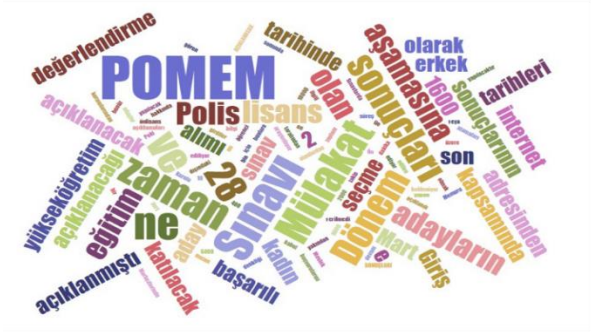
POMEM mülakat sonuçlarının ne zaman açıklanacağı hakkında henüz bir bilgi verilmedi. Sınavlarda başarılı olarak Polis Meslek Eğitim Merkezlerinde eğitim gören ve eğitim sonunda başarılı olan adayların Polis Memuru olarak atamaları yapılacaktır.

2 Mart tarihinde 28. Dönem POMEM Giriş Sınavı kapsamında, aday değerlendirme ve seçme sınavı Mülakat Sınavı aşamasına katılacak olan adayların sınav tarihleri, e www.pa.edu.tr internet adresinden açıklanmıştı.

Kaynak: www.hurriyet.com.tr (Erişim Tarihi: 2022)

Hürriyet gazetesinin, çalışma için seçilen 9 Haziran tarihli haberin metin yapısı incelendiğinde, ATA AÖF haberlerinde olduğu gibi kelime tekrarları göze çarpmaktadır. Haberin dilini bozan bu tekrarlar, metnin kendi içerisinde bütünlük oluşturmaya engel olurken, haber ve anlatı arasındaki bağı da koparmaktadır. Haberin anlatısının sorunlu kılan bu kelime tekrarları, metni haber olmaktan çıkararak kelime yığınlarına dönüştürmektedir. Haberin yapısını bozan kelime tekrarlarına ilişkin Resim 20'de, Hürriyet gazetesinin POMEM haberinin kelime bulutu çıkarılmıştır. Kelime bulutunda, sık tekrar edilen kelimeler, büyük karakterle görselleştirilirken; sıklık derecesi az olan kelimeler ise daha küçük karakterle gösterilmektedir.

Resim 20: POMEM haberleri kelime bulutu



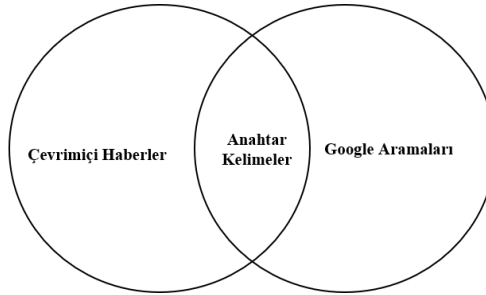
hurriyet.com.tr



Aramada kullanılan anahtar kelimeler

Her iki bulut kümesine bakıldığında, Resim 20'deki "hurriyet.com.tr" bulutunun, "aramada kullanılan kelimeler" bulutunu büyük oranda kapsadığı görülmektedir. Burada dikkat çeken husus, başlıkların Google'daki kullanıcı aramalarda kullandığı anahtar kelimelerden oluşmasıdır. SEO haberleri ve Google aramaları birlikte incelendiğinde, haber başlıklarının her iki evrenin kesişme noktasını oluşturduğu görülmektedir.

Şekil 1: SEO haber başlıkları kümesi



Çevrimiçi haber üretim sürecinde dikkat çeken bir diğer husus ise yukarıda da belirtildiği gibi haberlerin arama hacimleri başlamadan yayınlanmasıdır. ATA AÖF haberlerindeki benzer yapı POMEM haberlerinde de bulunmaktadır. Çevrimiçi haber kuruluşları, arama hacimleri başlamadan hazırladıkları bu haberlerle, pozisyon almaktadır. Google Trendler'de arama hacimlerin başlamasıyla birlikte, ilgili SEO haberleri, daha üst sıralara çıkmakta bu da yayıncı kuruluşlar için önemli bir trafik yaratmaktadır. POEM sınav sonuçları açıklanmadan haber üreten; Hürriyet, Milliyet, CNN Türk, Habertürk ve Aspor siteleri sonuçların açıklanmasının ardından da takip edilmiş ve Google Haberler sıralamasında ilk 5'te yer aldıkları görülmüştür (Resim 21).

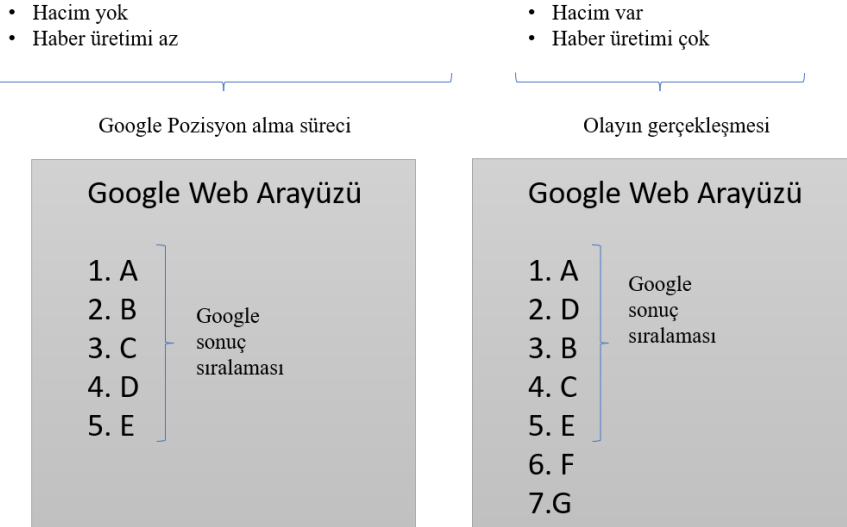
Resim 21: POMEM haberleri Google serp sonucu



Kaynak: Google Haberber (Erişim Tarihi: 10.06.2022)

Çalışma kapsamında incelenen haberlere ilişkin, takip edilen haber üretim sürecinin işleyişi Şekil 2'deki gibidir. Yapılan çalışmada, arama hacimleri başlamadan haber hazırlayan yayıncılarının³, Google'da pozisyon aldıkları, aramaların yoğunlaşmaya başladığı ilk 1 saatte ise pozisyonlarını az bir farkla korudukları gözlemlenmiştir.

Şekil 2: Google pozisyon alma modeli



Tüm bu süreç değerlendirildiğinde, arama hacimleri oluşmadan hazırlanan SEO içeriklerinin, yayıncı kuruluşlarının Google sıralamalarını doğrudan etkilediği görülmektedir. Gerçek Zamanlı Arama Trendleri'nin bu noktada, özellikle Google Haberler sıralamasında etkili olduğu tespit

³ SEO'dan trafik elde etmek isteyen yayıncılar, Google'da pozisyon alma sürecinde birden fazla içerik hazırlayabilmektedir. Çalışmadaki sıralama, pozisyon alma sürecindeki hazırlanan içerikleri değil web sitelerini teslim etmektedir.

edilmiştir. Özetle, çevrimiçi haber kuruluşları, olay gerçekleşmeden hazırladıkları SEO haberleriyle, Google'da pozisyon alarak, içeriklerinin tıklama olasılıklarını artırdıkları görülmüştür.

Sonuç ve Değerlendirme

Google Trendler, internet kullanıcılarının davranışlarına ilişkin sunduğu kanıtlar nedeniyle, özellikle gündem belirleme araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu doğrultudaki çalışmaların büyük bölümü, arama endeksleriyle kamu gündeminin uyumlu olup olmadığı sorusuna odaklanmaktadır. Bu konudaki bazı çalışmalar, internet aramalarının medya gündemiyle eşleştiğine vurgu yaparak, Google Trend verilerinin gündem belirleme araştırmaları için uygun bir araç olduğunu savunmaktadır. Yürütülen çalışma bu düşünceyi doğrular niteliktedir. Çalışmada, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi'nin akademik takvimi ile arama endeksleri karşılaştırıldığında, gündemlerin uyumlu olduğu, bunun bir sonucu olarak da Google Trendler'in üniversite öğrencilerinin gündemini yansıttığı görülmüştür.

Bu sonuç gazetecilik için önemlidir zira medyanın kamunun gündemi yansıtma gibi bir zorunluluğu vardır. Lakin bu hususta, Google Trendler'in sınırlılıklarından kaynaklı birtakım endişeler oluşmaktadır. Bunlardan ilki, Google Trend veri grafiğinde, trendleri yansıttığı belirtilen 1'den 100'e kadar olan oranlardır. Bu oranların sayısal değerleri yansıtmaması, araştırmacıların arama hacimlerine ulaşmak için başka yöntemlere başvurmasına neden olmaktadır. Bir diğer husus ise aramaları ivmelendiren nedenlerin, tam olarak bilinmemesidir. Örneğin medyada fazlaca işlenen bir konu, internette de yoğun biçimde aranabilmektedir. Bu noktada, bu aramalar kamunun gerçek gündemi midir yoksa medyanın mı bilinmemektedir. Google Trend verilerine ilişkin bir diğer itiraz da verilerin istenildiğinde manipüle edilebileceği yönündeki iddialarıdır. Google, bu manipüle iddialarını kabul etmekle birlikte, trend verilerinin iyileştirilmesi için bu tür girişimlerin fark edildiği andan itibaren filtrelediğini belirtmektedir.

Tüm bu olumsuzluklara rağmen, Google Trendler; milyarlarca arama sorgusuna dayalı olması, herkesin ulaşabileceği ücretsiz bir kaynak olması ve filtrelenebilmesi nedeniyle, başta akademisyenler olmak üzere, kullanıcı eğilimlerini merak eden herkes için önemli bir veri kaynağı olma özelliğini korumaktadır. Bu bağlamda, Google Trend verilerinin daha güvenli biçimde kullanılabilmesi için ortak bir kılavuza ihtiyaç vardır. Örneğin Google Trendlerin, sağlık araştırmalarında olduğu gibi açık verilerin, halk sağlığı için umut vaat ettiği ve mevcut verileri tamamlayıp genişletebileceği kabul edilmektedir (Brownstein, Freifeld & Madoff, 2009; Nuti, Wayda, Ranasinghe, Wang, Dreyer, Chen & Murugiah 2014). Bu umut, kimi araştırmacılara göre de oldukça iyimser bir beklenti olarak ifade edilmektedir. Nedeni ise araştırmacıların Google Trend verilerinin güvenilirliği konusundaki endişeleridir (Cervellin, G., Comelli, I., & Lippi, G. 2017). Google Trend verilerine ilişkin belirtilen endişelerin giderilmesi için Google'ın, Google Trendler konusunda daha şeffaf ve daha hassas veriler sunma zorunluluğu bulunmaktadır.

Çevrimiçi haber kuruluşları, açık veri kaynakları, sosyal medya ve diğer çevrimiçi haber kaynaklarından beslenmektedir (Aydoğan, 2012: 23). Bu kaynakların başında çevrimiçi trend listeleri gelmektedir. SEO editörleri, büyük kitlelerin kolektif bakış açılarını yansıtmaları nedeniyle bu çevrimiçi trendleri takip ederek, ilgi gören konularda içerik üretmektedir (Işık ve Koz, 2020:1277). Çevrimiçi trend listelerinin en üst sırasında yer alan Google Trendler, SEO editörleri için kullanıcı eğilimlerini takip ettikleri başucu kaynağı niteliğindedir. Bunun nedeni Google Trendlerin gazetecilere internet gündemiyle ilgili diğer tüm web araçlarına göre çok yönlü veri seti sağlamasıdır. Gazeteciler, Google Trend verileriyle daha önce gündemlerinde olmayan veya belirli bir coğrafi bölgenin gündeminde olan haber konularını, fark edebilmektedir. Diğer taraftan, Google Trendler arama motoru optimizasyonu için de önemli bir kaynak niteliğindedir. Gündeme dair konuların anahtar kelime analizlerini önceden yapabilen çevrimiçi haber üreticileri, konu zirve yapmadan, konuyla ilgili içerik üretmekte ve bu sayede önemli bir trafik elde edebilmektedirler (Boyd, 2017).

Google Trend arama eğilimlerinin haber üretim sürecine yönelik etkileri konusunda çalışmada elde edilen sonuçlar aşağıda özetlenmiştir:

- Google Trend verileri, üniversite ve polis meslek adayları gibi küçük kamuların gündemini yansıttığı görülmüştür. Google Trendler, araştırmanın sınırlılığı içerisindeki kamunun gündemini yansıtması nedeniyle, internet gazetecileri için önemli bir haber kaynağı niteliğindedir.
- Çevrimiçi haber kuruluşları, Google Trend API'leri sayesinde, kamu gündemine ilişkin haber konularını ilk andan itibaren yakalayabilmektedir. Gazeteciler, Google Trend API'leri sayesinde anahtar kelime analizi de yapabilmektedir.
- Google Trend Olan Arama verilerinin, çevrimiçi haber üreticileri için kamu gündemine dair önemli ipuçları sunduğu görülmüştür. Editörler, API'ler veya Google Trendlerin web uygulaması sayesinde, bu grafiklerdeki yükselişleri ya da dönemsel artışları fark ettiği andan itibaren okuyucu eğilimlerini dikkate alarak ürettikleri SEO haberleriyle, Google'da pozisyon alabilmektedirler.
- Google'da pozisyon almak için üretilen bu haberlerin, Google Haberler algoritmasını etkilediği tespit edilmiştir. Bu tür haber yapan çevrimiçi haber kuruluşları, ilgili anahtar kelimelerde daha üst sıralarda yer alarak, haber içeriklerinin tıklanma olasılıklarını artırmaktadır.
- Bu sürecin çıktıları olan SEO temelli haberlerin, metin yapılarına bakıldığında; kelime tekrarlarının haberin dilini bozduğu, haber ve anlatı arasındaki bağı kopardığı ve metni haber olmaktan çıkararak kelime yığınlarına dönüştürdüğü görülmüştür.

Tüm bunlar düşünüldüğünde, Google Trendler'in çevrimiçi haber üretim süreçlerinde etkili olduğu görülmüştür. İçerisinde birtakım olumsuzluklarında bulunduğu bu tespit, durumun tersine dönebilmesi için çevrimiçi haber kuruluşlarının SEO'ya olan bakış açılarını güncellemeleri gerekmektedir. Daha fazla kullanıcı, daha fazla "tık almak", daha fazla gelir anlamını taşıdıça, internet haber siteleri farklı finansman ve gelir modelleri yaratamadıkça durumun tersine dönmesi mümkün gözükmemektedir. Gazeteciliği temel çıktısı "haber", ekonomik açıdan değersizleştikçe, habercilik adına yaratılan içerikler "kelime yığınları" olmaktan öteye gidemeyecektir.

Kaynakça

- Ata, B. (2019). Google trends verileri ile kripto para ilişkisi: Bitcoin örneği (Yüksek Lisans Tezi) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.
- Aydoğan, A. (2012). İletişim araştırmalarında internet gazeteciliği: bağlamsal çalışmaların eksikliği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 35, 19-41. Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423903279.pdf>
- Barlas, M. (2005). Yurttaş gazeteciler, bloggerler ve habercilik. https://www.sabah.com.tr/yazarlar/barlas/2005/07/10/yurttas_gazeteciler_bloggerler_ve_habercilik erişildi. (Erişim Tarihi:09.05.2021)
- Boyd, C. (2017). How to use Google Trends for SE. <https://medium.com/swlh/how-to-use-google-trends-for-seo-3af55117eb0b> erişildi. (Erişim Tarih: 02.05.2021)
- Brodeur, A., Clark, A. E., Fleche, S. & Powdthavee, N. (2021). COVID-19, lockdowns and well-being: Evidence from Google Trends. *Journal of public economics*, 193, 104346. doi: 10.1016/j.jpubeco.2020.104346
- Brownstein, J. S., Freifeld, C. C., & Madoff, L. C. (2009). Digital disease detection—harnessing the Web for public health surveillance. *The New England journal of medicine*, 360(21), 2153. doi: 10.1056/NEJMp0900702
- Carneiro, HA ve Mylonakis, E. (2009). Google trends: a web-based tool for real-time surveillance of disease outbreaks. *Clinical infectious diseases*, 49(10), 1557-1564. doi: 10.1086/630200 doi: 10.1086/630200

