



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Eylül 2024

ISSN : 2149-486X

e - ISSN : 2717-8617

ÇİLT 10 SAYI 3

Genel DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006

Cilt 10 Sayı 3 DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2024.1003

İlişim

<https://icd.aydin.edu.tr/tr/2024-eylul-cilt-10-sayi-3/>

Editör

Doç. Dr. Veli Boztepe

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Meltem Başaran

icd.aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies

ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617

Sahibi/Proprietor
Prof. Dr. Mustafa AYDIN

Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief
Zeynep AKYAR

Editör/Editor
Doç. Dr. Veli BOZTEPE

Editör Yardımcısı/Assistant Editor
Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

Yayın Kurulu/Editorial Board
Prof. Dr. Cem S. SÜTCÜ
Prof. Dr. Selahattin YILDIZ
Prof. Dr. Okan ORMANLI

Dil/Language
Türkçe & İngilizce/Turkish & English

Yayın Periyodu/Publication Period
Yılda Üç sayı: Ocak, Mayıs, Eylül
Published three times a year: January, May,
September

Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisi
Academic Studies Coordination Office (ASCO)

İdari Koordinatör/Administrative
Coordinatör
Dr. Öğr. Üyesi Burak SÖNMEZER

Türkçe Redaksiyon/ Turkish Redaction
Behcet Özgür ÇALIŞKAN

İngilizce Redaksiyon/English Redaction
Behcet Özgür ÇALIŞKAN

Grafik Tasarım/Graphic Desing
Başak GÜNDÜZ

Yazışma Adresi/Correspondence Address
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, 34295 Küçükçekmece/İstanbul
Tel: 0212 444 1 428
Fax: 0212 425 57 97
Web: icd.aydin.edu.tr
E-posta: icd@aydin.edu.tr
Dergipark: dergipark.org.tr/tr/pub/icd

Baskı/Printed by
Levent Baskı Merkezi
Sertifika No: 35983
Emniyetevler Mahallesi Yeniçeri Sokak
No:6/A
4.Levent / İstanbul, Türkiye
Tel: 0212 270 80 70
E-mail: info@leventbaskimerkezi.com

BİLİM (DANIŞMA) KURULU / EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. Hülya YENGİN**, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ali BAYRAKTAROĞLU, Trakya Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Aysel AZİZ, Yeniüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü
Prof. Dr. Cem S. SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ruken ÖZTÜRK, Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies
ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617 CİLT 10 SAYI 3 EYLÜL 2024

HAKEM KURULU

- Prof. Dr. Hülya YENĞİN**, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Atilla GİRGİN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Emine Özden CANKAYA
Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Deniz YENĞİN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Battal ODABAŞ, Giresun Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Neşe KARS, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Murat ÖZGEN, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Belkıs ULUSOY NALCIOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Seda ÇAKAR MENGÜ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Simber ATAY ESKİER, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Müge ELDEN POGUN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ebru ÖZGEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ahmet KALENDER, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Mine SARAN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Erol Nezih ORHON, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi
Prof. Dr. Emel KARAYEL BİLBİL, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Tehvide Serra GÖRPE, Zayed University
Prof. Dr. Ayhan Oğuz ÜNLÜER, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Emine Nilüfer PEMBECİOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Erkan YÜKSEL, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü
Prof. Dr. R. Ayhan YILMAZ, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Hamid VELİYEV, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Prof. Dr. Mehmet ALXAN, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Prof. Dr. Fiona CREAM, Universidad San Jorge, Spain
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Necmi Emel DİLMEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Sefa ÇELİKSAP, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Okan ORMANLI, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Tolga KARA, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Nilüfer SEZER, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Mustafa SAMİ MENCET, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Hale TORUN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Aybike ÖZEL, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Neşe KAPLAN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Vuqar ZİFEROĞLU, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan
Doç. Dr. Hatice Hale BOZKURT, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Çiğdem AYTEKİN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Şebnem GÜRSOY ULUSOY, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Dr. Fatih GÖKSU, Rotterdam Erasmus University, The Netherlands
Dr. Öğr. Üyesi Cem YILDIRIM, İstanbul Avcansaray Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Dr. Elena BANCUI, Ecological University of Bucharest, Romania

Dr. Öğr. Üyesi Begümhan GÖKTÜRK, İst Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILDIRIM, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma NAZLI KÖKSAL, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gamze Nil ARKAN, Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cebrail SADAKOĞLU, İst Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Tamer BAYRAK, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Burhan KILIÇ, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Öğr. Gör. Tuğba Çedikçi FENER, İstanbul Kültür Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu
Öğr. Gör. Olcay HOLAT, Ege Üniversitesi

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ (İCD) **(ISSN: 2149-486X) - (E-ISSN: 2717-8617)**

Odak ve Kapsam

İletişim Çalışmaları Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İletişim Çalışmaları Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin yayın organıdır. Çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İletişim Çalışmaları Dergisi hakemli bir dergidir ve 2015 yılından beri yayımlanmaktadır. İletişim Çalışmaları Dergisinde (İCD); gazetecilik, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi, reklam çalışmaları, radyo televizyon programcılığı, radyo televizyon haberciliği, film çalışmaları, görsel iletişim tasarımı, uygulamalı iletişim, yeni (dijital) medya, siyasal iletişim, kültürlerarası iletişim, iletişim ve kültür ve bunun gibi iletişim bilimlerdeki ilgili alanlardaki bilimsel çalışmalar kapsamında eserler yayınlanmaktadır.

İndeks ve Özet Bilgisi

Dergipark

Asos

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Değerlendirme Süreci

İletişim Çalışmaları Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler Turnitin ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İletişim Çalışmaları Dergisi Ocak, Mayıs ve Eylül olmak üzere yılda 3 kez yayımlanır. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İletişim Çalışmaları Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir.

Yayın Ücreti

Dergi için her hangi bir ücret talep edilmemektedir. Ayrıca kabul edilen bütün makaleler ücretsiz yayımlanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

İCD'ye gönderilen bilimsel yazılarda, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği ile ilişkili yönergeler, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır. İntihal, verilerde sahtecilik ya da yanıltmacılık, yayın tekrarı, bölerek yayınlama ve araştırmaya katkısı olmayan kişilerin yazarlar arasında yer alması etik kurallar dahilinde kabul edilemez uygulamalardır. Bu ve benzeri uygulamalarla ilişkili herhangi etik bir usulsüzlük durumunda gerekli yasal işlemler yapılacaktır.

a) İntihal: Başkalarının özgün fikirlerini, metotlarını, verilerini veya eserlerini bilimsel kurallara uygun biçimde atıf yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseri gibi göstermek, intihal kapsamında ele alınmaktadır. İntihalden kaçınmak için yazarlar bilimsel kurallara uygun bir şekilde atıf yapmalı ve araştırmaları içerisinde yer alan tüm bilimsel yazılara ait kaynak gösterimine dikkat etmelidirler.

b) Veride Sahtecilik: Bilimsel araştırmalarda gerçekte var olmayan ya da değişikliğe uğratılmış verileri kullanmak, veride sahtecilik kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar verilerini etik kurallar dahilinde toplayarak, süreç içerisinde geçerlik ve güvenilirliği etkileyecek bir değişikliğe maruz bırakmadan analiz etmelidirler.

c) Çarpıtma: Araştırmadan elde edilen kayıtları ya da verileri değiştirmek, araştırmada kullanılmayan cihaz veya materyalleri kullanılmış gibi göstermek, destek alınan kişi ve kuruluşların çıkarları doğrultusunda araştırma sonuçlarını değiştirmek ya da şekillendirmek, çarpıtma kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma süreci ile ilişkili verdikleri bilgilerde dürüst, objektif ve şeffaf olmalıdırlar. Etik kuralları ihlal etmekten kaçınmalıdırlar.

d) Yayın Tekrarı: Aynı yayını, yapılmış olan önceki yayınlara atıf yapmaksızın ayrı yayınlar olarak sunmak, yayın tekrarı kapsamında ele alınmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderilen yayınların daha önce başka bir yerde yayımlanması ya da değerlendirme sürecinde olması ile ilişkili sorumluluk tamamen yazarlara aittir. Yazarlar tekrardan kaçınmalı, özgün ve orijinal araştırmalarını göndermeye özen göstermelidirler.

e) Bölerek Yayınlama: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırıp birden fazla sayıda yayımlayarak bu yayınları ayrı yayınlar olarak sunmak, bölerek yayınlama kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma bütünlüğünü göz önünde bulundurmalı ve sonuçları etkileyecek bölmelerden kaçınmalıdırlar.

f) Yazarlık: Araştırmaya katkısı olmayan kişileri yazarlar arasına dâhil etmek ya da katkısı olan kişileri dâhil etmemek, haksız yazarlık kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın planlanması, tasarımı, verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, araştırmanın yayına hazırlanması ve son halinin ortaya koyulması aşamalarına tüm yazarlar yeterli düzeyde katkı sağlamış olmalıdırlar.

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir.

Makalelerinizi taslak makaleye göre düzenleyip benzerlik raporuyla birlikte göndermeniz gerekmektedir. Benzerlik rapor oranı %15'in üzerinde olan makaleler kabul edilmeyecektir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İCD, yazarların makalelerini yayınlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir. İCD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin verir ve yayınlama haklarını kısıtlama olmadan saklar. Gönderilen kağıtların patent veya patent başvurusu ile korunmayan hiçbir özel materyal içermediği varsayılmıştır. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İCD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar Hakları

Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İCD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:

İCD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanılmasına izin verir. Yayımlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağınıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz. Yayımlanan makaleyi İCD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayımlayamazsınız.

İCD'nin Ana Konuları

Medya Çalışmaları
Gazetecilik
Halkla İlişkiler
Pazarlama İletişimi
Reklam Çalışmaları
Dijital Kültür
İletişim Çalışmaları
Radyo Televizyon Programcılığı
Radyo Televizyon Haberciliği
Film Çalışmaları
Sağlık İletişimi
Görsel İletişim Tasarımı
Uygulamalı İletişim
Yeni (Dijital) Medya
Televizyon ve Sinema
Siyasal İletişim
Kültürlerarası İletişim
İletişim ve Kültür

Yayın Dili

Türkçe ve İngilizce

Makale Gönderimi

Makale gönderimi dergipark üzerinden <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd> adresine gönderilmelidir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

THE JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES (İCD)
(ISSN: 2149-486X)(E-ISSN: 2717-8617)

Focus and Scope

The aim of the Journal of Communication Studies is to create a source for academics and scientists who are doing research in the media, and communication studies that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help developing the fields of study. Accordingly, the Journal of Communication Studies' intentions are on publishing articles and scientific Works, guided by a scientific quality sensibility. In this context, the Journal of Communication Studies is qualified as a national peer-reviewed journal published in April and in October twice a year. The Journal of Communication Studies is a publication organ of Istanbul Aydın University Faculty of Communication. The Journal of Communication Studies is a peer-reviewed journal that publishes articles both in Turkish and English since 2015. Articles in fields such as media, studies, journalism, public relations, marketing communication, advertisement studies, digital culture, communication studies, radio and television studies, broadcast, film studies, health communications, visual communication, applied studies, new media, television and cinema, political communication, intercultural communication, communication and culture are published in The Journal of Communication Studies.

Index

Dergipark, Asos

Publisher

Istanbul Aydın University, TURKEY

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the TURNITIN or/and IThenticate program.

Publishing Period

The Journal of Communication Studies is published three times a year in January, May and September. Authors can send their articles at any time. The articles

whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

The Journal of Communication Studies adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to the Journal of Communication Studies, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research among the authors, are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a) Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in the appropriate manner and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b) Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c) Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations, supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d) Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications are considered within the scope of repetition of publications. The responsibility of the publications submitted for evaluation belongs to the authors. The authors should refrain from repeating their research and they should pay attention to submit their original research.

e) Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f) Authorship: Neither the inclusion of people who do not contribute to the research nor not to include people who have contributed is accepted within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Plagiarism Policy

The Journal of Communication Studies requires all authors to adhere to the ethical standards as prescribed by the Committee on Publication Ethics (COPE) which take privacy issues seriously and is committed to protect your personal information

Articles must be prepared according to the draft article and sent together with similarity report. Articles with more than 15% similarity rate will not be accepted.

Copyright

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions and will retain publishing rights without restrictions. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application. The authors have responsibility for technical content and protection of proprietary materials solely with the author(s) and their organizations and the author is not responsible for the Journal of Communication Studies or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the authors' responsibility to obtain all necessary copyright permissions of release for the use of any copyrighted materials stated in the manuscript prior to the submission.

The Rights of the Author

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. The Journal of Communication Studies's standard policies allow the following re-use rights:

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions. The journal allow the author(s) to obtain publishing rights without restrictions. You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes. You may not post the published article on a website without permission from ASD.

Main Topics of the Journal of Communication Studies

Media Studies

Journalism

Public relations

Marketing Communication

Advertisement Studies

Digital Culture

Communication Studies

Radio and Television Studies

Broadcast

Film Studies

Health Communications

Visual Communication

Applied Studies

New Media

Television and Cinema

Political Communication

Intercultural Communication

Communication and Culture

Publication Language of the Journal of Communication Studies

Turkish and English

Article Submission

Manuscripts should be sent to dergipark <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

ISSN : 2149-486X e - ISSN : 2717-8617 CİLT 10 SAYI 3 EYLÜL 2024

İçindekiler - Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

ÇERNOBİL DİZİSİ: BELGESEL DRAMA VE SİMÜLASYON

CHERNOBYL TV SERIES: DOCUMENTARY DRAMA AND SIMULATION

Ahmet Nafiz KAVİ, Onur AKYOL, Mehtap KAVİ.....265

YAPAY ZEKÂNIN ÖZNEL BEĞENİLERİ TAKLİT ETME YETİSİNE İTİRAZ: "ATATÜRK'ÜN EN SEVECEĞİ ŞARKILAR" NE KADAR GERÇEKÇİ?

CHALLENGING ARTIFICIAL INTELLIGENCE'S ABILITY TO IMITATE SUBJECTIVE TASTE: HOW REALISTIC IS 'SONGS ATATÜRK WOULD MOST LIKELY LOVE'?

Cihan OĞUZ.....299

KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

ANALYSIS OF POSTGRADUATE THESES ON CRISIS COMMUNICATION AND CRISIS MANAGEMENT

Özlem DUĞAN, Mustafa DEMİREL, Selda AKÇALI, Merve KAYA.....317

ŞİRİNLER ÇİZGİ FİLMİNİN İDEOLOJİK YÖNELİMLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

AN ANALYSIS OF THE SMURFS CARTOON IN TERMS OF IDEOLOGICAL ORIENTATIONS

Şeyma Nur İMİR.....341

DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ

THE EFFECT OF TECHNICAL FEATURES AND USABILITY OF DIGITAL BROADCASTING PLATFORMS ON USER EXPERIENCE: NETFLIX EXAMPLE

Türkan Öykü BÜYÜKÇELİKOK, Necmi Emel DİLMEN.....359

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi

ISSN: 2149 - 486X e - ISSN: 2717-8617

Cilt 10 Sayı 3 Eylül - 2024

GENEL DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006

İCD CİLT 10 SAYI 3 DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2024.1003

İLİŞİM: <https://icd.aydin.edu.tr/tr/2024-eylul-cilt-10-sayi-3/>

İCD EYLÜL 2024 DOI NUMARALARI

Araştırma Makalesi / Research Article

ÇERNOBİL DİZİSİ: BELGESEL DRAMA VE SİMÜLASYON

CHERNOBYL TV SERIES: DOCUMENTARY DRAMA AND SIMULATION

Ahmet Nafiz KAVİ, Onur AKYOL, Mehtap KAVİ

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3001

YAPAY ZEKÂNIN ÖZNEL BEĞENİLERİ TAKLİT ETME YETİSİNE İTİRAZ: "ATATÜRK'ÜN EN SEVECEĞİ ŞARKILAR" NE KADAR GERÇEKÇİ?

CHALLENGING ARTIFICIAL INTELLIGENCE'S ABILITY TO IMITATE SUBJECTIVE TASTE: HOW REALISTIC IS 'SONGS ATATÜRK WOULD MOST LIKELY LOVE'?

Cihan OĞUZ

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3002

KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

ANALYSIS OF POSTGRADUATE THESES ON CRISIS COMMUNICATION AND CRISIS MANAGEMENT

Özlem DUĞAN, Mustafa DEMİREL, Selda AKÇALI, Merve KAYA

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3003

ŞİRİNLER ÇİZGİ FİLMİNİN İDEOLOJİK YÖNELİMLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

AN ANALYSIS OF THE SMURFS CARTOON IN TERMS OF IDEOLOGICAL ORIENTATIONS

Şeyma Nur İMİR

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3004

DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ

THE EFFECT OF TECHNICAL FEATURES AND USABILITY OF DIGITAL BROADCASTING PLATFORMS ON USER EXPERIENCE: NETFLIX EXAMPLE

Türkan Öykü BÜYÜKÇELİKOK, Necmi Emel DİLMEN

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3005

EDİTÖRDEN

Sevgili İletişim Çalışmaları Dergisi Okuyucuları,

ICD'nin, Eylül 2024 Cilt 10 Sayı 3 yayınıımızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında detaylı ve şeffaf hakem süreci sonrasında kabul edilen toplam 11 yazarın 5 araştırma makalesi bulunmaktadır. Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayınlamak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin.

Bizlere meltembasaran1@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Saygılarımla.