- Carrière-Swallow, Y., & Labbé, F. (2013). Nowcasting with Google Trends in an emerging market. *Journal of Forecasting*, 32(4), 289-298. doi: 10.1002/for.1252
- Cervellin, G., Comelli, I., & Lippi, G. (2017). Is Google Trends a reliable tool for digital epidemiology? Insights from different clinical settings. *Journal of epidemiology and global health*, 7(3), 185-189. doi: 10.1016/j.jegh.2017.06.001
- Cheah, E. T., & Fry, J. (2015). Speculative bubbles in Bitcoin markets? An empirical investigation into the fundamental value of Bitcoin. *Economics letters*, 130, 32-36. doi: 10.1016/j.econlet.2015.02.029
- Choi, H., & Varian, H. (2012). Predicting the present with Google Trends. *Economic record*, 88, 2-9. doi: 10.1111/j.1475-4932.2012.00809
- Çakaröz, K. M. ve Civek, F. (2021). Google Trends' de online yemek sipariş sitelerine yönelik tüketici ilgisi: Yemeksepeti ve Getir yemek örneği. *Studies on Social Science Insights* Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 74-91 doi:10.53035/SOSSCI.14
- Google (2022a). Google Trendler Ana Sayfası. https://support.google.com/trends/answer/6248105?hl=tr&ref_topic=6248052 erişildi. (Erişim Tarihi: 08.04.2022)
- Google (2022b). Google Trendler: Arama sonuçlarınızı geliştirin. <https://newsinitiative.withgoogle.com/tr-tr/resources/lessons/google-trends-improving-search-results> erişildi. (Erişim Tarihi: 22.03.2022).
- Google Trendler (2022). Google Trend 1-10 Haziran arası taramaları. <https://trends.google.com.tr/trends/?geo=TR>
- Hand, C., & Judge, G. (2012). Searching for the picture: forecasting UK cinema admissions using Google Trends data. *Applied Economics Letters*, 19(11), 1051-1055. doi: 10.1080/13504851.2011.613744
- Hürriyet (2022). POMEM sonuçları ne zaman açıklanacak, açıklandı mı? 28. dönem POMEM mülakat sonuçları bekleniyor. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/pomem-sonuclari-ne-zaman-aciklanacak-28-donem-pomem-mulakat-sonuclari-icin-heyecanli-bekleyis-42079703> erişildi (Erişim Tarihi: 11.04.2022)
- Işık, U. ve Koz, K. A. (2020). Türkiye'de internet gazeteciliği: Meslek profesyonellerinin gözünden gazetecilik ortamı. *Selçuk İletişim*. 13(3). ss.1264-1295. doi: 10.18094/JOSC.774664
- Khan, M. N. A., & Mahmood, A. (2018). A distinctive approach to obtain higher page rank through search engine optimization. *Sādhanā*. 43(3). pp.1-12. doi: 10.1007/s112046-018-0812-3
- Kocabıyık, T., Teker, T. ve Aksoy, E. (2020). Google Trends 'Dolar'Aramaları ile Dolar Kuru Arasındaki İlişkinin Keşfi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 258-271. doi: 10.21733/ibad.655025
- Kupfer, A., & Pühr, H. (2022). The Russian View on the War in Ukraine: Insights from Google Trends. Available at SSRN 4063194. Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4063194
- Mellon, J. (2014). Internet search data and issue salience: The properties of Google Trends as a measure of issue salience. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, 24(1), 45-72. doi: 10.1080/17457289.2013.846346
- Müeyesseroglu, E. (2019a). Google Trends'de Seçim Atmosferi Nasıl? <https://ertugrulmuyesseroglu.com/google-trends-secim-atmosferi-nasil> erişildi. (Erişim Tarihi:18.05.2021)

- Nuti, S. V., Wayda, B., Ranasinghe, I., Wang, S., Dreyer, R. P., Chen, S. I. & Murugiah, K. (2014). The use of google trends in health care research: a systematic review. *PloS one*, 9(10), e109583. doi: 10.1371/journal.pone.0109583
- Özel, E. K. ve Deniz, Ş. (2018). "Google Gazeteciliği" mi "Empati Editörlüğü" mü? Gazetecilikte SEO Editörlüğü ve Dönüşen Gazetecilik Pratikleri Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim*, (30), 164-190. Erişim adresi: <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TXpFeU9UTXdNQTO9>
- Page, D. (2016). Stop Using Google Trends. <https://medium.com/@dannypage/stop-using-google-trends-a5014dd32588> erişildi. (Erişim Tarihi:19.05.2021)
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*, Çeviren: Müge Demir ve Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi
- Prabhu, T.N. (2020). Google Trends API for Python. <https://towardsdatascience.com/google-trends-api-for-python-a84bc25db88f> erişildi. (Erişim Tarihi:19.05.2022).
- Rogers, S. (2016). What is Google Trends data — and what does it mean? <https://medium.com/google-news-lab/what-is-google-trends-data-and-what-does-it-mean-b48f07342ee8> erişildi. (Erişim Tarihi: 18.05.2021)
- Seifter, A., Schwarzwald, A., Geis, K., & Aucott, J. (2010). The utility of "Google Trends" for epidemiological research: Lyme disease as an example. *Geospatial health*, 4(2), 135-137. Doi 10.4081/gh.2010.195
- Silva, E. S., Hassani, H., Madsen, D. Ø., & Gee, L. (2019). Googling fashion: forecasting fashion consumer behaviour using google trends. *Social Sciences*, 8 (4), 111. doi: 10.3390/socsci8040111
- Stocking, G. & Matsa, K. E. (2017). Using Google Trends data for research? Here are 6 questions to ask. <https://medium.com/@pewresearch/using-google-trends-data-for-research-here-are-6-questions-to-ask-a7097f5fb526> erişildi. (Erişim Tarihi: 15.05.2022)
- Trevisan, F., Hoskins, A., Oates, S., & Mahlouly, D. (2018). The Google voter: Search engines and elections in the new media ecology. *Information, Communication & Society*, 21(1), 111-128. doi: 10.1080/1369118X.2016.1261171
- Vural, N. E. ve Sütçü, C. S. (2019). Çevrimiçi gazetelerde ziyaretçi trafiği ve ziyaretçi süresini arttırmaya yönelik metotlar. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (11), 19-34. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/747520> erişildi. (Erişim Tarihi:25.05.2022)
- Yıldırım, Ç. (2020). Google Trends "Bitcoin" aramaları ile Bitcoin/USD fiyatları arasındaki ilişkinin analizi: ARDL sınır testi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 15(2), 99-113. <https://dergipark.org.tr/en/pub/beyder/issue/58428/763912> erişildi. (Erişim Tarihi:05.05.2022)

EXTENDED ABSTRACT

1.Introduction

Google Trends is a free web-based application that can track user trends. Internet-based data is much more advantageous than survey data in terms of cost, usability and frequency. These advantages have led the media and researchers to use search data to learn about public trends. Essentially this trend is user data providing systematic evidence of public trends (Mellon, 2014).

Studies that claim that Google Trends provides evidence of the public agenda are exciting, at least for agenda research. It's also important for journalists because the media must reflect the public agenda. Online news producers follow the public agenda from internet trends apart from traditional methods. At the top of the list is Google Trends.

2. Method

The literature indicates that Google Trend datasets can be used in many fields today. While this point is tempting for researchers, many areas remain in the dark about the potential uses and limitations of Google Trends. Moreover, a specific scientific standard hasn't yet been established for the use of Google Trends in research. (Cervellin, Comelli & Lippi, 2017).

Despite the aforementioned downsides, the datasets Google Trends provides are a source of motivation for many professionals. The reason for this motivation is the opportunity to follow the search trends of billions of internet users instantly. This makes Google Trends more powerful and unique than other resources. Additionally, Google Trend datasets carry important clues about both the present and future. (Choi & Varian, 2012).

Google Trend data is closely followed in two areas. The first one is studies in the economic field. Market analyzes are made with Google Trend data and used in all stages of brand management processes. In the field of economics, another point of focus on Google Trends is related to financial instruments (Seifter, Schwarzwald, Geis & Aucott, 2010; Cheah & Fry, 2015). For example, in studies examining the relationship between cryptocurrency, currency fluctuations and Google searches, it's noted that there's a relationship between both financial instruments and Google Trend data, and there's bidirectional causality between the variables (Çakaröz and Civelek, 2021; Kocabiyyık, Teker and Aksoy, 2020; Ata, 2019; Yıldırım, 2020).

Google Trends offers important opportunities for online news organizations to both follow the agenda and learn about reader trends (Özel and Deniz, 2018: 166). This opportunity also keeps the longing and desire for "good journalism". News sites wanting to get a share of search traffic to follow Google Trends instantly and aim to increase visitor traffic by producing news on the most sought-after topics (Vural and Sütçü, 2019: 25). This request has dragged the journalists into a whirlpool that they couldn't get out of over time. While the digital environment changed the ecology of journalism in this way, it also transformed the storytelling of journalism (Pavlik, 2013:11). The dynamo of the specified transformation is the user data. Footprints of internet users, especially Google Trends, are followed, and news sites are filled with agendas and content that takes into account search trends.

The study focuses on this change in the news production process, which is thought to be caused by user trends. Internet journalists follow the specified user trends with some web-based applications. At the beginning of these services is Google Trends, a product of Google. In the examination, it was seen that the datasets of Google Trends are quite diverse and that these datasets can be used in many areas. Limitations made by choosing the "Trend Searches" category of Google Trends because it reflects the current agenda.

3. Findings, Discussion and Results

The purpose of this descriptive study is to reveal the effects of Google Trends on the news production process. Accordingly, "ATA AÖF" and "POMEM" topics with high search volume were selected in Google Trend Searches between June 1-10. The selected topics were simultaneously scanned in both "Trending Searches" and "Google News service" categories and their rankings were followed. The "word clouds" of the news detected thereby the scans were also removed. The effects of search data on the news production process tried to be determined by using the web services "jasandavies.com" and "netlytic.org" for word cloud extraction.

The results on the effects of Google Trend search trends on the news production process are summarized below:

- Google Trend data has been shown to reflect the agenda of small publics such as university and police job candidates. Google Trends is an important news source for internet journalists, as it reflects the public's agenda within the limitations of the research.
- Online news organizations can catch news topics related to the public agenda from the very first moment, thanks to Google Trend APIs. Journalists can also perform keyword analysis with Google Trend APIs.

- Google Trending Search data has been shown to provide important public agenda clues for online news producers. With the help of APIs or the web application of Google Trends, editors can take positions in Google with the SEO news they produce, taking into account reader trends, as soon as they notice the rises or periodic increases in these charts.

- It has been determined that these news, which are produced to take a position in Google, affects the Google News algorithm. Online news organizations that make such news increase the probability of their news content being clicked by ranking higher in the relevant keywords.

- When the text structures of SEO-based news, which are the outputs of this process, are examined, it's seen that word repetitions distort the language of the news, break the bond between the news and the narrative, and transform the text into word stacks by removing it from being news.

It has been seen that Google Trends is effective in online news production processes. In this determination, online news organizations need to update their perspectives on SEO to reverse the situation. As more users, more "clicks" mean more income, the situation is unlikely to reverse unless internet news sites can create different financing and revenue models. As the basic output of journalism "news" becomes economically worthless, the contents created for journalism won't go beyond being "word heaps".



Analyzing the Documentary Film “Home Game” by Netflix

Tolkun BEKTURGAN KIZI¹

Abstract

National games are considered to be an element of a people's history, tradition and life. It is through them that the culture of the people is revealed. There have been many films and documentaries about the national game of Kok Boru. But a documentary about Kok Boru from the world famous streaming company Netflix caught our attention. American streaming service Netflix released the first season of the documentary web series “Home Game” on June 26 in 2020. The series focuses on “a global perspective on traditional and unusual national sports, as well as the communities and cultures in which they exist”. The documentary film tells about eight national games from around the world. One of them is Kok Boru. In the article we discuss the history of Kok Boru and with the help of descriptive method of analysis we try to explore how Netflix reflected the national game Kok Boru and the Kyrgyz people to the world. We analyze in detail the sequential plot of the film and identify the role of traditional sport in the representation of Kyrgyzstan.

Keywords: Kok Boru, Netflix, traditional games, documentary film

Netflix'in “Home Game” adlı belgesel filminin analizi

Öz


Ulusal oyunlar, bir halkın tarihinin, geleneğinin ve yaşamının bir unsuru olarak kabul edilir. Onlar aracılığıyla halkın kültürü ortaya çıkar. Kök Boru'nun milli maçıyla ilgili birçok film ve belgesel çekildi. Ancak dünyaca ünlü yayın şirketi Netflix'in Kök Boru ile ilgili bir belgeseli dikkatimizi çekti. Amerikan yayın hizmeti Netflix, 26 Haziran 2020'de belgesel web dizisi "Home Game" in ilk sezonunu yayınladı. Dizi, "geleneksel ve sıra dışı ulusal sporların yanı sıra içinde buldukları topluluklar ve kültürlere küresel bir bakış açısı"na odaklanıyor. . Belgesel film, dünyanın dört bir yanından yaklaşık sekiz ulusal maçı anlatıyor. Bunlardan biri de Kök Boru. Makalede Kök Boru'nun tarihini ele alıyoruz ve Netflix'in milli oyun Kok Boru'yu ve Kırgızları dünyaya nasıl yansıttığını betimsel bir yöntem kullanarak analiz ediyoruz. Filmin sıralı olay örgüsünü ayrıntılı olarak analiz ediyoruz ve Kırgızistan'ın temsilinde geleneksel sporun rolünü tespit ediyoruz.

Anahtar Kelimeler: Kök Boru, Netflix, geleneksel oyunlar, belgesel film

Atıf İçin / Please Cite As:

Bekturgan Kızı, T. (2022). Analyzing the Documentary Film “Home Game” by Netflix. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, VII (I), p. 49-58.

¹ Kyrgyz-Turkish Manas University, 2050d07003@manas.edu.kg,

 ORCID: 0000-0002-0596-4090

Birth

An important component of culture is traditional sports, which have played an enormous, vital role in the history of people. The essential difference between traditional sports and other forms of physical culture is their competitive nature, the obligatory presence of rivalry and struggle, and the demonstration of the culture.

Living conditions required the ancient Kyrgyz to improve hunting techniques and tactics, and to prepare the younger generation for warfare. This largely explains the emergence of mobile games such as Kok Boru², salbuurun³, kurosh⁴, etc. Traditional games reflected the social structure of the ancient Kyrgyz. In the course of time, the character and life of the Kyrgyz people changed, and new forms and rules of games emerged.

The relevance of the research topic is due to the fact that national sports, which originated long ago as a specific manifestation of the culture of the Kyrgyz people, in the era of globalization has become a common, significant form of representation of the country's image. Today, an absolute majority of national games known to us are of interest to the whole world, as they distinguish the Kyrgyz people and describe their life in a different way. National games like Kok Boru and Salbuurun are justifiably perceived as an integral part of the national culture, as they are traditional games related to the national lifestyle and customs. Accordingly, another side of these games is revealed: they are an important part of the cultural heritage of the Kyrgyz and a form of ethno-cultural self-identification.

In Kyrgyzstan, the increased interest in national sport as a socio-cultural phenomenon is caused by profound changes in the sphere of civic and cultural self-identification, which are specifically manifested against the background of the powerful campaign for the World Nomad Games. These factors reinforce the social significance of the sports discourse and increase the relevance of studies of national games in the context of globalization from the perspective of theoretical and historical cultural studies. The preparation, staging and coverage of the World Nomad Games create a sense of unity of the Turkic cultural space and continuity of the common civilizational path of development, which, in turn, strengthens the confidence in the legitimacy of unification of different cultural and historical types (civilizations). Sport competitions are perceived not only as one of the manifestations of national identity, but also as a key factor contributing to the symbolic unification of the nation. This perception is enhanced by organized media support and, equally important, by interest from outside, i.e. from other countries. All this increases the status of national sport as a phenomenon of global significance and confirms the relevance of cultural studies.

It is certainly possible to argue that documentary film has never had a very precise definition. It remains common today to revert to some version of John Grierson's definition of documentary, first proposed in the 1930s, as the "creative treatment of actuality" (Grierson, 1926, p. 76). "Documentary films speak about actual situations or events and honor known facts; they do not introduce new, unverifiable ones. They speak directly about the historical world rather than allegorically (Nichols, 2010, p. 7).

The documentary filmmaking is radically different in some respects from fiction filmmaking. Firstly, the plots of feature films are mostly fictional, and even if the plot is "based on real events", the filmmakers still reserve the right to freely interpret the facts. However, the nature of documentary filmmaking is closer to journalism and is therefore obliged to convey an authentic image of specific facts and events. "The documentary tradition is such that the most important task of the film is to create a sense of verisimilitude" (Nichols, 2010, p. 13). And this means that documentaries, as far as possible, eschew 'manipulation' (emotional/intellectual/political) so as not to border on propaganda, whereas feature films even need to use precisely the medium of manipulation. Secondly, the purpose of feature films (but this must be said with caution) is to entertain the audience, namely in the Aristotelian 'cathartic' sense. (Merriam-Webster, 1995, p. 217)

² Traditional Kyrgyz Horseback Competition

³ Complex hunting games of the Kyrgyz people with hunting birds and dogs

⁴ Traditional Kyrgyz wrestling

Undoubtedly, documentaries can also "entertain". But their main purpose is rather to educate/inform/educate the viewer, as in journalism, on a particular topic. Naturally, documentary filmmakers may have different objectives. Naturally, documentary filmmakers may have different objectives. Some aim to be as objective as possible, while others treat themselves as 'activists' whose aim is to inspire action in their viewers.

There are many approaches of analyzing a film involving content, its aesthetics and technicalities as well. Film is a complex art form and film analysis is not complete without detailing its mise-en-scène, cinematography, sound, and editing etc. Understanding a documentary film requires not only a comprehension of its overall themes, techniques, and ideology, but how each element contributes to the whole. To start analyzing the documentary, it is worth learning about Netflix and the Home Game in general.

Netflix is an American entertainment company, a streaming service for films and TV series. Founded on August 29, 1997 by Reed Hastings and Mark Randolph. It is headquartered in Los Gatos, California.

Since 2013, Netflix has produced its own films and series, including animated ones, as well as TV programmes. In 2016, the company produced 126 original series and films - more than any other network or cable channel.

Netflix's main goal is to bring entertainment content to the world. Regardless of their preferences or where they live, viewers have access to series, feature films and documentaries. Viewers choose what to watch and when to watch it, with no ads and a regular subscription. The streaming service is available in more than 30 languages in 190 countries.

People can watch Netflix on their smartphone, tablet, Smart TV, laptop or set-top box for a flat monthly fee. The cost of the plans ranges from € 7.99 to € 11.99 per month.

So many of best documentaries on Netflix are now Netflix Originals. While the selection of documentaries available on Netflix isn't what it used to be, the streaming giant has still provided groundbreaking and important documentaries a much broader audience, be it semi-obscure essentials like *Casting Jon Benet*, *The Queen and Shirkers*, festival finds like *Crip Camp* and *Mucho Mucho Amor*, or Oscar-nominated originals like *Strong Island* and *The Edge of Democracy* (Staff, 2021).