Doç. Dr. Veli BOZTEPE

İstanbul Aydın Üniversitesi

Florya Kampüsü 34295

İstanbul, TÜRKİYE

Tel: +90 212 4441428

e-mail: veliboztepe@aydin.edu.tr

URL: <http://icd.aydin.edu.tr>

ÇERNOBİL DİZİSİ: BELGESEL DRAMA VE SİMÜLASYON

Ahmet Nafiz KAVİ
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
kavi.ahmet@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3728-0301>

Onur AKYOL
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
onur.akyol@istanbul.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-3417-9777>

Mehtap KAVİ
Uşak Üniversitesi, Türkiye
kavi.mehtap@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0830-2594>

<i>Atf</i>	Kavi, A. N., Akyol, O., Kavi, M. (2024). "ÇERNOBİL DİZİSİ: BELGESEL DRAMA VE SİMÜLASYON". İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 265-298
------------	---

Geliş tarihi / Received: 22.08.2024

Kabul tarihi / Accepted: 18.09.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3001

ÖZ

Amerikan yayıncısı HBO ile İngiliz yayıncı SKY ortak yapımı belgesel drama *Çernobil* dizisi (2019), 26 Nisan 1986 yılındaki nükleer kazayı konu edinirken, arşiv ve haber görüntülerini neredeyse birebir yeniden oluşturma yolunu tercih etmiştir. Baudrillard'ın simülasyon kavramsallaştırması ekseninde değerlendirildiğinde, tasvirin gerçeğin yerini alabildiği değerlendirilmiş ve dizinin kolektif belleğin inşasında rol oynayabileceği tartışılmıştır. Araştırmanın amacı, gerçekçi bir mizansen arayışında arşiv görüntülerin taklit edilerek yeniden üretildiğini ortaya koymaktır.

Popüler kültür ürünü olan *Çernobil* dizisi, söylem olarak; soğuk savaş dönemindeki Sovyet rejimi ve rejimin devamlılığını sağlayan temsil mekanizmalarından biri olan bürokrasi ve katı hiyerarşinin tüm insanlık ve çevre için büyük bir tehdit oluşturduğu söylemini üretmektedir. Sinematografi, yapım tasarımı (dekor, kostüm

vb.) ve görsel efektler sayesinde elde edilen gerçekçi görüntüler kurgulanmış olay örgüsü ve dramatisasyona meşruiyet kazandırma amacını taşımaktadır. Arşiv görüntüleri ise; konu ile ilgili derinlemesine araştırma yapacak kişilerin karşısına çıktığında, (dizi ile yüksek oranda benzerlik taşıması nedeniyle) dizinin gerçeğe son derece sadık olduğu imajını oluşturacaktır. Bu nedenle arşiv görüntülerin taklidi yapım için özel bir öneme sahiptir.

Vaka çalışması olarak ele alınan dizinin yapımcıları tarafından arşiv görüntülerin taklidinin yeniden oluşturulduğu betimsel analizle ortaya konmuştur. Analiz için erişilebilen arşiv görüntüleri dizideki görüntüler ile karşılaştırılmış ve taklit görüntüler tespit edilmiştir. Birbirinin tekrarı niteliğindeki görüntüler ise araştırmanın kapsamı göze alınarak dahil edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Çernobil, Dizi, Belgesel Drama, Kolektif Bellek, Simülasyon

CHERNOBYL TV SERIES: DOCUMENTARY DRAMA AND SIMULATION

ABSTRACT

The documentary drama series Chernobyl (2019), co-produced by the American broadcaster HBO and the British broadcaster SKY, chose to recreate archive and news footage almost verbatim while covering the nuclear accident on 26 April 1986. When evaluated on the axis of Baudrillard's conceptualisation of simulation, it is evaluated that depiction can replace reality and it is discussed that the series can play a role in the construction of collective memory. The aim of the research is to reveal that archive images are imitated and reproduced in the search for a realistic mise-en-scene.

As a popular culture product, the Chernobyl series produces the discourse that the Soviet regime during the cold war period and the bureaucracy and strict hierarchy, which is one of the representation mechanisms that ensure the continuity of the regime, pose a great threat to all humanity and the environment. The realistic images obtained through cinematography, production design (decor, costumes, etc.) and visual effects aim to give legitimacy to the fictionalised plot and dramatisation. Archival footage, on the other hand, will create the image that the series is extremely faithful to reality (due to its high degree of similarity with the series) when confronted by people who will conduct in-depth research on the subject. Therefore, the imitation of archive footage has a special importance for the production.

It was revealed through descriptive analysis that the imitation of archive images was recreated by the producers of the series taken as a case study. The archive

images accessible for the analysis were compared with the images in the series and imitation images were identified. Repetitive images were not included considering the scope of the research.

Keywords: *Chernobyl, Series, Docudrama, Collective Memory, Simulation*

GİRİŞ

Toplumsal bellekte yer tutan olaylar genellikle tarihsel bakımdan önemli, toplumların kaderini etkileyen büyük ve bilindik olaylardır. Çernobil nükleer kazası da bir dönemin en önemli küresel olaylarından birisi olmuştur. Yayınlandığı dönemin konjonktürü içerisinde değerlendirildiğinde *Çernobil* dizisi; genellikle nükleer enerjinin çevreye olası zararları ve daha ziyade eski Sovyetlerin ideolojik yönetim tarzının yaşama yönelik olumsuz yansımalarını hatırlatan bir işleve sahiptir. *Çernobil* dizisinin ilk kez yayınlandığı 2019 yılında henüz geniş çaplı Rusya-Ukrayna savaşı başlamamıştı. Nükleer savaş tehdidi ise uzak bir ihtimal olarak görülmekteydi. Aradan geçen süre içerisinde yeniden hissedilmeye başlayan Nükleer Savaş tehdidi, nükleer enerjinin çevreye ve doğaya uzun vadeli zararlarının ve Sovyet rejiminin yönetim tarzına dair eleştirilerin ötesinde, kitlesel bir yıkım tehlikesini tekrar hatırlatmıştır. Bu nedenle, *Çernobil* dizisini 2024 yılında yeniden değerlendirerek mevcut küresel politik duruma göre bir kez daha yorumlamak; belgesel drama türünün kamuoyu oluşturma ve kolektif bellek inşa etme gücünü anlamaya ve ortaya çıkan söylemin zihinleri yönlendirebilme potansiyelini ortaya koyacaktır. Çalışmada, dizinin üretim pratiğinin bu amacı gerçekleştirilmeye nasıl katkıda bulunduğu incelenecektir.

Ukrayna-Rusya savaşının başlamasının ardından yine bir tarihsel drama olarak ortaya çıkan 2023 yapımı ve 100 milyon dolar bütçeli *Oppenheimer* filmi de büyük ilgi görmüştür. *Oppenheimer* filmi nükleer enerji alanında bilimin, siyasetin entrikalarına kurban edildiği ve batılı bilim insanlarının nükleer enerjinin insanlığa karşı oluşturduğu büyük tehditte dolayı pişmanlığını anlatan bir tema üzerine inşa edilmiştir. Filmin söylemi, yükselen Nazi tehdidine karşı Batılıların atom bombası üretmeye “mecbur” kaldığı yönündedir ve o dönemdeki küresel bağlamla uyumludur. Dolayısıyla, kültürel ürünlerin politik ve ideolojik işlevi öne çıkmaktadır. 5 bölümlük ve kadrosunda yıldız oyuncu barındırmayan bir yapıma göre oldukça büyük bir bütçe ile çekilen (40 milyon dolar) *Çernobil* dizisi de yayınlandığı dönemde çok ilgi görmüş ve Imdb (Imdb.com) sitesinin rakamlarına göre (9.3puan) tüm zamanların en beğenilen 5. dizisi konumundadır. Dolayısıyla, tarihsel olay ve kişileri işleyerek gerçekle bağ kuran bu tür yapımlar geniş hedef kitleler üzerinde düşünce şekillendirme aracı olarak kullanılabilir. Hat-

Çernobil dizisinin yayınlanması ve büyük ilgi görmesinin ardından Nükleer tesisin bulunduğu bölge turist akınına uğramıştır (Polyzogopoulou, 2020, s. 55). Hat-

ta dizinin çekildiği Litvanya'nın Visaginas şehri de turistik ilgi odağı olmuştur (Mažeikienė ve Gerulaitienė, 2022). Film ve dizilerin çekildiği mekânlara hayran ilgisi bilinen bir durumdur ancak burada uzun zamandan beri yerinde duran ancak yeniden hatırlanan bir mekân ve olay söz konusudur. Dolayısıyla kolektif hafızanın yeniden şekillenmesi için uygun bir zemin oluşmaktadır.

Donstrup ve Algaba (2020), *Çernobil* dizisi ile ilgili yaptıkları ideolojik söylem analizinde, dizi aracılığıyla sosyopolitik bir hayal inşa edildiğini ve Batı ile Doğu arasındaki nostaljik ikiliğin yinlendiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmada ise söylemin inşasında üretim pratiğinin önemi üzerine yoğunlaşmıştır.

Kollektif hafızanın inşası ve güncel meselelere bakışı yönlendirmek için kültür ürünlerinin kullanımı önemli bir araçtır. Bu doğrultuda, çalışmada *Çernobil* dizisi Baudrillard'ın simülasyon kavramsallaştırması ekseninde ele alınarak belgesel drama yoluyla “gerçeklik” oluşturma biçimi analiz edilecektir. Bir vaka çalışması olarak tercih edilen *Çernobil* dizisinin üretiminde gerçek arşiv görüntülerinin (belgesel, haber vb.) doğrudan kullanılması yerine nasıl yeniden üretilerek gerçeğe atıf yapıldığı, böylelikle dramatizasyona ve söyleme nasıl meşruiyet kazandırıldığı ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bir başka ifadeyle, büyük maddi yatırım yapılan ve sadece eğlence endüstrisinin bir parçası olarak dar bir çerçeveye sığdırılmayacak olan bu tür bir yapımın, hangi yöntemlere başvurarak kendi gerçekliğini ürettiği betimsel analizle incelenmiştir. Analiz aşamasında arşiv görüntüleri ile bunların dizide nasıl taklit edildiği ilgili ekran görüntüleri karşılaştırılarak tespit edilmiştir. Çalışma sinematografik öğelerin (görüntü yönetimi araçları) de içeriği desteklemede önemli bir unsur olabileceğini *Çernobil* örneği ile ortaya koymaktadır. *Çernobil* ile ilgili olarak farklı perspektiflerden çalışmalar uluslararası literatürde mevcut olsa da sinematografik öğeler bakımından inceleyerek literatüre katkı sağlamak amaçlamıştır.

AMERİKAN-İNGİLİZ ORTAK YAPIMI ÇERNOBİL

İngiliz SKY ile Amerikan HBO tarafından üretilen dizi 77. Altın Küre ödüllerinde ve 71. Prime-Time Emmy Ödüllerinde “en iyi mini-dizi” ödüllerini almıştır. Dizi bir popüler kültür ürünü olarak oldukça ilgi görmüştür (Imdb).

1986'da yaşanan nükleer felaketi 2019 yılında yeniden hatırlatan *Çernobil* dizisi; insanların radyasyon karşısındaki çaresizliğini ve nükleer enerjinin olası tehlikelerini işlerken, konuya nükleer enerji geriliminden ziyade totaliter rejimlerin bilimsel gerçekliklerden kopuk ve sorumsuz davranışları neticesinde ortaya çıkabilecek bir felaket olarak yaklaşmaktadır (Ali, 2020, s. 156-158). Ancak Ukrayna-Rusya savaşı ve sonrasında NATO, ABD ve AB'nin de sürece dair eylemleriyle gerilim tırmanmış ve hiç ihtimal verilmeyen nükleer savaş bir anda mümkün bir olasılık hâline gelmiştir. Nitekim *Oppenheimer* filminin çıkış zamanlaması da bu nükleer savaş tehdidi ortamında kitlelere geçmişin felaketlerini hatırlat-

mıştır. Bunu yaparken ise konuyu bilim adamları ve siyasetçilerin ihtirasları ile politik mücadele perspektifinden işlemiş, Nazi tehdidini öne çıkararak bir anlamda ABD'nin atom bombası atmış olmasını “buna mecbur kaldı” söylemine indirgemıştır. Dolayısıyla filmi sadece bir eğlence aracı olarak değerlendirmemek gerekmektedir. Buradan hareketle *Çernobil* dizisinin de yalnızca bir meta olarak izleyiciyi eğlendirmek dışında tarihsel bir olayı yapımçısının bakış açısıyla yorumladığı söylenebilmektedir.

Çernobil dizisi tarihsel bir felaketin jeopolitik ile ilişkilendirilerek, film ve TV içeriklerinin iletişim gücünden yararlanmanın önemli bir örneğidir. Film ve TV içerikleri sayesinde güçlü bir kolektif bilinç ortaya çıkabilecek ve insanların çevre sorunlarına yönelik duyarlılıkları güçlenebilecektir (Malvica vd., 2023, s. 113). Dizi ile ilgili görüşlerin bir kısmı çevre sorunları perspektifinden konuya yaklaşırken bazı görüşler ise konunun ideolojik yönüne de vurgu yapmaktadır. Schmid'e göre (2020, s. 1160) yaşadığımız hiper görsel kültürde *Çernobil* dizisinin olağanüstü sinematografisi sayesinde insanların ilgisi konuya çekilerek, tarihçilerin olayla ilgili gerçek ve detaylı bilgileri kamuoyuna aktarmasına aracılık edilebilecektir. Ali'ye göre (2020, s. 155) *Çernobil* dizisi nükleer enerji karşıtlığı ya da Sovyet rejimine yönelik bir polemikten ziyade sansürcü ve otoriter bir rejimin gerçekleri örtbas etmesindeki acımasızlığına vurgu yapmaktadır. Bu tercih ile aslında Sovyet rejiminin mirasçısı olarak Rusya'ya yönelik “geçmiş hatırlatma” yoluyla bir eleştiri yapılmaktadır. Soğuk savaşın sona ermesiyle topyekûn nükleer savaş tehdidinin de giderek azaldığı fakat terörizm ve iklim değişikliği gibi yeni endişelerin ortaya çıktığı bir döneme geçilmiştir. (Ali, 2020, s. 160). Ancak bu durumun da her an bir başka boyuta evrilebileceği Ukrayna-Rusya savaşı ile anlaşılmıştır.

Kurgusal medya içerikleri kolektif belleği şekillendirmede önemli bir güçtür. Roman ya da film gibi kurgusal içerikler, geçmişin imajlarını yeniden üretip şekillendirerek nesiller boyu hatırlanacak hâle getirebilmektedir. Bu tür hafıza yaratan roman veya filmlerin tarihsel doğruluk gibi bir kaygısı olmayabilir. Onun yerine otantiklik ve doğruculuk gibi kavramlarla öne çıkarlar. Kültürel hafızaya etki edebilmenin ön koşulu ise kolektifliktir. Birey değil topluluk tarafından tüketilmelidir. Bu yönüyle film, popüler kültürel hafıza oluşturma etkisi bakımından öne çıkmaktadır (Erlil, 2008, ss. 389, 395). Dolayısıyla *Çernobil* dizisi özelinde “suçlu ve suç” hafızalarda canlı tutulmaktadır ve olası bir ihtilafı durumda kamuoyu suçluya karşı bir ön kabule sahip olabilecektir.

Yapım tasarımı, kostüm tasarımı ve mizansen yoluyla tarihsel bir olayı dramatisasyon tekniklerinden yararlanarak üreten *Çernobil* dizisi, drama (kurgu)- belgesel olarak değerlendirilmektedir. Kurgusal eklentiler ve “kahraman” yoluyla izleyicinin ilgisini çekme ve eğlendirici niteliği desteklenmektedir (Gambarato

vd., 2022, s. 277). Bu dramatizasyon da doğal olarak bir temsil sorunu ortaya çıkarmakta ve gerçeklikle ilgili tartışmalara yol açmaktadır.

Dizinin gerçek olayları dramatize ederken hayali birçok unsurla harmanlaması dışında bazı karakterlerin yanlış temsil edilmesi eleştirilere konu olmuştur (Ali, 2020, s. 159). Diziyeye yönelik olarak Rusya'daki medya tepkisi ise özetle “maksatlı bir Amerikan propagandası” şeklinde ortaya çıkmıştır (Johnson, 2019). Nitekim, “geçmiş tarihsel olarak dile getirmek, o geçmiş ‘gerçekte nasıl olduysa, öyle’ bilmek değildir.” ifadesiyle Walter Benjamin (2014, s. 39)’in burada vurguladığı durum, temsilin asla aslının yerini alamayacağıdır. Temsil sorunu ise inandırıcılıkla bertaraf edilmeye çalışılmaktadır. İnandırıcılık ise yüksek kaliteli teknik yapım unsurları ile sağlanmaktadır.

Tarihsel olayları konu edinen filmlerde çoğu zaman siyah-beyaz, soldurulmuş ve/veya sallanan kamera görüntüleri izleyiciye arşiv görüntülerini, belgesel/haber görüntülerini hatırlatmak için özellikle tercih edilmektedir. Bazen gerçek belgesel materyaller de doğrudan filmlerde yer almakta, bahsedilen tarihsel olayla kurgu içerik birbirine bağlanmakta ve gerçek ile kurgusal görüntüler arasında sınır belirsizleşmektedir. Bu yolla “gerçeklik etkisi” oluşturulmaktadır (Erll, 2008, s. 394). *Çernobil* dizisinin arşiv görüntülerini yeniden oluştururken tam da bu savı destekleyen bir yapım yaklaşımı sergilediği görülmektedir.

Profesyonel kamera ile çekilen ve iyi bir sinematografik düzenlemeye sahip görüntüler izleyiciler üzerinde “iyi çekilmiş” şeklinde bir his yaratırken, amatör kamera (ya da haber, arşiv vb. amaçla) ile çekilmiş görüntüler gerçeklik hissi uyandırmaktadır. İlkinde; izleyici, görüntüler ne kadar etkileyici olursa olsun mizansenin farkındadır. İkinci durumda ise izlediğinin gerçek olduğuna dair şüphe duymamaktadır (Hızal, 2012, s. viii). Dolayısıyla amatör kamera/haber görüntüsü estetiği *Çernobil* dizisinin üstün yapım tasarımını destekleyerek inandırıcılığı arttıran bir etken olmuştur.

Nükleer tesis görüntülerinin bir kısmının Litvanya'daki hizmet dışı bir nükleer reaktörde çekildiği yapım, çok titiz bir biçimde dönemin gerçek atmosferini yansıtacak bir yapım tasarımına sahiptir. Binalar, evlerin içi, kıyafetler gibi detaylar özenle yeniden oluşturulmuştur (Braithwaite, 2019, s. 154). Bir belgesel filmde canlandırmanın asli unsurlarından birisi de dekor, aksesuarlar ve kostümlerdir. Susam'a (2015, s. 192) göre bu tür unsurlar geçmişin taşıyıcısıdır. *Çernobil* dizisinin övgü alan prodüksiyon tasarımı ve kostümleri de bir canlandırma işlevi görmektedir. *Çernobil* dizisi elbette bir belgesel değildir ancak, belgeseldeki canlandırma ile dizideki mizansen aynı paralelliktedir.