Home Game series consists of 8 episodes. The first series is dedicated to the traditional sport of Florence, Italy, which dates back about 500 years. The name of the game is "Calcio Storico". The second series of the Scottish Mountain Games combines a cultural celebration with a challenging athletic test of strength, including a unique keiber toss. The third series is about freediving. For many people in the Philippines, freediving without oxygen is a way of life. It is also a challenging sport that forces the human body to push its limits. Fourth Series Roller Derby. In Austin, Texas, skaters find an inclusive and supportive community in roller derby, a competition that combines high speed and physical struggle. Series five focuses on kok boru, In Kyrgyzstan, players throw themselves into the national sport of kok boru, a rough polo-like game played on horseback - with a dead goat as the ball. The sixth series is called "Catch Fétchie. Professional wrestling in the Republic of Congo combines athleticism and spectacle, but adds a layer of voodoo mysticism that makes it unlike anything else. The seventh series, "Makepung Lampit," is Unique to the Jembrana region of Bali and contributes its share of drag racing. The vehicle is a water buffalo and the trail is a flooded rice field. The eighth series is called "Pehlwani. Athletes have been competing in pehlwani wrestling in India for centuries. Now women compete in an arena that was once reserved for men.

Netflix made a film about the Kyrgyz national game - Kok Boru. Trailer called Home Game is published on the company's website. The world-known streaming service has prepared a documentary show about unique and dangerous traditional sports of different countries, including goat dragging game (KazInform, 2020).

Runtime - 36 minutes

Color - Color

Sound mix - Dolby Digital

Genres – Documentary Sport

Certificate - TV-14

Directed by - Austin Reza

Kok Boru, a traditional horse game, is a synthesis of traditional practices, performances and the game itself. It is a traditional game played by two teams on horseback, where players try to manoeuvre with a goat's carcass (replaced with a mould in modern-day games), or 'ulak', and score by putting it into the opponents' goal, unesco.org reports. This equestrian game is very popular in the region due to its spectacularity and toughness.

"There are eight different sports to choose from here and Netflix have gone all-out to try and include as much variation as possible. The episode on Freediving is particularly fascinating, as is the aforementioned Highland Games but to be honest there's enough variety here to find something to enjoy regardless of your interest in some of the more bizarre and unique offerings on display" (Wheeler, 2020).

This sociocultural documentary series focuses on unique and dangerous traditional sports from around the world, and the communities and cultures in which they thrive. In Kyrgyzstan, players are immersed in the national sport of Kok Boru, a rugged polo-like game of horseback riding with a goat carcass instead of a ball. The series focuses on "a global perspective on traditional and unusual national sports," as well as the communities and cultures in which they exist.

The sixth 31-minute episode of the season is dedicated to the Kyrgyz national game Kok Boru. Filming took place in August 2019, at the Cup of the President of Kyrgyzstan. Negotiations with the American service were led by the State Agency for Youth Affairs, Physical Culture and Sports.

Considering the importance of this TV show for the promotion and popularization of the national sport of Kok Boru, the State Agency for Youth, Physical Culture and Sports provided assistance in filming in the territory of the Kyrgyz Republic.

Former head of the press service of the State Agency for Youth, Physical Culture and Sports Nurdin Sultambaev in his interview to Limon.KG says that negotiations began six months before the start of filming (Limon.kg, 2020).

"The film crew chose the participants for the film, we helped to select together with the Directorate for National Sports, with our specialists from the State Agency for Youth, Physical Education and Sports. Plus federations, clubs helped us, we chose the strongest. The players were considered individually, before that we had several trips, we conducted blitz polls among the players, left certain people who told about the game," Sultambaev said. He noted that in the film the Kok Boru game is presented not as a Central Asian game, but as a Kyrgyz game. According to him, you can see a real game in it, as there were practically no staging moments.

The filming was also attended by professional players Manas Niyazov and Seyitbek Anarbek uulu, who spoke about the game in the Kyrgyz language.

"We selected good translators and drivers for the film crew and helped with logistics on the territory of Kyrgyzstan. The most important thing is the result, I am proud of my country, which we will continue to promote and help to make films of a global scale" shared Nurdin Sultambaev.

Director Stanislav Solovkin also provided assistance and support in organizing the filming. In his interview to the Argumenty i Fakty (ArgumentyFakty, 2020) edition, he said that the idea of filming found a response from the country's sports leadership. According to him, in the process of filming, the task was set to move the venue of the tournament from Bishkek to Cholpon-Ata, "because Issyk-Kul is a symbol of Kyrgyzstan no less than Kok Boru."

"And for television, visual symbols are important. We found a response from all officials who came across this project, but moving the event to another part of the country was not an easy task, primarily for its organizers. And everyone is happy and glad that it happened!" - the director shared (Baimuratova, 2020).

In his opinion, this project is a great success both for Netflix and for everyone who believes that Kok Boru is an important part of the Kyrgyz national heritage. He noted that the project will increase interest in the country, since television has always played a big role in this process, especially if it is some little-known exotic sport.

"Netflix is the coolest and most successful TV production platform, it's an American business, and Americans don't invest in things that won't be interesting. And by agreeing to this project, they knew that the project would be successful," Solovkin said.

He also noted that Kyrgyzstan is one of his favorite countries, where he has always been “comfortable to work, live and be friends.” (Baimuratova, 2020)

The interest of such a world-renowned channel in the Kyrgyz traditional game proves that the culture, traditions and life of ancient nomads attracts the whole world. According to our observations, not only have documentaries about the culture of a certain nation become of interest to viewers around the world, but also feature films and animations are being made to expose unfamiliar cultures, in animated films such as *The Secret of Koko*, *Moana* and *Encanto*, etc.

Trough periods of sovereignty foreign control, and every point in between, over centuries, Kyrgyzstan has undergone enormous transformation. But Kok Boru has always endured. Kok Boru dates back at least 5000 years. And like many things in Kyrgyz culture, the sport’s origins are tied to cattle and horses.

Kok Boru is an ancient, popular equestrian sport game among the Kyrgyz and other people of Asia. In the common people the game is called “ulak tartysh” (pulling a goat or goat-picking). “Kok boru” is a symbiosis of racing and games. The riders fight for the goat's carcass - it is necessary not only to take possession of it, but also to keep it, and then throw it into the “taykazan” (gate) of the opposing team. The game is also widespread in Kazakhstan, regions of Russia (Altai, Bashkortostan, etc.), Uzbekistan, Tajikistan, Afghanistan, Pakistan, China, Turkey, Mongolia. Kok Boru in translation means “gray wolf”. A long time ago there was a widespread form of hunting for wolves, when a group of riders on horseback chased a wolf, overtook it and killed it with blows of clubs on the head.

This ancient way of hunting a wolf is also interesting because after one of the riders caught up and killed the wolf, he put his carcass across the saddle, and the other riders tried to take this carcass from him. Thus, moving towards their village, they played Kok Boru.

According to the rules of Kok Boru, 12 riders and 12 horses participate in one team, but at the same time only four players from each team enter the game. Playing time is three periods of twenty minutes. The goal of the game is to capture the goat carcass and throw it into the opponent's “tai kazan” as many times as possible.

The national game of Kok Boru is included in the list of intangible cultural heritage of UNESCO only on behalf of Kyrgyzstan. The decision was made at the 12th session of the Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage on the South Korean island of Jeju. This information was published on the official website of UNESCO, and a video about the game of Kok Boru was uploaded. Recall that the attempt to register the blue wolf in UNESCO began in 2014. Attempts were unsuccessful and the documents were returned for amendments (Cunusov, 2017, p. 24).

Method

Descriptive analysis is the presentation of the obtained data to the reader in an organized and interpreted manner (Yıldırım and Shimşek, 2008, p. 224). It consists of summarizing and interpreting the data under the predetermined general framework and themes related to this framework (Altunışık, 2010, p. 322). In this study, an attempt was made to analyze how the Netflix platform focuses on national games, namely the presentation of the Kyrgyz national game Kok Boru. In descriptive analysis, video transcripts, document texts and observation notes are used as direct quotations to understand and present the data related to the problem under superordinate themes, categories and sub-themes.

1. Findings

1.1. *The controlling idea of film*

In the paper, we used a descriptive method and tried to analyze the representation of the Kyrgyz in a documentary filmed by Netflix. On a visual level, there is one “controlling idea” that is already expressed in the beginning and evolves over the course of the film. In this film, the director touches upon several crucial themes including cultural, social, psychological and philosophical: the importance of preserving national games, informing others about Kyrgyz people, dangers of

games, portrayal of Kyrgyz ulakchy⁵ and showing cultural and national identity of Kyrgyz people. All these themes together constitute the director's guiding idea (in this regard one may say "main intention").

In one suggestion, we might define the guiding idea of the film as follows: "The director wants to prove that in this era of globalization, national sports are of interest to the world because they reflect the life, culture and history of the nation.

This idea is already expressed at the beginning of the film. The film begins with a Kyrgyz song, a Kyrgyz girl standing on a mountain telling Manas. The film begins with the words (00:48) "This is Kyrgyzstan. These are the descendants of ancient warriors. And this is Kok Boru."

1.2. The director's approach to the subject

Having gathered all the information on the subject, each filmmaker inevitably faces his first basic task: how to approach his story? This, however, is less about structure, since the latter, rather, determines the framing of the lines of thought. The approach is in general about the positioning of the director, or in other words, about what he/she wants to say with his/her film:

-Whose opinions/views does the director take into account?

-What aspects of the subject does the film focus on, what aspects does it neglect, and what aspects does it even omit?

-What audience does the film appeal to?

-How is the film intended to "influence"?

In the documentary Home Game, the first interviewee is Melis Murataliev, a Kyrgyz scientist. He reveals that the Kyrgyz are an ancient nation in Asia and describes the nature of the country. Tabyldy Asygaliev, a sportcaster, continues next. In his speech, he talks about Kok Boru and how this national game is important to the Kyrgyz people.

Austin Reza's approach is very different from that of directors who are interested in the national games. Analyzing the director's approach, it is certain that the film, following the tradition of American films, is meant to create an atmosphere of competition through Kok Boru and get the audience cheering for one team.

1.3. Film structure

Every piece of art needs structure, and it doesn't matter how long it is (even a mere five-minute film can be boring and incomprehensible if the structure is not right). In the case of full-length films, of course, good structure is even more important. If the rhythm is flawed, if it's not smooth or too slow, if it contains meaningless repetitions, or at worst, if it's simplistic, viewers will immediately notice it. They will "feel" clearly that something is wrong. Structure, as elsewhere (when we write stories, for example), ensures the logical development of a narrative. Figuratively speaking, the director takes the audience by the hand and leads them along the way. During this "journey", as it were, we encounter at every stage something new, unexpected and enlarging our accumulated knowledge. The impression of this wholeness is, to a certain extent, the merit of a carefully designed structure.

How the filmmaker shapes his story is entirely up to him. The three-act structure (Trottier, 1998, pp. 5-7) is commonly used in feature films, and an overwhelming number of feature films work according to this scheme. The first act is the introduction of the main character/problem, the second act is problem-solving: the protagonist struggles with the problem and, as you can often see, cannot cope and seems ready to give up, while the third act is problem-solving. These three acts have almost the same duration, i.e. each part is one third, though usually the second act lasts a bit longer than the rest. There are quite a few films in documentary cinema which use that structure.

Back to Home Game, the first phase, the familiarization phase can be seen at the beginning of the film. Next is the story of the annual President's Cup competition, where both teams will be competing. During the competition the director shows both teams fighting for the cup (00:17), by the 23rd minute it looks like the teams will play to a draw, but the climax heats up with every minute. In the denouement, one team is defeated and the viewer empathizes with the characters.

⁵ Kok boru participant

1.4. Stylistic devices

Stylistic device is the typical structures used by writers in their works to convey his or her message(s) in a simple manner to his or her readers. When employed properly, the different stylistic devices help readers to appreciate, interpret and analyze a work. Stylistic devices are greatly important in making films to reflect, to convey social, cultural message, to entertain or even to fulfill need for artistic and spiritual consumption.

Along with the literary elements such as plot, setting, characterization, structure, and theme, which make up the text or screenplay, there are many different film techniques used to tell the story or narrative. Attention is paid to sound, music, lighting, camera angles, and editing.

Although film stylistics does not seem to matter at all (indeed, there are some films which give even more weight to the subject than the content, and this is often true), all the above questions seem to us to be more important.

- mounting
- music
- archive material
- sound
- special effects
- animation
- reconstructions
- interview style
- narrative concept (through narrator, talking heads etc.)

The directors of documentaries are excited by images and sounds from reality, and they always place a higher value on them than anything they can invent using a fictional screenplay. Their way of expressing themselves is based on selecting and arranging what they find, and the decisions they take become the discourse that they broadcast to the world, which is always framed within their individual subjectivity. Every choice by the documentary filmmaker becomes the expression of a particular point of view, conscious or unconscious, recognized or unrecognized.

1.5. Plot of the documentary film

The plot of the film is about the traditional game of Kok Boru. It features interviews with the players and experts on the history of Kok Boru and the game itself. According to the story, two teams, Yntymak and Dostuk are preparing for the President's Cup. Interviews with team captains are presented 5 days before the President's Cup. This is the director's approach that heats things up and makes it interesting to watch until the end to see which team will win in the end. The seventh minute describes the rules of the game using animated pictures. The transitions are beautifully worked out, the interviewer and the narrator's text are linked, while the scenes are also tied into a smoothly flowing plot. From the 14th minute onwards, the competition begins. Traditional Kyrgyz games such as "jamby atmay⁶" and "tyiyn enmei⁷" can be seen. As they approach the climax, feelings heat up and the Dostuk team wins in the end. After the defeat, it tells how the winners and losers feel. In order for the viewer to fully feel the heat of passion, the cameraman also creates a complete picture from different angles.

The film is made up of archive footage and animated videos. A gripping description of a traditional game in Netflix style is revealed to the viewer. The archive footage is nicely complemented by commentary from interviewees with players and experts. They reveal more fully the essence of the game, the spirit of the Kyrgyz people and the attitude towards the game.

The exposition - a voiceover briefly talks about the history of the game, the rules and the participants in the Presidency Cup. The balance of the narrator's text and the interviewees is maintained.

The suspense - the two teams' preparation for the President's Cup is demonstrated in sequence, accompanied by explanations by the narrator and the participants.

⁶ Fermented in various shapes and weights, the silver used in ancient times instead of money was called jamby. At feasts, hunters were tested by hanging their hips on high ground. Jamby is shot with a bow.

⁷ One of the equestrian games. The participant must take a visible coin on the ground while riding.

The action develops - the contest begins, with both teams inspiring belief in victory. The game takes place at the racetrack and with every point scored, the climax approaches.

The climax is when Team Dostuk wins against Team Yntymak. The whole tribune shouts.

The denouement - begins where the players share their emotions. The winning team is rewarded, while the losing team is painfully aware of the loss. Team captain Dostuk Manas says that he cried more than once after the defeat, and team captain Yntymak Seyitbek says that words cannot describe his feelings. *Kok Boru* is truly a very entertaining, sometimes violent, but very interesting game. In the final minutes the director portrays the indescribably beautiful nature of Kyrgyzstan.

Conclusion

Games are a deep-rooted and important phenomenon that has continued its development since the existence of human beings until today. Traditional games, which are an integral part of society and culture and constitute an important part of oral culture, are not just entertainment or leisure activities. People transfer their feelings and what they want to realize to each other through games.

Therefore, people's understanding of traditional games, the number of people, the shape of the games, the necessary tools and equipment and the game environments are also undergoing a rapid change process. This process leads to the gradual oblivion of traditional games. For this reason, it is necessary to protect the games that are passed down from generation to generation. Through the games that will be passed on to other generations, oral traditions and a part of the intangible heritage will be preserved in this way.

Traditional or folk games are an important universal cultural patrimony, rooted in the historical fate of individual ethnic groups and humanity as a whole.

Screening *Kok Boru* to the world gave us an opportunity to present our country, nature, people and culture. The documentary film *Home Game* filmed by Netflix is a good publicity stunt, as many tourists will want to visit a country with fearless people, an interesting culture and incredibly beautiful nature. There is a great deal of interest in the screening of a traditional game by representatives of another nation. The professionalism of the filmmakers reveals the national game from a different perspective.

Traditional sports, which formed the basis of the lifestyle of ancient peoples and left a vivid mark on the pages of history, were closely linked to their culture and national values. In times of war, almost all aspects of life of the Turkic people, especially their games, were adapted to teach the younger generation national values, along with military tactics. Over time the games, which formed the core of the national culture, took place only in the form of entertainment. However, at the same time, traditional games absorbed features of national values, including the history, culture and worldview of the nation.

Tradition, by the way, is not a phenomenon that is formed in a year or a century, but in the depths of this abyss, the copied treasures of the memory of the people, covering centuries and epochs. Therefore, the preservation, development and enrichment of the core of the original nature, despite the change of the new age, was a concern for future generations.

In analyzing the *Home Game*, we tried to convey the message that today the traditional side of a culture is much more interesting than everything that flows with globalization. The importance of the symbiosis between digitalization and the preservation of identity was emphasized in the article. The Netflix platform is a means of digital diplomacy, where viewers watch a film in the source language, thereby learning the language, learning about the culture and film industry of different countries, and creating an image of an entire nation. It is important for Kyrgyzstan to make itself known in such platforms, first to attract tourists and to create a positive impression. Viewers learned about Kyrgyz people, immersed themselves in their lives and were able to see the beautiful nature of Kyrgyzstan.

References:

Argumenty i Fakty. (2020, 06 26). *Аргументы и Факты*. Retrieved from Американский Netflix начинает показ фильма про кыргызский кок бору:

- https://aif.kg/sport/persona/amerikanskiy_netflix_nachinaet_pokaz_filma_pro_kyrgyzskiy_kok-boru
- Euna, J. (2021, November 23). *UNDP Kyrgyz Republic*. Retrieved from Facebook.com: <https://www.facebook.com/undpkg/posts/4489062014523006/>
- Grierson, J. (1926). *Unsigned review of 'Moanna'*. New York: Jacobs Print.
- KazInform. (2020, 06 16). *Netflix makes movie about Kyrgyz national game kok boru*. Retrieved from Kaz Inform: https://lenta.inform.kz/kz/netflix-makes-movie-about-kyrgyz-national-game-kok-boru_a3662311
- Limon.kg. (2020, 06 30). *Limon.kg*. Retrieved from Как кок бору попал в проект от Netflix, рассказали участники съемок: <https://limon.kg/news:72769>
- Merriam-Webster. (1995). *Encyclopedia of Literature*. Massachusetts: Merriam-Webster.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to Documentary*. Bloomington: Indiana University Press.
- Staff, P. M. (2021, November 5). <https://www.pastemagazine.com/>. Retrieved from The 40 Best Documentaries on Netflix Right Now: <https://www.pastemagazine.com/movies/netflix/best-documentaries-movies-on-netflix/>
- Trottier, D. (1998). *The Screenwriter's Bible*. Los Angeles: Silman-James.
- Wheeler, G. (2020, 06 26). *Home Game – Netflix Season 1 Review*. Retrieved from The Review Geek: <https://www.thereviewgeek.com/homegame-s1review/>
- Yıldırım A., Şimşek H. (2011). *Qualitative Research Methods in Social Sciences*. Ankara: Seçkin Publishing.
- Баймуратова, К. (2020, 07 03). *Клоон*. Retrieved from Netflix выпустил документальный фильм про кок-бору: <https://kloop.kg/blog/2020/07/03/netflix-vypustil-dokumentalnyj-film-pro-kok-boru/>
- Жунусов, А. (2017, 12 08). КӨК БӨРҮ ЮНЕСКОнун ТИЗМЕСИНДЕ. *Эркин Тоо*, p. 24.

GENİŞ ÖZET

Amerikan yayın hizmeti Netflix, 26 Haziran 2020'de belgesel web dizisi *Home Game*'in ilk sezonunu yayınladı. Dizi, "geleneksel ve sıra dışı ulusal sporlara küresel bir bakış açısı" ve içinde buldukları topluluklar ve kültürlerle odaklanıyor. Sezonun altıncı 31 dakikalık bölümü Kırgızistan milli oyunu Kök Böru oyununa adanmıştır. Çekimler Ağustos 2019'da Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Kupası'nda gerçekleşti. Amerikan servisiyle müzakereler Devlet Gençlik İşleri, Fiziksel Kültür ve Spor Dairesi tarafından yürütüldü.

Kök Böru, at üstünde oynanan iki takımın bir keçi leşi için savaştığı geleneksel bir oyundur. Kupayı sadece ele geçirip saklamak değil, aynı zamanda karşı takımın *tay kazanına* (kapısına) atmak da önemlidir. Eski zamanlarda keçi leşi yerine canlı kurt kullanıldığı için "Kök Böru" (gri kurt) adı verilmiştir. Kök-boru, Kırgız ulusal mirasının önemli bir parçasıdır. Oyun ayrıca Kazakistan, Rusya bölgeleri (Altay, Başkurdistan, vb.), Özbekistan, Tacikistan, Afganistan, Pakistan, Çin, Türkiye, Moğolistan'da da yaygın.

Belgesel Kök Böru'nun tarihi ve oyunun kendisi hakkında oyuncular ve uzmanlarla yapılan röportajlara yer veriyor. Hikayeye göre Intimak ve Dostuk adlı iki takım Cumhurbaşkanlığı Kupası'na hazırlanıyor. Takım kaptanları ile yapılan röportajlar, Cumhurbaşkanlığı Kupası'ndan 5 gün önce sunulmaktadır. Bu, yönetmenin ortalığı ısıtan ve sonunda hangi takımın kazanacağını görmek için sonuna kadar izlemeyi ilginç kılan yaklaşımı. Yedinci dakika, animasyonlu resimler kullanarak oyunun kurallarını açıklar. Geçişler güzel bir şekilde işlenmiş, görüşmeci ve anlatıcının metni birbirine bağlıyken, sahneler de akıcı bir olay örgüsüne bağlanmış. 14. dakikadan itibaren müsabaka başlıyor. *Cambı atmay* ve *tıyın enmey* gibi geleneksel Kırgız oyunları gösteriliyor. Zirveye yaklaştıkça duygular ısınır ve sonunda Dostuk takımı kazanır. Yenilginin ardından kazanan ve kaybedenlerin neler hissettiğini anlatır. İzleyicinin tutkunun sıcaklığını tam olarak hissetmesi için kameraman da farklı açılardan tam bir resim oluşturur.

Film, arşiv görüntüleri ve animasyon videolarından oluşuyor. İzleyiciye Netflix tarzında geleneksel bir oyunun sürükleyici bir açıklaması gösterilir. Arşiv görüntüleri, oyuncular ve uzmanlarla görüşülen kişilerin yorumlarıyla güzel bir şekilde tamamlanıyor. Oyunun özünü, Kırgız halkının ruhunu ve oyuna karşı tutumunu daha tam olarak ortaya koyuyorlar.

Kültürün önemli bir bileşeni, insanların tarihinde muazzam, hayati bir rol oynamış olan geleneksel sporlardır. Geleneksel sporlar ile diğer fiziksel kültür biçimleri arasındaki temel fark, onların rekabetçi doğası, mücadelenin zorunlu varlığı ve kültürün gösterilmesidir.

Yaşam koşulları, eski Kırgızların avcılık tekniklerini ve taktiklerini geliştirmesini ve genç nesli savaşa hazırlamasını gerektiriyordu. Bu da *Kök Böru*, *salbuurun*, *kuröş* vb. milli oyunların ortaya çıkışını büyük ölçüde açıklıyor. Geleneksel oyunlar, eski Kırgızların sosyal yapısını yansıtıyordu. Zamanla Kırgız halkının karakteri ve yaşamı değişmiş, yeni oyun biçimleri ve kuralları ortaya çıkmıştır.

Araştırma konusunun önemi, uzun zaman önce Kırgız halkının kültürünün belirli bir tezahürü olarak ortaya çıkan ulusal sporların, küreselleşme çağında, ülke imajının yaygın ve önemli bir temsil biçimi haline gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bugün bildiğimiz milli oyunların mutlak çoğunluğu Kırgızların hayatını, kültürünü ve değerlerini anlatması nedeniyle tüm dünyanın ilgisini çekmektedir. Kök Boru ve Salbuurun gibi milli oyunlar, milli yaşayış ve âdetlerle ilgili geleneksel oyunlar oldukları için haklı olarak milli kültürün ayrılmaz bir parçası olarak algılanmaktadır. Buna göre, bu oyunların bir başka yüzü daha ortaya çıkıyor: Kırgızların kültürel mirasının önemli bir parçası ve bir etno-kültürel kendini tanımlama biçimi.

Kırgızistan'da, sosyo-kültürel bir fenomen olarak ulusal spora artan ilgi, özellikle Dünya Göçebe Oyunları için güçlü kampanyanın arka planına karşı kendini gösteren, sivil ve kültürel kendini tanımlama alanındaki derin değişikliklerden kaynaklanmaktadır. Bu faktörler ulusal oyunlarla ilgili çalışmaların küreselleşme bağlamında teorik ve tarihsel kültürel çalışmalar açısından önemini artırmaktadır. Dünya Göçebe Oyunlarının hazırlanması, sahnelenmesi ve kapsanması, Türk kültür alanının birlik duygusu ve ortak medeniyet gelişim yolunun sürekliliğini yaratır, bu da farklı kültürel ve tarihi türlerin birleşmesinin meşruiyetine olan güveni güçlendirir. Spor müsabakaları sadece ulusal kimliğin tezahürlerinden biri olarak değil, aynı zamanda ulusun sembolik bütünleşmesine katkıda bulunan kilit bir faktör olarak algılanmaktadır. Bu algı, organize medya desteğiyle ve aynı derecede önemli olarak dışarıdan, yani diğer ülkelerden gelen ilgiyle güçlendirilir. Bütün bunlar, ulusal sporun küresel öneme sahip bir fenomen olarak statüsünü arttırmakta ve kültürel çalışmaların uygunluğunu teyit etmektedir.

Halkların yaşam tarzının temelini oluşturan ve tarihin sayfalarında canlı izler bırakan geleneksel sporlar, kültürleri ve ulusal değerleriyle yakından bağlantılıydı. Savaş zamanlarında, Türk halkının hayatının hemen her yönü, özellikle oyunları, askeri taktiklerle birlikte genç nesillere milli değerleri öğretmek için uyarlandı. Milli kültürün çekirdeğini oluşturan oyunlar zamanla sadece eğlence biçiminde yer almıştır. Ancak aynı zamanda geleneksel oyunlar, ulusun tarihi, kültürü ve dünya görüşü dahil olmak üzere ulusal değerlerin özelliklerini özümsemiştir.

Bu arada gelenek, bir yılda veya bir yüzyılda oluşan bir olgu değil, bu uçurumun derinliklerinde, yüzyıllar ve çağları kapsayan, insanların hafızasının kopyalanmış hazineleridir. Bu nedenle, yeni çağın değişmesine rağmen orijinal doğanın özünün korunması, geliştirilmesi ve zenginleştirilmesi gelecek nesiller için bir endişe kaynağı olmuştur.

Netflix en ünlü ve başarılı TV prodüksiyon platformudur. Kök Böru geleneksel sporunun tanıtımı ve yaygınlaştırılması için çekilen *Home Games* belgeseli Kırgızistan'a ilgiyi artırdı.



İlkokul Öğrencilerinin Okula Yönelik Metaforik Algıları¹

Züleyha Ertan Kantos² ve Asiye Toker Gökçe³

Öz

Bu çalışmanın amacı, ilkokul öğrencilerinin okula, okul yönetimine, öğretmenlere ve okul çalışanlarına ilişkin görüşlerini, ürettikleri metaforlar aracılığıyla ortaya koymaktır. Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseniyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Ankara'da bir ilkokulun dördüncü sınıfında okuyan 100 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcıların 48'i kız, 57'si erkek öğrencidir. Verinin analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre okul; öğrenciler tarafından arkadaşlığın sevgi ve saygının olduğu bir yer olarak kabul edilmiştir. Okul yöneticileri, okulda disiplin ve otorite kaynağı olarak görülmüştür. Öğrenciler, öğretmenlerini daha çok sevgi ve eğitim- öğretimle ilgili metaforlarla ilişkilendirmişlerdir. Okul çalışanları ile ilgili metaforik algıları olumlu bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre ilkokul öğrencilerinin; okula, okul yöneticilerine, öğretmenlerine ve okul çalışanlarına ilişkin algıları olumlu çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öğrenci, öğretmen, metafor, okulyöneticisi, okul

Metaphorical perceptions of primary school students about school context

Abstract

The aim of this study is to reveal the opinions of primary school students about school context including school administrators, teachers and school employees through the metaphors they produced. The study group of the research which was carried out in phenomenology is 100 students in the 4th grade of a primary school in Ankara in the academic year of 2016-2017. 48 of the participants were female and 57 were male. Content analysis was used in the analysis of the obtained data. According to the findings; the school was accepted by students as a place in which friendship, love and respect. School administrators were seen as a source of discipline and authority in the school. The students mostly associated their teachers with metaphors about love and education. Metaphoric perceptions of school workers were found to be positive. According to the results of the research, primary school students' perceptions about school, school administrators, teachers and school workers were positive.

Keywords: Student, teacher, metaphor, school administrators, school

Atıf İçin / Please Cite As:

Ertan Kantos, Z. ve Toker Gökçe, A. (2022). İlkokul öğrencilerinin okula yönelik metaforik algıları. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, VII (1), 59-81.

¹ Bu çalışma 12. Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, zulisertan@gmail.com.

ORCID: 0000-0002-3372-4967

³ Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, asi.gokce@kocaeli.edu.tr.

ORCID: 0000-0003-1909-1822

Giriş

Okul, bireyler kadar toplumu da etkileyen önemli bir örgüttür. Okulun görevi bireyin; sosyal, ekonomik ve politik değerlerini geliştirerek topluma uyumunu sağlamaktır. Bu uyum sürecinin zorunlu ilk basamağı ilkokuldur. Bireyin ilkokulla ilgili algıları diğer eğitim basamaklarını da etkileyebilir. Bu bağlamda ilkokul öğrencilerinin okulla, okul yöneticileriyle, öğretmenleri ve okul çalışanlarıyla ilgili algılarının belirlenmesi önem taşımaktadır. İlkokuldan sonra gelen eğitim basamağına öğrencinin devamını sağlamak, yani eğitimde sürekliliği sağlamak elde edilecek verilerin iyi yorumlanıp ilkokuldan sonraki eğitim kademelerinin şekillendirilmesine kaynak teşkil edebilecektir.

Bu çalışma, ilkokul öğrencilerinin okula yönelik metaforik algılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Metaforlar; örgütü, örgütün kültürünü metaforların diliyle anlamamıza yardım eder (Ertan-Kantos,2011). Metaforlar, şemalar gibi minyatür modellere benzemektedir. Bu özellik metaforları güçlü yapmaktadır. Metaforlar, düşüncelerin düzenlenmesini, yapılan ve işlenen konularla ilgili ileri adım atılmasını engelleyen gözle görülemeyen unsurların haritalarının yaratılmasına yardım ederler. Yönetimde yaratıcılık için metaforlar gereklidir (Hurst, 2000). Metaforlar örgütü açıklamaya çalışırken, özelliklerin bilinen bağlamdan bilinmeyenlere transferine yardımcı olmaktadır. Metaforlar bu transfer ile karmaşıklığı ve soyutu yeni görüş açısından görmeye olanak sağlamaktadır (Balcı, 1993). Aslında metaforlar sembolik birer biçim ve gerçeğin alternatif kavramlarla ifadesidirler. Bu anlatımda canlandırma özgürdür. Metaforlar, bir fikri, bir düşüncüyü, bir eylemi, bir sözcük veya deyimle herhangi bir duruma veya objeye benzeterek ifade etme biçimidir (Erdem ve Şatır, 2000). Nietzsche' ye (1968, Akt: Bates, 2001) göre metafor oluşturmaya dönük yönelim, kategorileştirme, sınıflandırma ve ilişki kurma süreçleriyle ilişkilidir. İfade ve etkileme gücü, gücü elde etmek için kullanılmaktadır. Yani metaforlar olgulara spesifik bir bakış açısı sağlamaktadır (Martinez, Sauleda&Huber, 2001). Morgan (1991) metaforları dünyayı anlamamıza ve kavrayışımıza yarayan bir düşünme ve görme biçimi olarak ifade eder. Balcı'ya göre (1999) metaforik düşünme iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bir olgu durum ya da kavramın açıklanması istenen özne, İkinci bölümde ise terimler aracılığıyla kullanılan metaforlar da araştırılır.

Bireylerin algılarını anlamada metaforlardan, birçok alanda olduğu gibi eğitimde de yararlanılmaktadır. Alanyazına bakıldığında, özellikle eğitimin mihenk taşı konumunda olan okullara yönelik metafor çalışmalarına sıkça rastlanmaktadır. Türkiye'de de okula yönelik birçok metafor çalışmasına rastlanmaktadır. Örneğin, Inbar (1996), öğretmen ve öğrencilerin kendilerine, okula ve okul müdürlerine yönelik algılarını metafor çalışması ile sorgulamıştır. Söz konusu çalışmada, öğrencilerin okulu fabrikaya, bahçeye, aileye, organizmaya, takıma, arı kovanına, hayvanat bahçesine benzettiği belirlenmiştir. Yıldırım ve Uğur (2011) ortaöğretim öğrencilerinin müdür algılarını metaforlar aracılığı ile araştırmıştır. Bu çalışmada, öğrencilerin müdürleri yasakçı, para toplayan, kuralcı, otoriter, yaşlı, ayırmacı olarak algıladıkları belirlenmiştir. Söz konusu araştırmacılar, ayrıca ideal okul yöneticisinin, öğrenciler tarafından anlayışlı, para toplamayan, hoşgörülü, tecrübeli ve bilgili olarak tanımlandığını da ortaya koymuşlardır. Özdemir de (2012) ortaöğretim öğrencilerinin metaforik algılarını sorguladığı çalışmasında öğrencilerin okul algılarının, gelir ve cinsiyet durumuna göre farklılaştığını belirlemiştir. Söz konusu araştırmacı, sınıf düzeyi arttıkça olumlu okul algısının azaldığını, ailenin gelir düzeyi arttıkça da olumlu okul algısının azaldığını ortaya koymuştur. Balcı (1999) araştırmasında öğrencilerin okulu otoriter, disiplinli, kaotik bir yer olarak algıladıklarını belirtmiştir. Toker-Gökçe ve Bülbül (2014) okulun insan kaynağını oluşturan unsurlarla ilgili yaptıkları metafor araştırmalarında öğrencilerin büyük çoğunluğunun okul yöneticilerini otoriter ve bürokratik olarak algıladıklarını belirtmişlerdir. Saban (2008) ilkokul öğrencilerinin okulu sevgi ve dayanışma, bilgi kazanılan, bir yer olarak belirttikleri bulgusuna ulaşmıştır. Aydoğdu (2008) okul ile ilgili araştırmasında 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin okulu bilgi veren, koruyan ve güven veren, bir yer olarak belirttikleri bulgusuna ulaşmıştır. Bülbül ve Toker-Gökçe (2015), öğrencilerin okulu hapisane, bilgi veren, geliştiren yer, arkadaşlık ve dayanışma ortamı olarak gördüğü belirlenmiştir. Ural, Aydemir, Gökçe ve Kavak'ın (2016) da ortaokul 8. sınıfta okuyan öğrencilerinin öğrenci olmaya yönelik metaforik algılarını araştırdığı çalışmada, öğrencilerin öğrenci olmayı çaba, gayret, gelişme ve büyüme, bir hedefi başarmak, değişkenlik ve zorlanma olarak algıladıklarını ortaya çıkarmıştır. Aktepe, Uzunöz, Sarıçam, (2020) ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde çalışkanlık değerine yönelik metafor algıları ile ilgili yaptıkları çalışmada 5.sınıf öğrencilerinin daha çok somut kavramları, 8.sınıfların ise daha çok soyut kavramları metafor olarak

kullandıkları bulunmuştur. Uzunöz, Aktepe, Özağaçhanlı, (2020) sosyal bilgiler öğretmen adaylarının tasarruf değerine ilişkin metaforik algıları üzerine çalışmışlardır. Toy, Uzunöz, Aktepe, Meydan (2020) sosyal bilgiler öğretmen adaylarının özgürlük değerine ilişkin metafor algılarının incelenmesi ile ilgili yaptıkları araştırmada ise en fazla metafor üretilen temalar sırasıyla; sınırsızlık, sınırlılık ve yaşam kaynağı olarak belirlenmiştir. Sınırsızlık temasında kuş, gökyüzü ve güvercin; sınırlılık temasında uçurtma ve kafes; yaşam kaynağı temasında ise, su en sık kullanılan metaforlar olmuştur. Örneklerde de görüldüğü gibi çeşitli eğitim kademelerinde öğrenci algılarını anlamada metaforlardan yararlanılmaktadır. Okul, bireyler kadar toplumu da etkileyen önemli bir örgüttür. Okulun görevi bireyin; sosyal, ekonomik ve politik değerlerini geliştirerek topluma uyumunu sağlamaktır. Bu uyum sürecinin zorunlu ilk basamağı ilkokuldur. Bireyin ilkokulla ilgili algıları diğer eğitim basamaklarını da etkileyebilir. Bu bağlamda ilkokul öğrencilerinin okulla, okul yöneticileriyle, öğretmenleri ve okul çalışanlarıyla ilgili algılarının belirlenmesi önem taşımaktadır. İlkokuldan sonra gelen eğitim basamağına öğrencinin devamını sağlamak, yani eğitimde sürekliliği sağlamak elde edilecek verilerin iyi yorumlanıp ilkokuldan sonraki eğitim kademelerinin şekillendirilmesine kaynak teşkil edebilecektir.