Gerçekliğin en önemli dayanağı, yalnızca görünürde olmalarına rağmen gerçek denilen biçimlerdir ve tam da görünüşlere sadık kaldıkları için gerçeklik izlenimi

verirler. Kamera sayesinde film bakış açımızı çarpıtabilir ancak nesnelere çarpıtamaz. Dolayısıyla, “gerçek” dekora yönelik mutlak, evrensel bir talep vardır. Sinemada dekor gerçeğe çok uygun olmasa bile, sinema birçok hile sayesinde gözü etkili biçimde aldatabilmektedir. Görünüştaki bazı biçimlerin aldatmacalarına dayanan bu ‘gerçekçilik’ le hayal kurabiliyoruz; izleyicinin nesnel, bedensel olarak gördüğünü sandığı şey tam anlamıyla efektler ve sahtekarlıktır (Morin, 2005, s. 117, 158). *Çernobil* dizisinin yapımında gerçeğe çok benzeyen mekânlar dışında önemli unsurlardan birisi de titiz görsel efekt çalışmasıdır.

Schmid (2020)’den aktaran Malvica (vd., 2023, s. 119)’ne göre dizide gerçekle uyuşmayan ya da uydurulmuş birçok durum söz konusudur. Dizide, felaketin insan hatası boyutu yoğun bir şekilde işlenirken, sonrasındaki sansür ve gizleme çabası da aynı derecede kusurlu bir davranış olarak sergilenmektedir (Malvica, 2023, s. 120). Dizinin senaristi ve yaratıcısı Mazin, *Çernobil*’de gerçeğe mümkün oldukça yakın olmak istediklerini ancak öykü anlatabilmek adına bazı gerçeklikleri değiştirmek zorunda kaldıklarını ve nerede hangi değişiklikleri yaptıklarını izleyiciye anlatmak için diziyle beraber aynı anda yayınlanan beş bölümlük (bir tane de fazladan) podcast serisi hazırladıklarını söylemiştir. Mazin, bazılarının bunun dizinin altını oyacağını düşündüğünü ama kendisinin “tam tersine daha da ilginç hâle getireceğini düşündüğünü” ifade etmiştir. Mazin’e göre, yapımın belgesel olma iddiası yok ancak yapımı dramatik yeniden anlatma (dramatic retelling) olarak tanımlamaktadır (Mazin ve Sagal, 2019).

Birleşmiş Milletlerde *Çernobil* kazasının yıl dönümdeki bir etkinliğe katılan Mazin, Belarus ve Ukrayna yetkililerinin de bulunduğu bir özet gösterim yaptıklarını ve izleyenlerin duygulandığını ifade etmiştir. Burada “bilinçli” kitleler tarafından da yapımın etkileyici bulunması önemlidir. Mazin, kendisine yöneltilen bir soru üzerine; nükleer sızıntının yoğun bir şekilde devam ettiği dönemde yapılan skandal geçit törenine neden dizide yer vermediklerini, “çok pahalı bir sahne olacağı için çıkardık” şeklinde açıklamıştır. Bir başka soruda neden ABD’deki Üç Mil Adası vb. nükleer kazaların işlenmediğine cevap olarak; “*Çernobil*’e göre çok daha küçük bir kazaydı ve çevreleme binamız vardı” şeklinde bir cevap vermiştir (Oysa orada da önemli bir sızıntı gerçekleşmiş ve çok büyük bir tehlike atlatılmıştır) (Mazin ve Sagal, 2019). Bu tür ifadelerden anlaşılacağı üzere dizinin yaratıcısı bir seçme-eleme yaparak anlatıyı ortaya çıkarmıştır.

Gambarato (vd. 2022), *Çernobil* dizisinin uyarlandığı kitaptan yola çıkarak diziyi transmedya olarak değerlendirmiştir. Benzer biçimde, felaket ile ilgili o dönemde çekilen görüntülerden üretilmiş televizyon haberleri, belgeseller vb. içeriklerden doğrudan yararlanılması ve yeniden üretim yoluyla yapıma dahil edilmesi ise bir medyalararasılık ortaya çıkarmaktadır. Erl’ (2008, s. 396) göre diğer medya temsillerinden oluşan sıkı bir ağ ile bir filmin kültürel hafızada yer etmesi pekiş-

mektedir. Örneğin yapımın ele aldığı konu ile ilgili tartışmaların yer aldığı gazete ve dergi yazılarından, politik konuşmalar ve akademik tartışmalara, yapımın kamera arkası görüntüleri, yapım ekibi ile gerçekleştirilen röportajlar, tarihsel arka plan hakkında bilgiler vb. ile dikkatlice hazırlanmış pazarlama faaliyetleri neticesinde “tarih hakkındaki” bir film, “hafıza yaratan” bir filme dönüşebilmektedir.”

“Somut imgeler genel kanının aksine durağan, statik ve sürekli değildir; tıpkı rüya imgeleri gibi onlar da farklı kişiler tarafından farklı biçimlerde algılanır ve yalnızca görsel olmayıp çoklu durum kavrayışları ve açıklamaları da içerebilirler.” (Mitchell, 1986’dan akt: Hızal, 2012, s. 11). Olayı yaşamış ve halen hayatta olan insanlarla, olan biteni onların ağzından dinlemiş olan kişilerin algılamalarıyla, Batılı izleyici ve eski Sovyet ülkelerinden izleyicinin algılaması birbirinden farklı olacaktır. İzleyiciler kendi deneyimlerine ve kültürel sermayelerine göre imgeleri alımlayacaktır.

Susam’a göre (2015, s. 183) “...belgeseller genellikle büyük tarihsel anlatıların yerine kişisel olanı koyarak geçmişini de bugünü daha insan merkezli anlamamızı sağlıyorlar.” Burada belgesel için söylenenler, pekâlâ belgesel dramalar içinde çoğu durumda geçerlidir. *Çernobil* dizisi de kişilerin de bireysel öyküleri üzerinden bir anlatı oluşturarak olayın insani boyutuna dikkat çekmekte ve özdeşleşme yoluyla etki gücünü artırmaktadır.

Egemen ideoloji (burada Hollywood’u baz alabiliriz), buyurgan ve saldırgan bir dille inşa edilmiş kurgu sayesinde “etkileyici” bir anlatı ortaya çıkarabilmektedir. Bu dil ise gerçeğin temsiliyetini bozarak, yanlış ve/veya eksik temsiller yoluyla toplumsal belleği şekillendirmektedir (Susam, 2015, s. 234).

BELGESEL DRAMA (DOCUDRAMA) OLARAK ÇERNOBİL

Belgesel drama ya da yarı belgesel olarak Türkçeleştirilen ‘docudrama’ ifadesi Cambridge Dictionary’de “hikâyesi gerçekten yaşanmış bir olaya veya duruma dayanan, ancak her ayrıntısının doğru olması amaçlanmayan bir televizyon programı” şeklinde tanımlanmaktadır. Belgesel drama ve drama belgesel, birbirinin yerine kullanılabilen ve kafa karışıklığına neden olabilmektedir. Belgesel drama ifadesi ise daha baskındır. Drama belgesel daha çok İngiliz geleneğindeki gerçekçi yönü ağır basan yapımları kastetmektedir. Belgesel drama ise daha çok kişileri odağına alan biyografik ya da sosyal dramaları ifade etme eğilimindedir. Bu iki kavram docudrama ve dramadoc olarak kısaltılmaktadır (Lipkin v.d., 2006, s.16). Belgesel drama ile belgeseller arasında kaynak materyal bakımından benzerlik söz konusudur. Nichols (2010, s. 7-16)’e göre belgeseller için üç ortak varsayım mevcuttur; 1. Belgeseller, gerçekten olmuş bir şey hakkındadır. 2. Belgeseller gerçek insanlar hakkındadır. 3. Belgeseller gerçek dünyada neler olduğu ile ilgili öyküler anlatır. Belgesel dramalar ise, gerçek kanıtlara dayandırılan fakat yüksek oranda yapılandırılmış ve duygusal yoğunluğu artırılmış yapım-

lardır. Ayrıca bilgi vermenin yanında eğlendirmeyi amaçlamaktadırlar. *Çernobil* de gerçek olaylara dayanmakta ancak öncelikle ticari bir metadır ve bu nedenle dramatize edilmiş bir öykülemeye sahiptir.