Bu çalışma, ilkokul öğrencilerinin okula yönelik metaforik algılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Metaforlar; örgütü, örgütün kültürünü metaforların diliyle anlamamıza yardım eder (Ertan-Kantos,2011). Metaforlar, şemalar gibi minyatür modellere benzemektedir. Bu özellik metaforları güçlü yapmaktadır. Metaforlar, düşüncelerin düzenlenmesini, yapılan ve işlenen konularla ilgili ileri adım atılmasını engelleyen gözle görülemeyen unsurların haritalarının yaratılmasına yardım ederler. Yönetimde yaratıcılık için metaforlar gereklidir (Hurst, 2000). Metaforlar örgütü açıklamaya çalışırken, özelliklerin bilinen bağlamdan bilinmeyenlere transferine yardımcı olmaktadır. Metaforlar bu transfer ile karmaşıklığı ve soyutu yeni görüş açısından görmeye olanak sağlamaktadır (Balcı, 1993). Aslında metaforlar sembolik birer biçim ve gerçeğin alternatif kavramlarla ifadesidirler. Bu anlatımda canlandırma özgürdür. Metaforlar, bir fikri, bir düşüncüyü, bir eylemi, bir sözcük veya deyimle herhangi bir duruma veya objeye benzeterek ifade etme biçimidir (Erdem ve Şatır, 2000). Nietzsche' ye (1968, Akt: Bates, 2001) göre metafor oluşturmaya dönük yönelim, kategorileştirme, sınıflandırma ve ilişki kurma süreçleriyle ilişkilidir. İfade ve etkileme gücü, gücü elde etmek için kullanılmaktadır. Yani metaforlar olgulara spesifik bir bakış açısı sağlamaktadır (Martinez, Saulede&Huber, 2001). Morgan (1991) metaforları dünyayı anlamamıza ve kavrayışımıza yarayan bir düşünme ve görme biçimi olarak ifade eder. Balcı'ya göre (1999) metaforik düşünme iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bir olgu durum ya da kavramın açıklanması istenen özne, İkinci bölümde ise terimler aracılığıyla kullanılan metaforlar da araştırılır.

Bireylerin algılarını anlamada metaforlardan, birçok alanda olduğu gibi eğitimde de yararlanılmaktadır. Alanyazına bakıldığında, özellikle eğitimin mihenk taşı konumunda olan okullara yönelik metafor çalışmalarına sıkça rastlanmaktadır. Türkiye'de de okula yönelik birçok metafor çalışmasına rastlanmaktadır. Örneğin, Inbar (1996), öğretmen ve öğrencilerin kendilerine, okula ve okul müdürlerine yönelik algılarını metafor çalışması ile sorgulamıştır. Söz konusu çalışmada, öğrencilerin okulu fabrikaya, bahçeye, aileye, organizmaya, takıma, arı kovanına, hayvanat bahçesine benzettiği belirlenmiştir. Yıldırım ve Uğur (2011) ortaöğretim öğrencilerinin müdür algılarını metaforlar aracılığı ile araştırmış. Bu çalışmada, öğrencilerin müdürleri yasakçı, para toplayan, kuralcı, otoriter, yaşlı, ayırmacı olarak algıladıkları belirlenmiştir. Söz konusu araştırmacılar, ayrıca ideal okul yöneticisinin, öğrenciler tarafından anlayışlı, para toplamayan, hoşgörülü, tecrübeli ve bilgili olarak tanımlandığını da ortaya koymuşlardır. Özdemir de (2012) ortaöğretim öğrencilerinin metaforik algılarını sorguladığı çalışmasında öğrencilerin okul algılarının, gelir ve cinsiyet durumuna göre farklılaştığını belirlemiştir. Söz konusu araştırmacı, sınıf düzeyi arttıkça olumlu okul algısının azaldığını, ailenin gelir düzeyi arttıkça da olumlu okul algısının azaldığını ortaya koymuştur. Balcı (1999) araştırmasında öğrencilerin okulu otoriter, disiplinli, kaotik bir yer olarak algıladıklarını belirtmiştir. Toker-Gökçe ve Bülbül (2014) okulun insan kaynağını oluşturan unsurlarla ilgili yaptıkları metafor araştırmalarında öğrencilerin büyük çoğunluğunun okul yöneticilerini otoriter ve bürokratik olarak algıladıklarını belirtmişlerdir. Saban (2008) ilkokul öğrencilerinin okulu sevgi ve dayanışma, bilgi kazanılan, bir yer olarak belirttikleri bulgusuna ulaşmıştır. Aydoğdu (2008) okul ile ilgili araştırmasında 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin okulu bilgi veren, koruyan ve güven veren, bir yer olarak belirttikleri bulgusuna ulaşmıştır. Bülbül ve Toker-Gökçe (2015), öğrencilerin okulu hapisane, bilgi veren, geliştiren yer, arkadaşlık ve dayanışma ortamı olarak gördüğü belirlenmiştir. Ural, Aydemir, Gökçe ve Kavak'ın (2016) da ortaokul 8. sınıfta okuyan

öğrencilerinin öğrenci olmaya yönelik metaforik algılarını araştırdığı çalışmada, öğrencilerin öğrenci olmayı çaba, gayret, gelişme ve büyüme, bir hedefi başarmak, değişkenlik ve zorlanma olarak algıladıklarını ortaya çıkarmıştır. Aktepe, Uzunöz, Sarıçam, (2020) ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde çalışkanlık değerine yönelik metafor algıları ile ilgili yaptıkları çalışmada 5.sınıf öğrencilerinin daha çok somut kavramları, 8.sınıfların ise daha çok soyut kavramları metafor olarak kullandıkları bulunmuştur. Uzunöz, Aktepe, Özağaçhanlı, (2020) sosyal bilgiler öğretmen adaylarının tasarruf değerine ilişkin metaforik algıları üzerine çalışmışlardır. Toy, Uzunöz, Aktepe, Meydan (2020) sosyal bilgiler öğretmen adaylarının özgürlük değerine ilişkin metafor algılarının incelenmesi ile ilgili yaptıkları araştırmada ise en fazla metafor üretilen temalar sırasıyla; sınırsızlık, sınırlılık ve yaşam kaynağı olarak belirlenmiştir. Sınırsızlık temasında kuş, gökyüzü ve güvercin; sınırlılık temasında uçurtma ve kafes; yaşam kaynağı temasında ise, su en sık kullanılan metaforlar olmuştur. Örneklerde de görüldüğü gibi çeşitli eğitim kademelerinde öğrenci algılarını anlamada metaforlardan yararlanılmaktadır.

Amaç

Bu çalışmanın amacı, ilkokul öğrencilerinin okul bağlamına yönelik metaforik algılarını ortaya koymaktır. Araştırmanın alt problemleri aşağıdaki gibidir:

1. İlkokul öğrencilerinin okula yönelik metaforik algısı nasıldır?
2. İlkokul öğrencilerinin okul yöneticilerine yönelik metaforik algısı nasıldır?
3. İlkokul öğrencilerinin öğretmenlere yönelik metaforik algısı nasıldır?
4. İlkokul öğrencilerinin okul çalışanlarına yönelik metaforik algısı nasıldır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli/ Deseni

İlkokul öğrencilerinin okullarına yönelik algılarını metaforlar aracılığıyla ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden olgu bilim deseninde gerçekleştirilmiştir. Yıldırım ve Şimşek'e (2006) göre olgu bilim, bize tamamıyla yabancı olmayan fakat tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırma için uygundur. Nitel araştırma tekniğinin doğal ortama uyum sağlaması, algıların açıklanmasının sağlanması ve araştırma desenin katı olmaması, araştırma yapan kişinin katılımcı rolünün olması ayrıca, tümevarımsal bir analize sahip olması önemli özelliklerindedir.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 eğitim öğretim yılında Ankara'da bulunan bir ilkokulun dördüncü sınıfında okumakta olan 100 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcıların 48'i kız, 52'si erkek öğrencidir.

Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında oluşturulan soru formu eğitim bilimler alanından üç uzman ve iki ilkokul öğretmeninden görüş alınarak oluşturulmuştur. Öğrencilere araştırmacılar tarafından hazırlanmış olan soru formu verilerek, bu soru formlarını bir ders saati içinde doldurmaları istenmiştir. Soru formunda öğrencilere, okula, okul yöneticisine, öğretmenlere ve okuldaki diğer çalışanlara yönelik sorular (örneğin, Okulunuzun nelere benzetirsiniz, neden?, Okulunuzda sevdiğiniz şeyler nelerdir?, Okul müdürünüzü nelere benzetirsiniz, neden? gibi). Böylece katılımcıların okula, okul yöneticisine, öğretmenlere ve okuldaki diğer çalışanlara yönelik görüşleri ile bu görüşlerinin gerekçeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Öğrencilerden bu sorulara yazılı olarak cevap vermeleri istenmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırma için elde edilen veriler, metafor analizi Saban(2008) ve içerik analizi ile analiz edilmiştir. Bu süreçte elde edilen veri kodlanarak, frekans değerleri elde edilmiştir. Öğrencilerin geliştirdikleri metaforlar ve okul ile ilgili düşünceleri üç bölümde analiz edilmiştir. Birinci

bölümde öğrencilerin geliştirdikleri metaforlar Saban (2008) analiz edilmiştir. Birinci bölümün analiz işleminin basamakları şunlardır:

1. Metaforların verilen sorulara göre ayrıştırılması: Bu işlem için 10 ayrı form alınarak öğrencilerin her bir soruya verdikleri cevaplar ve metaforlar ayrı ayrı işlenmiştir. Oluşturulan metaforların hepsi bu formlara işlenmiştir. Katılımcıların hepsi 4. sınıf öğrencisi olduğu için metaforun yanına “Ö” ve kişinin numarasını belirtmek içinde sayı işlenmiştir. 105 Öğrenciye ulaşılmıştır. Fakat, 5 öğrenciden alınan veriler anlamsızdır. Bu nedenle 5 öğrencinin formu analiz işlemine alınmamıştır. Toplam 100 öğrenci ile çalışılmıştır.

2. Alt Problemlere göre metaforların sınıflandırması yapılmıştır: 10 ayrı forma yazılan metaforlar alt probleme göre gruplanmıştır.

3. Alt problemlere göre gruplanan metaforların kategorilenmesi yapılmıştır: Bu aşamada öğrencilerin ürettikleri metaforlar, okul, yönetici ve öğretmen olgularına yönelik olarak; 5 kategoriye ayrılmıştır.

4. Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması: Toplanan verilerin toplanma aşamaları, rapor ve sonuca nasıl ulaşıldığının ayrıntılı anlatılması nitel araştırmanın geçerliliğini belirler (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu çalışmada bu kısımlar özellikle ayrıntılı olarak anlatılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini de sağlamak için oluşturulan kategorilere ayrıştırılan metaforlar iki ayrı öğretim görevlisi ve iki sınıf öğretmeni tarafından da okunmuştur ve onayları alınmıştır.

5. Analiz aşaması: Toplanan verilerin frekans ve yüzdeleri bulunmuştur. Ayrıca, frekans ve yüzdeler verilerin çözümlenmesinde kullanılmıştır. Fakat, yüzde bölümü tablolara konulmamıştır. Çünkü araştırma kapsamındaki kişi sayısı 100 olduğu için frekans ve yüzde değeri aynıdır. Yıldırım ve Şimşek’e (2006) göre içerik analizinde, birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar etrafında bir araya getirilir ve bunlar anlaşılabilir şekilde organize edilerek yorumlanır. Araştırmanın ikinci bölümünde öğrencilere okul ve öğretmenler ile ilgili düşünceleri sorulmuştur. Öğrencilerin okul ve öğretmenle ilgili düşüncelerin kategorilenmesine gerek kalmamıştır. Çünkü, sevilen ve sevilmeyen yönler olarak en başta kategoriye ayrılmıştır. Bu bölümde sadece alt problemlere göre sınıflama yapılmış ve sonra frekansları alınmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise öğrencilere “okulu kitaba mı yoksa krala mı benzetirsiniz?”, “Krala benzetirseniz acımasız bir krala mı yoksa demokrat bir krala mı benzetirsiniz, neden?” sorularına verilen cevapların yüzde ve frekansları alınmıştır.

Bulgular

İlkokul Öğrencilerinin Okul ile İlgili Metaforik Algılarına İlişkin Bulgular

Metaforların ayrıştırılması ve alt problemlere göre sınıflandırılması aşamasında belirlenen ölçütlere göre araştırmanın birinci alt probleme göre 100 katılımcıya ait metafor listesi Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Okula Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar

Metafor adı	f	Metafor Adı	f
ev	40	hastane	3
kitap	5	beyin	3
organ	1	saray	3
işyeri	1	şato	2
yuva	5	akıl	2
insan	1	zihin	1
oyuncak ev	1	ülkenin beyin noktası	1
çiçek	1	dünya	2
kaplumbağa	2	bilgi yuvası	2
fabrika	1	birleşme yerine	1
gezme alanı	3	bilgi evine	2
barınak	5	dayanışma yeri	1
oyun yeri	1	öğrenim hapishanesi	1

parti evi	1	cehennem	1
geridönüşüm merkezi	1	sıkıcı bir yer	1
etüt	1	krallık	1
resim	1		
ağaç	1		
makine	1		
Toplam	73		27
			100

Tablo 1’de görüldüğü gibi 40 öğrenci okulu eve benzetmiştir. Beşer öğrenci; kitaba, yuvaya, barınağa üçer öğrenci hastane, gezme alanı, beyin ve saraya, ikişer öğrenci; şato, dünya, kaplumbağa, bilgi yuvası ve akla benzetmişlerdir. Kalan 19 öğrenci ise okulu organ, işyeri, oyuncak ev, fabrika, oyun yeri, parti evi, geri dönüşüm merkezi, etüt, resim, ağaç, makine, zihin, ülkenin beyin noktası, birleşme yeri, dayanışma yeri, öğrenim hapisanesi, cehennem, sıkıcı bir yer, krallığa benzetmişlerdir. Öğrencilerin okullarına ilişkin ürettikleri metaforlardan oluşturulmuş kavramsal kategoriler ve frekans değerleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Öğrencilerin Okul ile İlgili Geliştirdikleri Metaforların Kavramsal Kategorileri

Kavramsal Kategoriler	f	Metafor adı (n=35)
<i>Otoriter ve disiplinli bir Ortam olarak okul</i>	12	Öğrenim hapisanesi (n=1), fabrika(n=1), krallık (n=1), Makine (n=1), işyeri (n=1), organ(n=1), beyin(n=5), insan (n=1)
<i>Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul</i>	18	Bilgi yuvası(n=2), etüt (1), geri dönüşüm merkezi(n=1), ülkenin beyin noktası(n=1), zihin (n=1), akıl (n=2), dünya (n=2), kitap(n=5), ağaç (1), bilgi evi(n=2)
<i>Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul</i>	5	Sıkıcı bir yer(n=1), cehennem(n=1), Hastane (n=3)
<i>Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul</i>	11	Parti evi (n=1), oyun yeri(n=1), oyuncak ev(n=1), gezme alanı(n=1), saray (n=3), şato (n=2), resim(n=1), çiçek(n=1)
<i>Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul</i>	54	Ev (n=40), barınak(n=5), yuva(n=5), kaplumbağa(n=2), dayanışma yeri(n=1), birleşme yeri(n=1)
Toplam	100	

Tablo 2’de görüldüğü gibi öğrenciler tarafından geliştirilen 35 metafordan 5 adet kavramsal kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler “Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul”, “Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul”, “Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul”, “Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul”, “Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul” biçiminde sıralanabilir. Her bir kategoride yer alan metaforlar ve öğrencilerin ifadelerine yönelik bulgular ise aşağıdaki gibidir:

“Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Öğrenim hapisanesi (n=1), fabrika(n=1), krallık (n=1), makine (n=1), işyeri (n=1), organ(n=1), beyin(n=5), insan (n=1) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 12 öğrenci (%12) okulu “Disiplinli ve otoriter bir ortam olarak” algıladıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö47: “Organa benziyor, çünkü her kişi bir organ.”

Ö40: “Beyine benzetirim, çünkü içinde çok bilgili insan var.”

Ö9: “Okul fabrikaya benzer, çünkü çok büyük, bir şeyler üretiriz.”

Ö44: “Okul işyerine benzer, çünkü içinde çalışanlar var.”

Ö50: “Okulu öğrenim hapisanesine benzetiyorum, çünkü hep bilgi ve çıkamıyoruz.”

Ö14: “Beyine benzetirim, çünkü bir akıl.”

Ö3: “Okulu bir makinaya benzetirim, çünkü okulun da bir makine gibi bölümleri var hepsi çalışır.”

Ö90: “Beyine benzetirim, çünkü her şey yeniden yapılır, bozulmaz.”

“Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Bilgi yuvası(n=2), etüt (1), geri dönüşüm merkezi(n=1), ülkenin beyin noktası(n=1), zihin (n=1), akıl (n=2), dünya (n=2), kitap(n=5), ağaç (1), bilgi evi(n=2) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 18 öğrenci (%18) okulu “Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak” algıladıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö74: “Kitaba, çünkü kitap gibi bilgi doludur.”

Ö16: “Okulumu geri dönüşüm merkezine benzetirim, çünkü bizim okul geri dönüşüme çok önem verir.”

Ö53: “Okulu ülkenin beyin noktasına benzetiyorum, çünkü okulumu çok seviyorum. Her şey okulda öğrenilir.”

Ö61: “Bilgi yuvasına benzetirim, çünkü bilgi veren çok fazla kişi var. Öğretmenler bilgi dolu.”

Ö23: “Okulumu dünyaya benzetirim, çünkü çok bölümlü ve birçok insan var.”

“Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Sıkıcı bir yer(n=1), cehennem(n=1), hastane (n=3) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 5 öğrenci (%5) okulu “Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak” algıladıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö73: “Okulu çok sıkıcı bir yere benzetirim, çünkü çok sıkılıyorum.”

Ö37: “Cehenneme benzetirim, çünkü okulu sevmiyorum ama öğretmen ve arkadaşlarımı seviyorum.”

Ö29: “Hastaneye benzetirim, çünkü koridorlar çok uzun ve çok yaralanan öğrenciler oluyor.”

“Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Parti evi (n=1), oyun yeri(n=1), oyuncak ev(n=1), gezme alanı(n=1), saray (n=3), şato (n=2), resim(n=1), çiçek(n=1) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 11 öğrenci (%11) okulu “Eğlenme ve güzel bir ortam olarak” algıladıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö59: “Saraya benziyor, çünkü çok güzel bir yer.”

Ö68: “Şatoya benziyor, çünkü şatonun tepesi bizim okulun tepesine benziyor.”

Ö39: “Oyun yerine benzetirim, çünkü çok güzel oyun oynarız.”

Ö24: “Parti evine benzetirim, çünkü çok eğleniyorum.”

Ö72: "Oyuncak eve benzetirim, çünkü içinde küçük insanlar var ve çok eğleniyorum."

"Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Ev(n=40), barınak(n=5), yuva(n=5), kaplumbağa(n=2), dayanışma yeri(n=1), birleşme yeri(n=1) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 55 öğrenci (%55) okulu "Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak" algıladıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö51: "Eve benzetiyorum, çünkü bütün gün okuldayız."

Ö 34: "Eve benzetirim, çünkü onu evim gibi korurum."

Ö18: "Evime benzetirim, çünkü yuva gibi çok sıcak."

Ö11: "Eve benzetirim, çünkü okul ikinci evim zamanımın çoğu okulda geçer."

Ö10: "Yuvaya benzetirim, çünkü okul bizi korur."

Ö4: "Eve benzetirim, çünkü okulda kendimi evimde gibi hissederim."

Ö3: "Eve benzetirim, çünkü evim gibi rahat bir yer."

Ö6: "Okulumu eve benzetirim, çünkü çeyreğinden bir iki kat fazlası okulda geçer."

Ö20: "Okulumu yuvaya benzetirim, çünkü günümün 6 saati okulda geçiyor ve çok eğleniyorum."

Ö33: "Kaplumbağaya benzetirim, çünkü hem yavaştır hem de yuvadır."

Metafor imgelerinin oluşmasında konu ya da durum ile ilgili olumlu ve olumsuz düşünceler önemlidir. Bu nedenle öğrencilere okulu neye benzetirsiniz? Sorusunun yanında okulun sevdiğiniz ve sevmediğiniz yönünü yazınız. Açık uçlu sorusu sorulmuştur. Öğrencilerin, okulları ile ilgili geliştirdikleri metafor imgelerinin oluşmasına neden olduğu düşünülen okulun sevilen ve sevilmeyen yönleri Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3: Okulun Sevilen ve Sevilmeyen Yönleri

Okulun sevilen yönler	f	Okulun sevilmeyen Yönler	f
• öğretmenim,	7	• gürültü,	15
• dersler,	2	• tuvaletler pis olması,	
• beden eğitim dersi	4	• saygısız davranışlar,	22
• kitaplar ve kitap okumak,	3	• okulun dış rengini	2
• bilgi almak,	5	• yerlerin pis olması	1
• oyun parkının olması,	3	• teneffüslerin kısa olması	7
• spor salonunun olması,	3	• beden eğitim dersine çıkmamak,	4
• okulun bahçesinde bulunan kaplumbağalar,	1	• oyun oynatılmamak,	3
• laboratuvar olması,	3	• arkadaşlarım,	3
• okulumuzun beyaz bayrak alması,	1	• kantinin yeri ve sıra olması,	4
• kantin olması,	6	• masa ve sıralarını,	3
• oyun oynamak,	5	• kavga olması,	3
• teneffüsler,	5	• okul malına zarar verilmesi,	6
• arkadaşlarım,	7	• sınıfların kirli olması,	2
• yazı yazmak,	1	• küfürlü konuşmalar,	4
• her şeyi,	2	• posterler,	4
• ağaçlı büyük bahçesinin olması,	11	• kapının sürekli açık olması,	1
• kuralların olması,	1	• herkesin birbirine çarpması,	1
• temiz olmasını,	6	• hiçbir şey,	5
• iki katlı olmasını,	3	• bahçenin pis olması,	5
• eğlenceli olması,	2	• akıllı tahtanın olmaması,	5
		• yerlerin beton olması,	1

• eğitimi,	2	• sıkıcı,	
• herkesin mutlu olması,	3	• kuralların olması,	1
• çalışanlarını,	1		
• dolapları,	1		2
• yazı tahtasını,	2		2
• yemek saatini,	1		5
• koridorların kısa olması,	1		
• sıraların demir olması,	1		1
• merdivenlerden inmek,	1		
• Atatürk çerçevesi,	2		1
• sınıfımı,	1		
• sıcak olması,	2		2
	1		2
Toplam	100		

Tablo 3'te görüldüğü gibi okulun sevilen yönlerine 11 öğrenci (%11) ağaçlı büyük bahçe demiştir. Yedişer öğrenci öğretmenim ve arkadaşlarım, altışar öğrenci(%6) kantinin olması, temizliğini; beşer öğrenci(%5) oyun oynamak, bilgi almak, teneffüs; 4 öğrenci (%4) beden eğitim dersi: üçer öğrenci (%3) spor salonunun olması, oyun parkının olması, laboratuvarın olması, iki katlı olması, herkesin mutlu olması, kitap okumak; ikişer öğrenci (%2) dersler, sınıfımı, her şeyi, eğlenceli olması, kaplumbağaların olması, eğitimi, yazı tahtasını, Atatürk çerçevesini, birer öğrenci (%1) yazı yazmak, kurallarını, çalışanlar, dolaplar, beyaz bayrak olması, yemek saati, koridorların kısa olması, sıraların demirden olması, merdivenlerden inmek, sıcak olması demişlerdir. Okulun sevilmeyen yönlerine 22 öğrenci (%22) tuvaletlerin pis olmasını, 15 öğrenci (%15) gürültüyü, 7 öğrenci (%7) yerlerin pis olmasını, beşer öğrenci (%5) sınıfların kirli olması, küfürlü konuşmalar, bahçenin pis olması; dörder öğrenci(%4) kavga olması, oyun oynatılmaması, teneffüslerin kısa olması; üçer öğrenci beden eğitim dersine çıkmamak, arkadaşlarım, kantinin yeri, kantinde sıra olması; ikişer öğrenci(%2) masa ve sıralarını, saygısız davranışlar, herkesin birbirine çarpması, kuralların olması, hiçbir şey, birer öğrenci(%1) okul malına zarar verilmesi, posterler, kapının açık olması, okulun dış rengi, akıllı tahtanın olmayışı, sıkıcılık, yerlerin beton olmasını sevmediklerini belirtmişlerdir.

İlkokul Öğrencilerinin Okul yöneticileri ile İlgili Metaforik Algılarına İlişkin Bulgular

Tablo 4'te ilkokul öğrencilerinin okul müdürü ve müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bulunmaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Okul Yöneticilerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar

<i>Metafor adı (Müdür)</i>	<i>f</i>	<i>Metafor Adı</i>	<i>Metafor adı (Müdür)</i>
yönetmen	3	sincap	5
deprem	6	haberci	10
bilgin	3	susturucu	6
komutan	5	mühendis	1
tsunami	1	şövalye	8
baş	10	aslan	4
ev sahibi	3	beyin	5
prens	4	melek	1
aslan	2	beyinin yarısı	7
kaplumbağa	1	bir zeka oyunu	2
tavşan	1	keloğlan	2
hakim	2	bilgi kutusu	5
bacak	2	adaletli bir kitaba	7
çocuk	2	şeker	1
başkan	6	agresif bir insana	8
melek	2	kral	5
arı	2	su	1

düzeltilici	4	elektrik süpürgesi	2
karınca	2	otobüsçü	1
diken	2	abiye	4
baba	5	ayak	3
pamuk	2	bacak	4
bilgi kutusu	3	kalbe	2
kitap kurdu	3	baba	2
dede	5	hakim	2
ayak	3	akraba	1
çanta	2		
kitap	5		
dinozor	1		
beyin	8		
Toplam			100

Tablo 4'te görüldüğü gibi öğrencilerin okul müdürleri ile ilgili geliştirdikleri 10 öğrenci (%10) başa, 8 öğrenci (%8) beyine, altışar öğrenci(%6) depreme, başkana; beşer öğrenci (%5) komutana, babaya, dedeye, kitaba; dörder öğrenci(%4) prense, düzelticiye; üçer öğrenci sırasıyla yönetmen, bilgin, ev sahibi, bilgi kutusu, kitap kurdu, ayağa; ikişer öğrenci(%2) aslana, hakime, karıncaya, bacağa, çocuğa, meleğe, arıya, dikene, pamuğa, çantaya; birer öğrenci (%1) tsunami, kaplumbağa, tavşana, dinozora benzetirim demişlerdir. Müdür yardımcısını 10 öğrenci(% 10) haberciye; sekizer öğrenci (%8) şövalye, agresif bir insana; yedişer öğrenci (% 7) beynin yarısı, adaletli bir kitaba, 6 öğrenci (%6) susturucu; beşer öğrenci beyin, bilgi kutusu, kral, sincap; dörder öğrenci (%4) aslana, bacağa, abiye; 3 öğrenci(%3) ayağa; ikişer öğrenci(%2) bir zeka oyununa, Keloğlan'a, elektrik süpürgesine, babaya, kalbe, hakime; birer öğrenci (%1) akraba ve mühendise benzetmişlerdir.

Öğrencilerin okul müdürü ve müdür yardımcısına ilişkin geliştirdikleri metaforlardan oluşturulmuş kavramsal kategoriler ve frekans değerleri Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Öğrencilerin Okul Yöneticilerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforların Kavramsal Kategorileri

Kavramsal Kategoriler(n=5)	f	Metafor adı (n=31)
<i>Otoriter ve disiplinli bir Ortam olarak okul</i>	40	Yönetmen (n=3), komutan(n=5), hâkim, (n=2), başkan (n=6), baş (n=10), aslan(n=2), düzeltici (n=4), beyin (n=8)
<i>Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul</i>	27	Bilgin (n=3), karınca (n=2), bilgi kutusu(n=3), kitap kurdu (n=3), ayak (n=3), çanta (n=2) kitap (n=5), tavşan (n=1), kaplumbağa (n=1), bacak (n=2), arı (n=2)
<i>Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul</i>	10	Tsunami (n=1), diken(n=2), deprem (n=6), dinozor(n=1)
<i>Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul</i>	8	Prens (n=4), melek(n=2), pamuk (n=2)
<i>Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul</i>	15	Baba (n=5), dede(n=5), çocuk(n=2), ev sahibi(n=3)
Toplam	100	

Tablo 5'te görüldüğü gibi öğrenciler tarafından geliştirilen 31 metafordan 5 adet kavramsal kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler "Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul", "Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul", "Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul", "Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul", "Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak

okul" biçiminde sıralanabilir. Her bir kategoride yer alan metaforlar ve öğrencilerin ifadelerine yönelik bulgular ise aşağıdaki gibidir

"Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Yönetmen(n=3), komutan(n=5), hâkim (n=2), başkan(n=6),baş (n=10),aslan(n=2), düzeltici (n=4), beyin (n=8) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 40 öğrencinin (%40) okul müdürü ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö32: *"Okul müdürümü çok çalışan bir beyine benzetirim, çünkü tüm okulu beynin tüm organları yönettiği gibi yönetir."*

Ö61: *"Okul Müdürümü okul başkanına benzetirim, çünkü okulu o yönetir."*

Ö66: *"Okul müdürümüzü yönetmene benzetirim, çünkü okulu o yönetir."*

Ö54: *"Okul müdürünü komutana benzetirim, çünkü okulu yönetir."*

Ö93: *"Okul müdürümü hâkime benzetirim, çünkü adil biridir."*

"Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Bilgin(n=3), karınca (n=2), bilgi kutusu(n=3), kitap kurdu (n=3), ayak (n=3), çanta (n=2), kitap (n=5), tavşan (n=1), kaplumbağa (n=1), bacak (n=2), arı (n=2) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 27 öğrencinin (%27) okul müdürü ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö58: *"Okul müdürümüzü adaletli bir kitaba benzetirim, çünkü yaramaz öğrencilere hak ettiklerini veriyor."*

Ö16: *"Müdürümüzü kaplumbağa ve tavşana benzetiyorum. Okulda çalışırken çok fazla konuşmaz, ama okul içerisinde çok hızlı hareket eder."*

Ö91: *"Bacağa benzetirim, çünkü çok işi var koşturup duruyor"*

"Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Tsunami (n=1), diken(n=2), deprem (n=6), dinazor (n=1) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 10 öğrencinin (%10) okul müdürü ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö37: *"Okul müdürümüz dikene benzer, çünkü çok sinirli."*

Ö52: *"Depreme benzetirim, çünkü o geldiğinde herkes dağılır."*

"Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Prens (n=4), melek(n=2), pamuk (n=2) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 8 öğrencinin (%8) okul müdürü ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö60: *"Okul müdürümü prense benzetiyorum, çünkü çok hoş ve anlayışlı biridir."*

"Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Baba (n=5), dede(n=5), çocuk(n=2), ev sahibi(n=3) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 15 öğrencinin (%15) okul müdürü ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö23: *"Okul müdürümü çocuklara benzetiyorum, çünkü çocukları çok seviyor."*

Ö12: "Okul müdürümüz bizi bir baba gibi korur."

Öğrencilerin okul müdür yardımcısına ilişkin ürettikleri metaforlardan oluşturulmuş kavramsal kategoriler ve frekans değerleri Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Öğrencilerin Okul Müdür Yardımcısına Yönelik Geliştirdikleri Metaforların Kavramsal Kategorileri

Kavramsal Kategoriler(n=5)	f	Metafor adı (n=30)
Otoriter ve disiplinli bir Ortam olarak okul	47	beyin(n=5), beyin yarısı (n=7), şövalye (n=8), haberci(n=10), hakim(n=2), aslan (n=4), susturucu (n=6), kral(n=5)
Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul	26	mühendis(n=1), bilgi kutusu (n=5), kitap (n=7), bir zeka oyunu (n=2), elektrik süpürgesi(n=2),su(n=1),ayak (n=3), bacak (n=4),otobüsçü (n=1)
Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul	13	sinçap(n=5), agresif biri (n=8)
Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul	5	şeker(n=2), Keloğlan(n=2), melek(n=1)
Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul	9	kalp (n=2), baba(n=2), akraba(n=1), abi(n=4)
Toplam	100	

Tablo 6'da görüldüğü gibi öğrenciler tarafından geliştirilen 30 metafordan 5 adet kavramsal kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler "Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul", "Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul", "Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul", "Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul", "Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" biçiminde sıralanabilir. Her bir kategoride yer alan metaforlar ve öğrencilerin ifadelerine yönelik bulgular ise aşağıdaki gibidir

"Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Beyin(n=5), beynin yarısı (n=7), şövalye (n=8), haberci(n=10), hakim (n=2) aslan (n=4), susturucu (n=6), kral(n=5) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 47 öğrencinin (%47) müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö32: "Müdür yardımcımızı beynin çok büyük bir parçasına benzetirim, çünkü müdürle birlikte okulu yönetir."