Belgesel ve drama kelimelerinin bileşiminden ortaya çıkan melez bir kavram olan belgesel drama (docudrama) özellikle melodrama atfı yapmaktadır. Belgesel drama, gerçek belgesellerdeki “sahnelenmemiş” ilişkili imajlar yerine yarı ilişkili imajları koymaktadır. Belgesel dramanın belgesele göre en önemli sorunsalı; tarihsel gerçekleri anlatmaya çalışan ancak daha pazarlanabilir olan kitle kurgusu yöntemini izleyen sahte belge olarak görülmesidir. Çünkü yaygın eğilim, eserin belge ile olan ilişkisi üzerine tartışmaktır. Belgesel drama tarihsel dünyaya ilişkin belgesel olma iddiasında olmasa da ele aldığı materyalle olan güçlü bağı korumaktadır. Böylelikle belgesel drama; insanları, yerleri, eylemleri ve olayları tasvir ederken, gerçek konular hakkında güçlü, çekici ve ikna edici argümanlar sunmaktadır (Lipkin, 2002, s. 1-4). *Çernobil*'de olayla ilişkili gerçek insanlara yer verilirken, karakterler arasındaki ilişkiler ve diyaloglar öykülemeye hizmet edecek şekilde yapılandırılmıştır. Kişilerin gerçek olması olayla bağ kurmaya yetmektedir.

İçerik açısından değerlendirildiğinde belgeseller; gerçek insanlar, yerler ve olayları, gerçek hayattan bir kesit olarak sunmayı hedeflerken, kurgusal filmler; üretilmiş insanlar, yerler ve olayları gerçek dünyaya aitmiş gibi tasvir etmektedir (Rhodes ve Springer, 2006, s. 4). Gerçeğin dramatize edilmiş temsili, her zaman onun gerçeğe yakınlığına dayanan ikna edici bir güce sahiptir. Robert Flaherty'nin çoğu zaman dünyanın ilk belgesel filmi olarak anılan 1920 yapımı Kuzeyli Nanook filmi tamamen mizansenden oluşmaktadır. Belgesel dramalar da izleyiciyi ikna etmek için genel olarak kurgusal filmlerin yapım kurallarını izler; devamlılık kurgusu, gerçekçi mizansen ve doğal oyunculuk sayesinde kuşku uzaklaştırılır. John Grierson'un belgesel ile ilgili ünlü “gerçeğin yaratıcı biçimde yorumlanması” tanımı Avrupa'da cinema vérité, ABD'de ise direkt sinema akımlarını etkilemiştir. Özetle yeni ve kompakt kamera ses ve kayıt teknolojilerinin sağladığı esneklikle film yapımcıları gerçeğe yaklaşabilme imkânı bulmuşlardır. Bu yeni sinema dili ile film yapımcıları sosyal meselelere el atarken, 1970'lerde ABD televizyonlarındaki “haftanın filmi” adıyla anılan TV filmlerinin gerektirdiği üretim artışı belgesel dramanın yükselişinin iki ana nedeni olmuştur (Lipkin v.d., 2006, s. 18-19).

Belgesel materyal kullanımı, belgesel dramanın önemli ve ayırt edici bir özelliğidir. Haberler ve belgesellerle aynı kaynaklardan yararlanılarak yarı belgesel olma iddiası doğrulanır ve güvenilirlik sağlanır. Bu belgesel materyal dramatik akışı nadiren bozmaktadır, buna karşın materyalin kendisi de bir dramatik işlev sahiptir ve belgesel drama için hayati önem taşır. Gerçeklere dayalı bilginin retorik gücü, izleyiciyi dramanın içine çekebilmektedir (Paget, 2011, s. 105).

Çernobil'de arşiv görüntülerine doğrudan yer verme gibi bir yaklaşım yoktur ancak yine de mizansen büyük oranda haber ve arşiv görüntülerinin taklit edilmesi şeklinde oluşturulmuştur. Böylelikle bir yandan “kurgu” öte yandan da kaynağını gerçek görüntülerden alması sayesinde “gerçek” birbirine koşturarak var olmaktadır. Lipkin (2002, s. x) film çalışmaları alanında belgesel dramayı başka anlatı türleri altında kategorize etme eğilimi olduğunu öne sürerek, tarihsel film ya da biyografik film gibi adlarla anıldığını ifade etmektedir. İkna edici güce sahip eserler olarak belgesel dramalar, anlatı ile belgesel arasındaki sınırı aşarak, her ikisinin stratejilerini harmanlar ancak tam olarak ikisine de ait değildir. Nitekim bu çalışmanın odağındaki *Çernobil* dizisi de yaratıcısı Craig Mazin tarafından “tarihsel drama” olarak tanımlanmaktadır. Belgesel dramadaki melezlik; belirsiz göstergelerle, canlandırmaların gerçeğe yakınlığıyla, gerçeğe nedensel benzerliklerle ve gerçeğin temsilleriyle oluşmaktadır. Baskın kod ve uzlaşımları kurgusal olmayan/belgesel ve dramatik/melodramatiktir (Lipkin v.d., 2006, s. 23). Mazin'in ifadesi hem tarihsellik bağıyla gerçeğe hem de bunun bir eğlence endüstrisi ürünü olduğuna atıf yapmaktadır.

Kurgusal olmayan yapımlar türlerinde de bazen yaşamın kendisinden kaynaklanan doğal bir drama mevcut olabilmektedir. Bir anlaşmazlık ya da duygusal yoğunluk gibi durumlara bakılarak dramatik yapaylık yerine “keşfedilmiş drama” ortaya çıkabilmektedir (Spence ve Navarro, 2011, s. 139). Özellikle bir insanın kişisel öyküsüne yoğunlaşıldığında ortaya çıkan keşfedilmiş drama sayesinde izleyici açısından özdeşleşilebilecek karakterler ortaya çıkarılabilmektedir. *Çernobil*'deki Lyudmilla Ignatenko karakterinin tam da böyle bir işlevi söz konusudur; Yoğun radyasyona maruz kalan itfaiye eri eşine ulaşmak için çok çaba sarf eden, radyasyonun etkilerini kestirmeden kendisini ve karnındaki bebeğini farkında olmadan riske atan kadın, izleyiciye özdeşleşme imkânı sunmaktadır.

Lipkin'e (2011, s. 1-3) göre belgesel dramanın ikna etme mantığı teminata dayanmaktadır. Bu teminat belgesel drama temsilini, temsil ettiği gerçeğe dayandırır. Teminatlar; simgesel temsiller, gerçek görüntüler ya da canlandırmalar ve gerçek ile üretilmiş materyalin aynı ekranda etkileşime girmesi gibi örnekleri içerir. Belgesel dramanın geçmişi canlandırması üç temel varsayıma dayanmaktadır. Birincisi; belgesel drama önemli olayları ve bu olayların içerisindeki önemli bireylerin eylemlerini yeniden oluşturur. İkincisi; başkalarının hafızasına ait olanı bizim hafızamız haline getirir. Üçüncü ise; belgesel dramadaki temsil toplumsal belleği şekillendirir ve geçmişe karşı sorumluluk da bu temsilin etik çerçevesini oluşturur. Lipkin belgesel dramayı bir türden (genre) ziyade bir sunum biçimi olarak tanımlamaktadır. O'na göre belgesel drama bir öykü biçimi değil, geçmiş hakkındaki söylemi ifade etmenin aracıdır. Belgesel materyalin yani işlenen konunun tipik Hollywood anlatım biçimi ile birleşmesidir, buna karakter gelişimi, çatışma ve sonuç gibi unsurlar da dahildir.

Belgesel dramanın yapılandırılmış bir öykülemeye sahip olması onu belgesel türünden tamamen ayrı tutmaya yetmemektedir. Zira belgesellerde de belli oranda mizansen, bakış açısı ve söylem devreye girmektedir. Nichols'e (1991, s. 13-14) göre belgeseli tanımlarken kontrolü odağa alan; belgeselde kurgusal filmlere göre daha az kontrole sahip olduğu ifadesi yanıltıcı olabilmektedir. Zira belgeselde kontrol edilemeyen tek şey, temel mesele yani tarihin kendisidir. Yapıma dair dekor, ışık, çekim vb. değişkenler ise son derece yapılandırılmış olabilmektedir. Ayrıca kontrolü bulunmama ifadesi konunun sosyal ilişkiler (güç, hiyerarşi, bilgi vb.) boyutunu da göz ardı etmeye sebep olmaktadır. *Çernobil'*de kontrollü bir mizansen ve kontrollü bir öyküleme yoluyla konunun çok bilinen tarafları hariç olmak üzere tamamen kurgusal bir anlatı oluşturulmuştur.

Belgesel drama toplumsal hafızaya katkıda bulunurken yalnızca geçmişte olanı göstermek yerine insanların ve olayların nasıl hatırlanması gerektiğine dair bir önermede bulunur. Ayrıca, bireysel hafızadan malzeme olarak yararlanarak, insanlar, eylemler ve sonuçlar üzerinden toplumsal hafızayı şekillendirmek üzere bir argüman oluşturur. Belgesel dramanın belleği harekete geçiriyor oluşu, dekor konusuna dikkat etmeyi mecburi kılmaktadır. İşlenen konu; yer, zaman ve eylemin tarihsel açıdan önemine vurgu yaptığı için, dekor özel bir önem taşımaktadır (Lipkin, 2011, s. 4-14). *Çernobil'*in hem yapıım tasarımı hem dekor/kostüm çalışması hem de senaryoya tanıkların ifadelerinin kaynaklık etmiş olması diziye önemli oranda gerçekçilik kazandırmıştır. Gerçekler üzerinden ortaya çıkan netice ise dönemin Sovyetlerine yönelik eleştirel bir söylem barındırmaktadır. Böylelikle hatırlanacak olan şey söylemin kendisidir.