Ö51: "Müdür yardımcısını şövalyeye benzetirim, çünkü müdürün her dediğini yapar."

Ö50: "Müdür yardımcımızı haberciye benzetirim, çünkü her şeyi o haber verir."

Ö16: "Müdür yardımcımızı aslana benzetirim, çünkü korkusuz hareket eder."

"Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Mühendis(n=1), bilgi kutusu (n=5), kitap (n=7), bir zeka oyunu (n=2), elektrik süpürgesi(n=2),su(n=1),ayak (n=3), bacak (n=4),otobüsçü (n=1)metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 26 öğrencinin (%26)müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan "Neden benzettiğinizi yazınız." ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö49: "Müdür yardımcımızı elektrik süpürgesine benzetirim, çünkü çok çalışır."

Ö58: "Müdür yardımcımızı adaletli bir kitaba benzetirim, çünkü yaramaz öğrencilere hak ettiklerini veriyor."

Ö76: "Müdür yardımcımızı bir zekâ oyununa benzetirim, çünkü okulda çözülemeyen şeyleri o çözer."

Ö91: “Bacağa benzetirim, çünkü koşturup duruyor.”

Ö11: “Mühendise benzetirim, çünkü okulda bozulan her şeyi o yapar.”

Ö21: “Müdür yardımcımız suya benzer, çünkü çiçeğin yardımcısı sudur.”

“Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Sincap(n=5), agresif biri (n=8) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 13 öğrencinin (%13) müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö60: “Müdür yardımcımızı sincaba benzetirim, çünkü bize çok bağıyor.”

Ö59: “Müdür yardımcımızı çok agresif birine benzetiyorum, çünkü bize çok bağıyor.”

Ö45: “Müdür yardımcımızı susturucuya benzetirim, çünkü gürültü yapan sınıfları o susturuyor.”

“Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Şeker(n=2), Keloğlan(n=2), melek(n=1) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 5 öğrencinin (%5) müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö23: “Müdür yardımcımızı şekere benzetirim, çünkü şeker gibi tatlı biridir.”

“Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Kalp (n=2), baba(n=2), akraba(n=1), abi(n=4) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 9 öğrencinin (%9)müdür yardımcısı ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö53: “Müdür yardımcımızı kalbe benzetirim, çünkü müdüre yardım eder. Bize iyi davranır.”

Ö12: “Evde abi bize bakar, okulda da müdür yardımcımız bir abi gibi bizi korur.”

İlkokul Öğrencilerinin Öğretmenleri ile İlgili Metaforik Algılarına İlişkin Bulgular

İlkokul öğrencilerinin öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforların listesi tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğrencilerin Öğretmenlerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar

Metafor adı	f	Metafor Adı	f
matematik öğretmeni	4	Pamuk Prens	1
zımba	2	Rapunzel,	1
polis	1	melek	10
çiçek	1	profesyonel	2
nar	1	kraliçe	1
karınca	1	prens	5
kalp	10	bilgin kişi	5
arı	2	bilgi cevizi	5
anne	5	kitap kurdu	5
çocuk bakıcısı	5	bilgi kutusu	5
yönetici	2	adaletli bilge	1
el	2	zeka küpü	5
menekşe	1	akıl küpü	5
gül	2	Şirinler	3
babaanne	2		
çita	2		
temsilci	3		

pamuk şekeri	3	
	46	54
Toplam		100

Tablo7’de görüldüğü gibi onar öğrenci, öğretmeni; kalp ve meleğe benzetmişlerdir. Beşer öğrenci; öğretmeni, anne, çocuk bakıcısı, prensese, bilgin kişi, bilgi cevizi, kitap kurdu, bilgi kutusu, zekâ küpü, akıl küpüne, 4 öğrenci matematik öğretmenine, üçer öğrenci; temsilci, pamuk şekeri, Şirinler’e, ikişer öğrenci; zımba, yönetici, arı, el, gül, babaanne, çita, profesyonelle benzetmişlerdir. Birer öğrenci de öğretmenlerini; polis, çiçek, nar, karınca, menekşe, Pamuk Prenses, Rapunzel, kraliçe, adaletli bilgeye benzetmişlerdir. Öğrencilerin öğretmenlerine ilişkin geliştirdikleri metaforlardan oluşturulmuş kavramsal kategoriler ve frekans değerleri Tablo 8’da yer almaktadır.

Tablo 8. Öğrencilerin Öğretmenlerine Yönelik Geliştirdikleri Metaforların Kavramsal Kategorileri

Kavramsal Kategoriler(n=5)	f	Metafor adı (n=32)
<i>Otoriter ve disiplinli bir Ortam olarak okul</i>	8	polis(n=1),yönetici (n=2), profesyonel (n=2), temsilci (n=3)
<i>Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul</i>	42	matematik öğretmeni (n=4),bilgin kişi(n=5), bilgi cevizi(n=5), kitap kurdu (n=5), zeka küpü (n=5), akıl küpü (n=5),arı(n=2), karınca(n=1),çita(n=2), el (n=2), nar(n=1) bilgi kutusu (n=5)
<i>Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul</i>		
<i>Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul</i>	18	pamuk şekeri (n=3), kraliçe (n=1), prenses(n=5), menekşe (n=1), gül (n=2), çiçek (n=1)Pamuk Prenses(n=1), Rapunzel(n=1), Şirinler (n=3)
<i>Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul</i>	32	anne(n=5), çocuk bakıcısı(n=2),melek (n=10), adaletli bilge(n=1) kalp(n=10), babaanne(n=2), zımba (n=2).
	Toplam	100

Tablo 8’de görüldüğü gibi öğrenciler tarafından geliştirilen 32 metafordan 5 adet kavramsal kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler “Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul”, “Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul”, “Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul”, “Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul”, “Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul” biçiminde sıralanabilir. Her bir kategoride yer alan metaforlar ve öğrencilerin ifadelerine yönelik bulgular ise aşağıdaki gibidir

“Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Polis(n=1), yönetici (n=2), profesyonel (n=2), temsilci (n=3) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 8 öğrencinin (%8) öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö74: “Polise benzetirim, çünkü yeri gelince iyi, yeri gelince kötü davranıyor.”

Ö51:” Temsilciye benzetirim, çünkü okulda bizim sınıfı temsil eder.”

“Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Matematik öğretmeni(n=4), bilgin kişi(n=5), bilgi cevizi(n=5), kitap kurdu (n=5), zekâ küpü (n=5), akıl küpü (n=5), arı(n=2), karınca(n=1), çita(n=2), el (n=2), nar(n=1) bilgi kutusu (n=5) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 42 öğrencinin (%42) öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir

Ö16: “Öğretmenimizi ariya benzetirim, çünkü çok çalışandır.”

Ö61: “Öğretmenimi bilgin kişiye benzetirim, çünkü bize çok bilgi veriyor, çok bilgilidir.”

Ö63: “Öğretmenimi kitap kurduna benzetirim, çünkü çok kitap okuyor.”

“Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Bu kategoride metafor geliştirilmemiştir.

“Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Pamuk şekeri (n=3), kraliçe (n=1), prenses(n=5), menekşe (n=1), gül (n=2), çiçek (n=1) Pamuk Prens(n=1), Rapunzel(n=1), Şirinler (n=3) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 18 öğrencinin (%18) öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö60: “Öğretmenimi Rapunzele’e benzetirim, çünkü tıpkı onun gibi çok iyi kalplidir.”

Ö59: “Öğretmenimi PamukPrens’e benzetirim, çünkü çok iyi kalpli ve çok ama çok pamuk gönüllüdür”

Ö23: “Öğretmenimi menekşe ve güle benzetirim. onlar gibi çok güzel ve çok güzel kokuyor.”

Ö65: “Öğretmenimi prensese benzetirim, çünkü bizim öğretmenimiz çok tatlı, bizimle ilgileniyor.”

Ö20: “Öğretmenimi bir çiçeğe benzetirim. Biz onu üzersek o hemen solar. Başarılı olursak iyi davranırsak hemen çiçek gibi açar.”

“Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Anne(n=5), çocuk bakıcısı(n=2), melek (n=10), adaletli bilge(n=1) kalp(n=10), babaanne(n=2), zımba (n=2) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerden 32 öğrencinin (%32) öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö80: “Öğretmenimizi meleğe benzetirim, çünkü bize çok iyi davranır.”

Ö56: “Öğretmenimizi anneye benzetirim, çünkü anne gibi bizi korur.”

Ö95: “Öğretmenimizi zımbaya benzetirim, çünkü zımba gibi bizi yakınlaştırır.”

Ö98: “Öğretmenimizi kalbe benzetirim, çünkü sevgi dolu, bizi çok sever”

Öğrencilerin, öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metafor imgelerinin oluşmasına neden olduğu düşünülen öğretmenin sevilen ve sevilmeyen yönleri Tablo 9’da verilmiştir

Tablo 9. Öğrencilerin, Öğretmenlerinin Sevdikleri ve Sevmedikleri Yönler

Öğretmenin sevilen yönler	f	Öğretmenin sevilmeyen yönler	f
• güler yüzlü olması	12	• bağırması	20
• iyi kalpli olması	6	• kızması	15
• neşeli ve şakacı olması	8	• çok ödev vermesi	14
• hoşgörülü olması	5	• sürekli matematik işlemesi	2
• yardımsever olması	4	• derste bir yerlere gitmesi	8
• güzel ders anlatması	13	• derste bilgisayara bakması	2

• kibar olması	2	• çok yazı yazdırması	2
• bizi sevmesi	10	• ceza vermesi	16
• bizi düşünmesi	4	• söz hakkı vermemesi	3
• bize kızmaması	2	• beden eğitim dersinde bahçeye çıkarmaması	10
• bize iyi davranması	5	• bize küsmesi	1
• başarılı çalışkan olması	3	• tartışması	1
• oyunlar oynaması	4	• çok kuralsız	1
• bahçeye çıkarması	2	• biraz adaletsiz	1
• kuzucuğum demesi	2	• sıkıcı	1
• saygılı ve adaletli davranması	8	• hastalandığında gelmemesi	2
• gezilere götürmesi	3	• çok kitap okutması	1
• beden eğitim dersi yapması	2	• hep aynı kişiyi başkan seçmesi	1
• her şeyini seviyorum	5		
	Toplam		100

Tablo 9' da görüldüğü gibi 13 öğrenci (%13), öğretmenin güzel ders anlatması sevilen yönlerden en fazla olanıdır. Sonra sırasıyla 12 öğrenci(%12) güler yüzlü olması, 10 öğrenci(%10) bizi sevmesi, 8 öğrenci(%8) saygılı ve adaletli davranması, 8 öğrenci(%8) neşeli ve şakacı olması, 6 öğrenci(%6) iyi kalpli olması, beşer öğrenci(%5) hoşgörülü olması, her şeyini, bize iyi davranması, dörder öğrenci (%4) yardımsever olması, bizi düşünmesi, üçer öğrenci(%3) başarılı çalışkan olması, gezilere götürmesi, ikişer öğrenci(%2) kibar olması, oyunlar oynaması, bize kızmaması, bahçeye çıkarması, kuzucuğum demesi, beden eğitim dersi yapması demıştır. Öğretmenin sevilmeyen yönlerine 20 öğrenci (%20) bize bağırması demıştır. 15 öğrenci (%15) kızması, 16 öğrenci (%16) ceza vermesi, 14 öğrenci (%14) çok ödev vermesi, 10 öğrenci (%10) beden eğitimi dersinde bahçeye çıkarmaması, 8 öğrenci (%8) derste bir yerlere gitmesi demıştır. 3 öğrenci (%3) söz hakkı vermemesi, ikişer öğrenci (%2) sürekli matematik işlemesi, derste bilgisayara bakması, çok yazı yazdırması, çok kitap okutması, birer öğrenci (%1) bize küsmesi, bizimle tartışması, hastalandığında gelmeyişi, çok kuralsız olması ve adaletsiz olması, sıkıcı olması, aynı kişiyi başkan seçmesi demıştır.

İlkokul Öğrencilerinin Okul Çalışanları ile İlgili Metaforik Algılarına İlişkin Bulgular

İlkokul öğrencilerinin okul çalışanlarına yönelik geliştirdikleri metaforların listesi tablo10'da verilmiştir.

Tablo 10. Öğrencilerin Okul Çalışanlarına Yönelik Geliştirdikleri Metaforlar

Metafor adı	f	Metafor Adı	f
ayak	15	agresif birilerine benzetirim,	10
bacak	15	süpürge	25
kamyon	10	çığırtnkan	2
kol	13	keçi	5
keci	2	palyaço	3
	55		45
Toplam	100		

Tablo 10' da görüldüğü gibi 25 öğrenci, okul çalışanlarını süpürgeye benzetmişlerdir. 15 öğrenci, ayak ve bacağa, 10 öğrenci, kamyon ve agresif birilerine, 13 öğrenci kol, 5 öğrenci keçi, 3 öğrenci palyaço, 2 öğrenci, keci ve çığırtnkana benzetmişlerdir. Öğrencilerin okul çalışanlarına ilişkin ürettikleri metaforlardan oluşturulmuş kavramsal kategoriler ve frekans değerleri Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11. Öğrencilerin Okul Çalışanlarına Yönelik Geliştirdikleri Metaforların Kavramsal Kategoriler

Kavramsal Kategoriler(n=5)	f	Metafor adı (n=10)
<i>Otoriter ve disiplinli bir Ortam olarak okul</i>		
<i>Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul</i>	68	ayak(n=15), bacak (n=15), kol(n=13), süpürge(n=25)
<i>Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul</i>	27	keçi(n=5) agresif biri (n=10), çığırtnkan(n=2), kamyon (n=10)
<i>Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul</i>	5	kedi(n=2), palyaço(n=3)
<i>Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul</i>		
Toplam	100	

Tablo11’de görüldüğü gibi öğrenciler tarafından geliştirilen 35 metafordan 5 adet kavramsal kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler “Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul”, “Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul”, “Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul”, “Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul”, “Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul” biçiminde sıralanabilir. Her bir kategoride yer alan metaforlar ve öğrencilerin ifadelerine yönelik bulgular ise aşağıdaki gibidir:

“Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Bu kategoride metafor geliştirilmemiştir.

“Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Ayak(n=15), bacak (n=15), kol(n=13), süpürge(n=25) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 68 öğrencinin (%68) okul çalışanları ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö74: “Çalışanlar süpürgeye benzetirim, çünkü her yeri onlar temizler”

Ö49: “Çalışanları kola benzetirim, çünkü onlar olmadan okul temiz olmaz.”

Ö50: “Çalışanları ayağa benzetirim, çünkü çok çalışıyorlar. Bir orda bir burada.”

Ö16: “Çalışanları bacağa benzetirim, çünkü okulu temizleyerek ayakta tutarlar.”

“Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Keçi(n=5) agresif biri(n=10), çığırtnkan(n=2), kamyon (n=10) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 27 öğrencinin (%27) okul çalışanlar ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin verilen veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö93: “Çalışanları keçiye benzetirim, çünkübizi dinlemiyor, inatlaşıyor.”

Ö22: “Çalışanları kamyona benzetirim, çünkübizimle bizim ile kamyon gibi ses çıkararak konuşuyor.”

Ö19: “.....bizimle çığırtnkan gibi bağıarak konuşuyor.”

“Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul” Kategorisine Yönelik Bulgular

Kedi(n=2), palyaço(n=3)) metaforları yer almaktadır. Araştırmaya katılan 5 öğrencinin (%5) çalışanlar ile ilgili geliştirdikleri metaforlar bu kategoriye girmiştir. Öğrencilerin veri toplama aracında yer alan “Neden benzettiğinizi yazınız.” ifadesine verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Ö94: “.....bize kedi gibi sessiz davranıyor.”

Ö61: "bizi palyaço gibi güldürüyor."

Ö98: "bizi palyaço gibi güldürüyor."

"Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" Kategorisine Yönelik Bulgular

Bu kategoride metafor geliştirilmemiştir.

İlkokul Öğrencilerinin Verilen Okul Metaforları ile İlgili Algılarına İlişkin Bulgular

İlkokul öğrencilerinin "Okulu bir krala mı yoksa kitaba mı benzetirsiniz, Neden?", sorusuna verdikleri yanıtlar tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. İlkokul Öğrencilerinin Verilen Okul Metaforlarına Göre Algıları

Metafor ismi	f
Okulu kitaba benzer	93
Okul krala benzer	7
Toplam	100

Tablo 12'de görüldüğü gibi 93 öğrenci okulu kitaba benzetmiştir. 7 öğrenci okulu krala benzetmiştir. Öğrencilerin metaforlara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibidir.

Ö 14: "Okulu kitaba benzetirim, çünkü okuldan çok bilgi öğreniyoruz."

Ö79: "Okulu kitaba benzetirim, çünkü her gün yeni bir şey öğreniyorum."

Ö53: "Okulu kitaba benzetirim, çünkü okulda kitap gibi çok maceralı."

Ö44: "Okulu krala benzetirim, çünkü okulda bir krallık gibi yönetilir."

İlkokul öğrencilerinin "Okulu bir krala benzetirsiniz; acımasız mı yoksa demokrat bir krala mı benzetirsiniz, Neden? Sorusuna verdikleri yanıtlar tablo 13' de verilmiştir.

Tablo13. İlkokul Öğrencilerinin Verilen Okul Metaforlarına Göre Algıları

Metafor ismi	f
Okulu acımasız bir kral	3
Okul demokratik bir kral	97
Toplam	100

Tablo 13'de görüldüğü gibi 97 öğrenci okulu demokratik krala benzetmiştir. 3 öğrenci okulu acımasız krala benzetmiştir. Öğrencilerin metaforlara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibidir.

Ö97: "Okulu demokratik bir krala benzetirim, çünkü bizim okulda demokrasi vardır."

Ö93: "Okul acımasız bir krala benzetirim, çünkü bazen bize bağıyorlar."

Ö96: "Okul demokratik bir krala benzetirim, çünkü okuldaki herkes adaletli davranır."

Tartışma ve Sonuç

Öğrenciler okul müdürünü genelde akrabalarına, öğretmenlerini ise akrabalarına ve sevdikleri masal kahramanlarına (Rapunzel, Pamuk Prenses gibi) benzetmişlerdir. Okul müdürünü fiziksel özellikleriyle akrabalarına benzetirken öğretmenlerini ise fiziksel özellikleri ile değil davranışları ile benzetmişlerdir. "Babaanneme benzetirim, çünkü, o da spor yapınca mutlu olur.", "Anneme benzetirim, annem gibi davranıyor."

Bu araştırmanın diğer araştırmalardan ayırt eden özelliklerinden birisi belki de en önemlisi öğrencilerin metafor imgesi sunmalarının yanında okulla ve öğretmenleri ile ilgili kişisel düşüncelerinde belirtmiş olmalarıdır. Bu nedenle ilkökul öğrencilerinin okulla, yöneticilerle ve öğretmenlerle ilgili algılarının belirlenmesi önemlidir. Bu bilgi, okullaşma oranının neden düştüğünü, okulu terk etme sayısının neden arttığına yönelik yapılacak araştırmalara ve

eğitimcilerle farklı bir perspektif sunarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, okulların ve eğitim sisteminin yeniden yapılandırılması yönünde çeşitli model ve önerilere de kaynak olacağı düşünülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Öğrencilerin okulla ilgili metaforik algılarına ilişkin bulgular şöyledir: Öğrenciler okulu metaforik olarak en çok %40 oranı ile eve benzetmişlerdir. Metaforların kategorilenmesinde ise bu alt boyutta %54 ile "Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" en fazla orana sahiptir. "Olumsuz davranışların olduğu bir ortam olarak okul" %5 oranı ile en az yüzdeye sahiptir. Metaforların oluşmasında etkili olan düşüncelerin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan formda "Ağaçlı büyük bahçenin olması" %11 ile en fazla, %1 ile sınıf, sıcak olması vb. ise en az yüzdeye sahiptir. Okulun sevilmeyen yönlerinde %22 ile "tuvaletlerin pis olması" en fazla yüzde ile çıkmıştır.

Bu sonuçlara göre öğrenciler okulu en çok eve benzetmişlerdir. "Arkadaşlık, sevgi ve dayanışma ortamı olarak okul" kategorisi en fazla yüzdeye sahip olarak çıkmıştır. Öğrenciler okul ortamını genellikle olumlu olarak algılamışlardır. Okulun ağaçlı büyük bir bahçeye sahip olması okulun en sevilen yönüdür. Okul öğrenciler tarafından arkadaşlığın, sevgi ve saygının olduğu bir yer olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın bu sonucu Saban'ın (2008) ilkökul öğrencilerinin okulun sevgi ve dayanışma, bilgi kazanılan, bir yer olarak görüldüğü bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Öğrencilerin okul yöneticilerine yönelik metaforik algılarına ilişkin bulgular şöyledir: Öğrencilerin okul müdürü için geliştirilen metaforlarda %10 ile "baş" en yüksek orana sahiptir. Metaforların kategorilenmesinde ise en çok "Otoriter ve disiplinli bir okul" %40 ile çıkmıştır. "Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul" %8 ile en az çıkmıştır. Müdür yardımcısı ile ilgili metaforlardan %10 ile "haberci" en çok; %1 ile "mühendis ve akraba" metaforları en az çıkmıştır. Müdür yardımcısı ile ilgili metaforların kategorilenmesinde %47 ile "otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul" en çok; %5 ile "Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul" en az çıkmıştır.

Öğrencilerin okul yöneticileri ile ilgili algılarında okul müdürü "baş"; müdür yardımcısı ise "haberci" olarak algılanmıştır. Yöneticiler ile ilgili metaforlarda en çok "Otoriter ve disiplinli bir okul" kategorisi çıkmıştır. Araştırmanın bu sonucu Balcı'nın (1999) öğrencilerin okulu otoriter, disiplinli, bir yer olarak algıladıkları bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Yöneticiler ile ilgili geliştirilen metaforlar, doğrudan otorite ve disiplinle ilgilidir. Bu sonuca göre okul yöneticilerinin okulda disiplin ve otorite kaynağı olarak görüldüğü söylenebilir.

Öğrencilerin öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforik algılarına ilişkin bulgular şöyledir: Öğrencilerin, öğretmenleri için geliştirdikleri metaforlardan %10 ile "kalp ve melek" en çok; %1 ile "polis, çiçek, nar, karınca, menekşe, adaletli bir bilge, kraliçe, Rapunzel, Pamuk Prenses" ise en az çıkmıştır. Bu alt boyutta ilgili metaforların kategorilenmesinde %42 ile "Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul" en yüksek; %8 ile "Otoriter ve disiplinli bir ortam olarak okul" en az çıkmıştır. Metaforların oluşturulmasında etkili olan sevilen, sevilmeyen yönlerde; öğretmenin sevilen yönlerinde %13 ile "güzel ders anlatması" en yüksek; %2 ile "bize kızmaması" ise en az çıkmıştır. Öğretmenin sevilmeyen yönlerinde %22 ile "bağırması" en yüksek; %1 ile "tartışması, çok kuru, sıkıcı ve hastalandığında gelmemesi" en az çıkmıştır.

Öğrencilerin, öğretmenleri ile ilgili geliştirdikleri metaforları genellikle sevgi ve eğitim-öğretimle ilişkilendirmişlerdir. Metafor kategorilerinden "Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul" yüksek çıkmıştır. Bu durum; okul, öğretmen ve eğitim için olumlu bir yaklaşımdır. Araştırmanın bu sonucu Bülbül ve Toker-Gökçe'nin (2015) öğrencilerin okulu bilgi veren geliştiren yer, arkadaşlık ve dayanışma ortamı olarak algıladıkları bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Öğrencilerin okul çalışanları ile ilgili geliştirdikleri metaforik algılarına ilişkin bulgular şöyledir: Öğrencilerin çalışanlar için geliştirdikleri metaforlardan %15 ile "ayak ve bacak" en çok; %2 ile "çıgırtkan ve kedi" en az çıkmıştır. Metaforlardan oluşturulan kategorilerde %68 ile

“Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul” en yüksek; “Eğlenme ve güzel bir ortam olarak okul” %5 ile en az çıkmıştır.

Öğrencilerin okul çalışanları ile geliştirdikleri metaforlarda “Öğretim ve öğrenimin olduğu bir ortam olarak okul” yüksek çıkmıştır. Bu durum okul çalışanlarının okuldaki görevlerini tam olarak gerçekleştirilmeye çalıştıkları anlamına gelebilir. Fakat, öğrenciler tuvaletlerin ve yerlerin pis olmasını okulun sevilmeyen yönleri arasında belirtmişlerdir. Bu sonuçla çalışanların yaptıkları işle, onlardan beklenen beklentinin aynı düzeyde olmadığı söylenebilir.

Verilen metaforlara göre öğrencilerin okul ile ilgili algılarında “okul kitaba benzer” %93 ile yüksek çıkarken “okul krala benzer” %7 ile düşük çıkmıştır. Öğrenciler %97 ile “Okulu demokratik bir krala benzetmişlerdir.” Bu sonuçlar okulun bir bilgi alma yeri olarak görüldüğü ve yönetim şekli ile krallığa benzetilse bile demokratik yönetim olarak algılanması okul yönetim anlayışı için olumludur.

Bu araştırma sonucuna göre öğrencilerin okul, öğretmen ve yöneticilerle ilgili düşünceleri genellikle olumludur. Öğrencilerden sadece iki öğrenci okulu sevmiyorum demiştir. İki öğrenci de okul sıkıcı bir yer olarak gördüğünü belirtmiştir. Okul metaforu olarak da sadece bir öğrenci okulu cehenneme benzetmiştir. Okulla ilgili en fazla geliştirilen metafor evdir. Öğrencilerin okulu sevdiği ve ikinci evleri olarak gördükleri, öğretmenlerinin ders anlatmalarını beğendikleri sonuçları elde edilmiştir.

Bu çalışmada, ilköğretim öğrencilerinin okul algıları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ülkemizde ilköğretimde araştırmalar genellikle nicel yöntemlerle yapılmaktadır. Nitel araştırmalar yapılarak alan yazında yöntem zenginliği ve veri çeşitliliği sağlanabilir. İlkokul öğrencilerinin okul algıları ile ilgili elde edilen verilerden yararlanılarak ölçek geliştirilebilir. Eğitim modelleri oluşturulabilir.

Kaynakça

- Aydoğdu, E. (2008). İlköğretim okullarındaki öğrenci ve öğretmenlerin sahip oldukları okul algıları ile ideal okul algılarının metaforlar yardımıyla analizi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Aktepe, V., Uzunöz, A. & Sarıçam, İ. (2020). Ortaokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde çalışkanlık değerine yönelik metafor algıları . *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2) , 449-466 . DOI: 10.31592/aeusbed.660037
- Balcı, A. (1993). Eğitim örgütlerine yeni bakış açıları: kuram-araştırma ilişkisi-I. Ankara Üniversitesi *Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25, 27-45.
- Balcı, A. (1999). Metaphorical images of school: school perceptions of students, teachers and parents from four selected schools (in Ankara). Unpublished PhD Thesis. METU Institute of Social Sciences, Ankara.
- Bates, R. J. (2001). Eleştirel teori açısından eğitim yönetimi. (Çev: S. Turan ve M. Şişman). *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 28, 573-592.
- Bülbül, T. & Toker-Gökçe, A. (2015). Meslek lisesi öğrencilerinin metaforik okul algıları: İşlevselci bir yaklaşım. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 16(2), 273-291.
- Erdem, F. & Şatır, Ç. (2000). Farklı örgütlerde kültürel yapının metaforlarla analizi. Sekizinci Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri. Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Yayınları
- Ertan-Kantos, Z. (2011). Örgüt metaforlarında liderlik: kavramsal bir çözümleme, *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi - Journal Of Educational Sciences Research*, Cilt:1 , Sayı: 1

- Hurst, D. K. (2000). Kriz ve yenilenme. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Inbar, D. E. (1996). The free educational prison. *Metaphors and Images Educational Research*, 38 (1), 77-92.
- Martinez, M. A, Sauleda, M. & Huber, G. L. (2001). Metaphors as blueprints of thinking about teaching and learning. *Teaching and Teacher Education*, 17, 965-977.
- Özdemir, Ç. (2012). Lise öğrencilerinin metaforik okul algılarının çeşitli değişkenler bakımından incelenmesi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 37 (163), 96-109
- Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496
- Toker-Gökçe, A. & Bülbül, T. (2014). Okul bir insan bedenidir: meslek lisesi öğrencilerinin okul algılarına yönelik bir metafor çalışması [Schools as a human body: A metaphor study related to perceptions about schools among vocational high school students]. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi - Journal of Educational Sciences Research*, 4 (1), 63-88.
- Toy, İ. , Abdulkadir Uzunöz, A., Aktepe, V. , Meydan, A. (2020). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının özgürlük değerine ilişkin metafor algılarının incelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 7(1). Ocak.
- Ural Ö., Aydemir, A. Toker-Gökçe, A., Öztoprak-Kavak, Z. (2016). Metaphorical perceptions of secondary school students and teachers about learning and teaching concepts. *Journal of Teacher Education and Educators*, 5(2). 131 – 153.
- Uzunöz, A., Aktepe, V. ve Özağaçhanlı, Z. (2020). Sosyal Bilgiler öğretmen adaylarının tasarruf değerine ilişkin metaforik algıları. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 36-51
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2006). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldırım, N. & Uğur, M. (2011). Öğrencilerin algısından okul müdürü imgelerinin karikatürize ifadeleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19 (2), 409-426.

Extended Summary

1. Introduction

School is an important organization that affects the society as much as individuals. The task of the school is the individual; social, economic and political values of the society is to adapt to improve. The compulsory first step of this adaptation process is primary school. An individual's perceptions about primary school may affect other educational levels. In this context, it is important to determine the perceptions of primary school students about school, school administrators, teachers and school staff. Providing continuity of the student to the education level after the primary school, that is to ensure continuity in education, can be a source for shaping the education levels after primary school.

This study aims to reveal the metaphoric perceptions of primary school students towards school. Metaphors; organization helps us understand the culture of the organization with the language of metaphors (Ertan-Kantos, 2011). Metaphors resemble miniature models such as diagrams. This feature makes metaphors powerful. Metaphors help create maps of the invisible elements that prevent the organization of thoughts and take further steps on the issues that are made and processed. Metaphors are required for creativity in management (Hurst, 2000). Metaphors help transfer the features from the known context to the unknown when trying to explain the organization. Metaphors allow to see complexity and abstract from a new perspective with this transfer (Balci, 1993).

2. Method

This study, which aims to reveal the perceptions of primary school students towards their schools by means of metaphors, was carried out in case study design, one of the qualitative research designs. According to Yıldırım and Şimşek (2006), fact science is suitable for investigating cases that are not completely alien to us but we do not fully understand. The qualitative research technique's adaptation to the natural environment, ensuring that the perceptions are explained and the research design is not rigid, the participant role of the researcher, and the fact that it has an inductive analysis are important features. The study group consisted of 100 students attending the fourth grade of an elementary school in Ankara in 2016-2017 academic year. 48 of the participants were female and 57 were male.

Within the scope of the research, a questionnaire prepared by the researchers was given to the students and they were asked to fill out these questionnaires within one hour. In the questionnaire, questions are asked to students, school, headmaster, teachers and other staff at school (for example, what do you look like in your school, why? What do you like in your school? What do you like in your school? Thus, the opinions of the participants towards the school, school administrators, teachers and other employees and the reasons for these opinions were tried to be determined. The students were asked to answer these questions in writing.

The data obtained for the research were analyzed by content analysis. The frequency values were obtained by coding the data obtained in this process. The students' metaphors and their thoughts about the school were analyzed in three sections. In the first part, the metaphors developed by the students were analyzed.

In the third part of the study, the percentages and frequencies of the students were taken to the questions "Do you compare school to a book or a king?", "If you compare a king to a brutal king or a democratic king, why?"

3. Findings, Discussion and Results

One of the distinguishing features of this research from other studies is perhaps the most important is that students present metaphor image as well as their personal thoughts about school and teachers. Therefore, it is important to determine the perceptions of primary school students about school, administrators and teachers. It is thought that this information will contribute to the researches and educators on the reason why the enrollment rate decreases and why the number of dropouts increases. In addition, it is thought that various models and proposals for the restructuring of schools and education system will be a source.

The findings of the students' metaphoric perceptions about the school are as follows: The students compared the school metaphorically with a maximum rate of 40%. In this sub-dimension, School as a medium of friendship, love and solidarity ile has the highest rate with 54% in the categorization of metaphors. School as an environment with negative behaviors sahip has a minimum percentage of 5%. In the form prepared to determine the thoughts that are effective in the formation of metaphors, "Having a large garden with trees. Is maximum 11%, class 1%, being warm and so on. has a minimum percentage. In the unpopular aspects of the school, dirty toilets ile was the highest with 22%.

According to these results, the students most likened the school to home. The category School as a medium of friendship, love and solidarity çıkmış has the highest percentage. Students generally perceived the school environment as positive. The most popular aspect of the school is that it has a large garden with trees. The school has been recognized by students as a place of friendship, love and respect.

The findings of the students' metaphoric perceptions about school principals are as follows: "Head ile has the highest rate of 10% in the metaphors developed for the school principal. The most Met authoritarian and disciplined school Met was 40% in the category of metaphors. School as a fun and beautiful environment çıkmış was at least 8%. Among the metaphors related to the deputy director, "messenger 10 is the highest with 10%; 1 Engineers and relatives "metaphors were at least 1%. School as an authoritarian and disciplined environment" was the highest with 47% and

School as a fun and beautiful environment was the least with regard to the metaphors related to the deputy director.

The school principal was perceived as the head “and the vice-principal was the messenger” in the students' perceptions of school administrators. In the metaphors related to the administrators, the category of authoritarian and disciplined school was the most.

Among the metaphors developed by the students for their teachers, “heart and angel” is the most common; “Police, flower, pomegranate, ant, violet, fair wise, queen, Rapunzel, Snow White” were the least. In the categorization of the metaphors related to this sub-dimension, school as an environment with teaching and learning was the highest with 42% and school as an authoritarian and disciplined environment” was the least with 8%. Metaphors are effective in the creation of loved, unpopular aspects; 13% of the teacher's favorite aspects of “beautiful lectures” is highest; % Not to be angry “with 2% was the least. In the unpopular aspects of the teacher, % shouting was highest with 22%; The discussion with 1% is very unregulated, boring and does not come when you get sick” is the least.

The students' metaphors related to their teachers were generally associated with love and education. Among the metaphor categories, school as a medium of teaching and learning was high. This situation; It is a positive approach to school, teacher and education. This result of the research is similar to Bülbül and Toker-Gökçe's (2015) finding that students perceive the school as a place of informative development, friendship and solidarity.

The findings of the students' metaphoric perceptions about school employees are as follows: 15% of the students' metaphors developed for employees are “feet and legs” çok; 2 Decoy and cat was the least with 2%. 68 School as an environment of teaching and learning% is the highest in 68% of the categories formed by metaphors, and school as an entertaining and beautiful environment was the least with 5%.

In the metaphors developed by students with school staff, “School as a school with teaching and learning” was high. This may mean that school staff are trying to do their job at school. However, students stated that the toilets and floors were dirty among the unpopular aspects of the school. With this result, it can be said that the expected expectations of the employees are not at the same level.