Ticari anlatı sineması giderek artan bir şekilde belgeselin anlatı tekniği ve biçimsel özelliklerini bünyesine dahil etmektedir. Bunun en eski örneklerinden biri de Orson Welles'in Yurttaş Kane filmidir. Filmin ana karakteri uydurulmuş bir karakter olmakla birlikte gerçek tarihsel bir figür olan William Randolph Hearst'ü baz alarak yaratıldığı görülmektedir. Bunun dışında filmin bazı yerlerinde kurgusal Kane karakteri ile gerçek hayattan karakterlerin bir arada yer alması, görüntülerin haber/arşiv görüntüsü olduğunu belirtmek üzere başka bir film stoğu kullanarak görüntüleri farklılaştırma, eskitme vb. teknikler kullanılması da belgesel estetiğinin anlatı sinemasına taşınmasına örnek teşkil etmektedir (Rhodes ve Springer, 2006, s. 7-8). *Çernobil'*deki arşiv görüntüleri taklit etme yaklaşımı tam da bu örnekte olduğu gibi görüntülere bir çeşit "amatör kamera" estetiği kazandırmakta, bu yolla gerçeklik etkisi artırılmaktadır.

Belgesel dramalar; ulusal ya da uluslararası tarihsel olayları, önemli kişilerin temsilini ve kamuyu ilgilendiren önemli olayları işlerken, bunları gözden geçirir ve belki de yeniden tartışmaya açar (Lipkin v.d., 2006, s. 14). Belgesel dramanın gerçek hayattaki malzemesine dair temsili iki temel soruyu ortaya çıkarır.

Birincisi; çalışma konusuna karşı dürüst mü? İkincisi; kodlar ve anlatı sineması uzlaşmaları açısından uygun mu? Bu sorulara verilen cevaplar ise en başta belgesel dramanın “belgesel” olma iddiası olmadığıdır. “Gerçek hikayelere” dayanan belgesel dramalar, izleyiciyi her zaman önceden bilinen yönlendirmekte ve izlediği film ile toplumsal hafızanın durumunu karşılaştırmaya itmektedir. Hikâyenin malzemesi olan önceden bilinen eylem, olay, kişi ve metinlere dair sahip olunan imaj ve izlenimler, filmdeki temsil ile kıyaslanmaktadır. Belgesel dramalar kaynak materyali uyarlar ve şekillendirir (Lipkin, 2011, s. 12, 21). *Çernobil*’de konu ile ilgili araştırma yapacak olan izleyici de mutlaka döneme ait arşiv görüntülerle karşılaşacaktır. Dizi ile arşiv görüntüleri arasındaki şaşırtıcı benzerlik ise dizinin gerçekçiliğine olumlu bir katkı sunmaktadır.

Belgesel gerçekçiliği ile kurgusalın gerçekçiliği arasında net bir ayrım bulunmaktadır. Kurgusal içerikte gerçekçilik, dünyanın makul ve gerçekçi görülmesini amaçlarken, belgeselde ise tarihsel dünya hakkında ikna edici bir argüman üretmeyi amaçlamaktadır. Belgeselci; tarihsel dünyanın kendini nasıl ortaya koyduğuna dair kişisel bir bakış açısı sergilerken, gerçekçi bir film üreticisi ise; hayali bir dünyayı doğal bir biçimde ancak kaçınılmaz olarak hikâyeye hizmet edecek şekilde tasvir eder ve bunu yaparken mizansen, ses ve kurgu gibi sinema araçlarını kullanır (Nichols, 1991, s. 165). *Çernobil*, bu ikilikten yararlanarak belgesel ile dramayı harmanlamakta ve “belgesel olmama” yönüyle de kendine bir kaçış alanı yaratmaktadır.

Tarihsel doğruluk ve kurgu/gerçek ayrımı belgesel drama üretiminin en önemli sorunsalıdır. Bu konuda örneğin BBC gibi kurumlarda yazılı ilkeler de mevcuttur. Buna göre belgesel dramalar için en önemli etik kod, yapay unsurların yanıltıcı bir biçimde gerçekmiş gibi sunulmamasıdır (Beattie, 2004, s. 153). Ancak gerçek ile kurgunun iç içe geçtiği *Çernobil* gibi bir yapımda bunu yapmak güçtür ve neyin gerçek neyin kurgu olduğu ayırt edilememektedir.

2000’ler sonrasında kurgu ve gerçeğin birbiri ile iç içe geçtiği yapımlar medya içerikleri arasında oldukça merkezi bir konum elde ederken hem izleyiciler hem de yapımcılar açısından bu gerilim ilgi çekici bir biçimde kullanılmaya başlandı. Belgesel tek taraflı bir biçimde dramatik kod ve uzlaşmaları ödünç almamıştır, dramatik yapımlar da belgesel ve olgusal kodları meşruiyet için kullanmaktadır. Belgesel dramalar televizyon kuruluşları için cazip bir üründür çünkü pazarlanması basit ve etkilidir. Konunun halihazırda biliniyor olması, onu kısa bir zaman dilimi içerisinde kolay ve düşük maliyetle tanıtımı yapılabilir kılmaktadır. Bu nedenle TV kuruluşlarının yöneticileri tarafından, “tüketiciye doğrudan sunulabilen bir ürün” olarak görülmektedir (Lipkin v.d., 2006, s. 24-25). *Çernobil* kazası gibi kolektif hafızada tazeliğini koruyan büyük bir tarihsel olay, tam da bu şekilde izleyiciye doğrudan ulaşabilmektedir.

ÇERNOBİL'E BAUDRILLARD'IN SİMULASYON KAVRAMI EKSENİNDEN BAKMAK

İletişim çalışmalarında sıklıkla başvurulan Baudrillard'ın simülasyon kavramsallaştırması belgesel drama türü ve özellikle *Çernobil* dizisi için de konuyu açım-layıcı bir çerçeve oluşturmaktadır. Baudrillard'a (2003, s. 53) göre; "Simülasyon... göstergeler aracılığıyla yeniden üretilen şeydir. ...hakikate bir simülakr görünümü kazandırmak bir yanıltmacadan başka bir şey değildir." Sinematografi söz konusu olduğunda gösteren ile gösterilen aynıdır, dolayısıyla göstergeler simülasyonu oluşturan doğal üreticilerdir.

Baudrillard (2003, s. 28) insan üzerinde; sonunun geleceğini kabul etmek istemediğinden geçmişe ait olanın görüntülenmesi ve bu sayede görsel bir sürekliliğin sağlanmasının rahatlatıcı bir etkisi olduğunu söylemektedir. *Çernobil* dizisi kazadan etkilenen çok sayıda insanın hafızasını tazelemektedir. Ancak, dramatik ürünlerin böyle bir işlevi olması yanında arşiv değeri taşıyan görüntülerin günümüze ait meseleleri değerlendirmedeki önemi de gözden kaçırılmamalıdır. Bu nedenle, *Çernobil* dizisi; Çernobil Kazası ve nükleer enerji konusunu politik zeminde tartışmaya açmak ve eleştirmek yanında ideolojik işleve de sahip olan bir popüler TV içeriği olarak değerlendirilmelidir.

Benjamin'e göre (2014, s. 59) sanatsal üretim günümüzde politik temelli bir söylem aracına dönüşmüş ve hakikilik ölçütü de ortadan kalkmıştır. Artık "aracın (medium) işlevi kitleler oluşturmak, türdeş insanlar ve zihinler üretmektir" (akt: Baudrillard, 2003, s. 105). "Geçmiş farklı bakış açıları ile hatırlanır. Şimdiki zamanın gereksinimleri onun nasıl hatırlandığını belirliyor." (Susam, 2015, s. 191) Buradaki gereksinim baskın ideolojinin konjonktürel ihtiyacına karşılık gelmektedir. Nükleer tehdidi tekrar hafızalarda canlandıran ve Sovyet rejimini yeren bir bakış açısı elbette ki günümüz Rusya'sının negatif hanesine yazılacaktır. Zira Sovyetlerin kültürel mirası hala orada ayaktadır ve "büyük düşman" yine Rusya'dır.

Çernobil dizisinin senaryosuna kaynaklık eden *Çernobil'in Sesleri* (Aleksievich, S. ve Gessen, K. 2005) adlı kitap bir tür anı/sözlü tarih çalışmasıdır. Susam'a göre (2015, s. 70-71) sözlü tarih çalışmaları gösteriyor ki; "seçilerek hatırlananlar kadar, seçilerek unutilenler de var." Ancak bu kitap senaryonun kaynaklarından yalnızca birisidir. Dolayısıyla dramatisasyon aşamasında çok daha yoğun bir seçme-eleme aşaması olması doğaldır. Sonuç olarak ortaya çıkan anlatının kaynağa uygunluk gibi bir zorunluluğu olmadığı gibi esas öne çıkan kendi oluşturduğu söylemdir. Olayın gerçekten tanığı olmak ile onun tasvirini deneyimlemek doğal olarak birbirinden oldukça farklıdır (Huyysen, 1999, s. 13).

Çernobil dizisinin çekildiği nükleer reaktör Litvanya'da bulunan ve Çernobil'de-kinin kopyası olan bir reaktördür. Dolayısıyla birçok dış ve iç mekân çekiminde

yapımın işini kolaylaştırmanın ötesinde; herhangi bir tesis yerine aslına çok benzeyen ve bu yolla gerçek ile arasındaki farkı rahatlıkla “gizleyebilen” bir mekân sunmaktadır. “Disneyland” örneğini veren Baudrillard (2003, s. 32), hipergerçek ve simülasyon evrenini tasvir ederken; “burada sorun yanıltıcı bir yeniden canlandırılmış gerçeklikten (ideoloji) çok, gerçeğin gerçeğe benzemediğini gizleyebilmek ve gerçeklik ilkesinin devamını sağlayabilmektir” der. Bu değerlendirme belgesel ve gerçeğe dayalı benzer içeriklerin nihai hedefi ile örtüşmektedir. Belgeseller de gerçeklik ilkesi üzerinden izleyiciyi ikna etmeyi amaçlamaktadır. Fakat belgeselde film yapımcısının müdahalesi üzerinden bir gerçeklik tartışması mevcuttur. Belgesel drama ise daha “özgür” bir biçimde gerçeklik inşa edebilmektedir. Dolayısıyla gerçeklerden yola çıkan ancak dramatik yönü ağır basan bir yapım olan *Çernobil* dizisi de iyi bir benzetim yoluyla gerçek olmayı gizleyebilmektedir.

Baudrillard’a göre (2003, s. 43-44) “yapay göstergeler kaçınılmaz şekilde gerçek unsurlarla iç içe geçecektir... ve her türlü simülasyon girişimini yutarak gerçeğe indirgeyen” yeni bir gerçek ortaya çıkacaktır. “Simülasyon her zaman için gerçeğe saldırmaktan yanadır... bundan böyle gerçeğin üretilme sürecini yalıtılabilmek imkansızlaştığı gibi gerçeği kanıtlayabilmek de imkansızlaşmıştır.” Bu ifadelerden hareketle; dramatize edilmiş de olsa, gerçeğe dayandırılan TV içeriklerinin eninde sonunda hakikati tahrif edebileceği söylenebilir. “Çünkü televizyon günlük yaşantının bir modeli, olup bitecekleri önceden haber veren, gerçek dünya ile olan bağlantımızı, bize dünya görüntüleri sunarak koparan (telefission) bir şeydir.” (Baudrillard, 2003, s. 86). Elbette televizyon için kullanılan bu ifadeler bugün ana mecrası dijital platformlar olsa da özünde televizyon içeriği olan diziler için de geçerlidir.

Çernobil kazasının üzerinden çeyrek asırdan fazla zaman geçmiştir. Oldukça büyük bir yapım ve iddialı bir bütçe ile ortaya çıkan *Çernobil* dizisinin bu eski kazayı konu edinmesi sadece hikâye üretme zorluğu ile açıklanamaz. Dizi daha önce çok izlenmiş bir yapımın yeniden üretilmesi (ve bu sayede iyi gelir elde etme umudu) de değildir. O halde Baudrillard’ın “simülasyonun sürekli yineleme gücü olduğundan gerçek karşısında daha etkili bir güce sahiptir (2003, s. 45) ifadesinden yola çıkarak geçmişteki ideolojik düşmanın (Sovyet rejimi) zaaflarını ve bu zafiyetlerin insanlığa karşı olası tehdidini hatırlatmak da dizinin işlevleri arasındadır. “Çünkü günümüzdeki temel strateji sonsuza dek sürdürülmeye çalışılacak bir felaket simülasyonu aracılığıyla zihinsel bir terör yaratma ve caydırma düşüncesi üzerine kuruluysa, bu senaryoyu gizleyebilmenin tek yolu bir felaket yaratmak, gerçek bir felaket üretmek ya da yeniden üretmektir” (Baudrillard, 2003, s. 92).

Susam’a (2015, s. 146) göre sinema ve gerçeklik ilişkisi genellikle montaj kuramları üzerinden tartışılırken sinemanın basitçe gerçeği yeniden üreten bir araç

olmadığı da ortaya çıkmaktadır. Olayları tasvir ederken dramatisasyona başvuran *Çernobil* dizisinde dekor, kostüm ve mizansenin diğer öğelerinin çok hassas tasarlanmış olması dikkat çekicidir. Baudrillard (2003, s. 38) “Simülasyonun en belirgin özelliği en önemsiz olguları bile kapsayan gerçeğin yerini almış modellerden oluşmasıdır” demektedir. *Çernobil* dizisinin en çok övgü alan taraflarından biri de sıkça dile getirilen dekor, kostüm ve aksesuar gibi mizansen öğelerinin zamanın gerçekliğine çok yakın biçimde yeniden oluşturulmasıdır. Buradaki özenli çalışma Baudrillard’ın simülasyon tanımındaki “en önemsiz olgu” vurgusunu hatırlatmaktadır.

Baudrillard’ın *Çernobil*’den tamamen bağımsız olarak verdiği *China Syndrome* örneği ilginç bir şekilde *Çernobil* dizisi ile de rastlantısal bir benzerlik taşımaktadır. “İmgeler sayesinde nükleer santral ve televizyon arasındaki benzerliğin hemen farkına varılabilmekte, nükleer santralin kontrol ve uzaktan kumanda odasıyla bir televizyon stüdyosu arasında neredeyse hiçbir fark bulunmadığı görülmektedir. Nükleer santrallerdeki komut konsolları neredeyse televizyon stüdyosundaki kayıt ve yayın konsollarının aynısıdır. Olaylar bu iki kutup arasında cereyan etmektedir. Üçüncü, yani reaktörün “kalbi” diyebileceğimiz ve öykünün temelini oluşturan kutup konusunda ise seyirciye bir şey gösterilmemektedir. Çünkü gerçeğin kendisi gibi o da gizlenerek görünmez bir hale getirilmektedir.” (Baudrillard, 2003, s. 87). Baudrillard burada *China Syndrome* filmi analiz ederken, medyanın gerçekler üzerindeki hegemonyasını açıklamak için, nükleer reaktör ile TV kontrol odasını benzetmekte ve yıkıcı bir güç benzetmesi yapmaktadır. Ancak bizim çalışmamız açısından ilginç olan bir başka nokta ise şudur; *China Syndrome* ABD’deki bir nükleer santralde gerçekleşen kazada olayın kapitalist sermaye tarafından örtbas edilmeye çalışılması ve para için yapılan ihmalleri vurgulamaktadır. Benzer şekilde *Çernobil*’de ise aynı yaklaşım Sovyet bürokrasisi tarafından sergilenmektedir. Aradaki fark otoriter ve baskıcı rejim ile vahşi kapitalist büyük sermayedir. Ortaya çıkan sonuç ise aynıdır. Üstelik daha da ilginç bir şekilde hayali bir senaryo üzerine kurulan *China Syndrome* filmi gösterime girdikten sadece 12 gün sonra ABD’de Three Mile Island nükleer kazası meydana gelmiştir. Risk çok yüksek olmasına rağmen popüler kültürde bu kazaya dair fazla üretim yoktur.

ÇERNOBİL DİZİSİNİN ARŞİV GÖRÜNTÜLERİN YENİDEN OLUŞTURULMASI AÇISINDAN ANALİZİ

Çernobil kazasına dair arşiv görüntüleri için Youtube üzerinde araştırma yapılmış ve dizinin görüntüleri ile sinematografik (görüntü yönetimi) bakımdan neredeyse birebir örtüşen arşiv görüntüler yan yana getirilerek analiz edilmiştir. Bunun dışında *Çernobil* Nükleer Enerji Tesisi ile çevresine dair görüntüler ve kaza sonrasına ait görüntülerin görsel efektler yoluyla üretilmiş hallerinden de görüntüler tespit edilmiştir. Bu görüntüler için dizinin yapımcıları tarafından yayınlanan

belgeselden, dizinin yapımında yer alan görsel efekt şirketinin yayınladığı videolardan ve Telecon şirketinin Youtube hesabındaki arşiv görüntülerinden yararlanılmıştır. Arşiv görüntülerin çoğunluğu Telecon şirketine ait olduğu ve başka kaynaklarda da bu videolardan yararlanıldığı için ana kaynak Telecon Studio'dur.

Aksi belirtilmedikçe ikili ekran alıntılarının sol tarafı *Çernobil* dizisine sağ tarafı ise arşiv görüntülerine aittir.

Görsel 1

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Kaza sonrası çatıdaki grafit kalıntıları ve diğer radyoaktif enkazın temizlenmesine dair sahnelerde kullanılan görüntüler arşiv görüntüleri ile çok büyük benzerlikler taşımaktadır. Yönetmen kendi mizansenini oluşturmak yerine arşiv görüntülerindeki kişilerin hareketlerini dahi büyük oranda benzetmeyi tercih etmiştir.

Görsel 2

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., Studio Peredova)

Buradaki görselde ilginç bir durum söz konusudur. Kazanın hemen sonrasında nükleer tesisin santrali ile itfaiye santrali arasındaki bu konuşmanın herhangi bir videosu mevcut değil sadece sesi mevcuttur. Ancak Studio Peredova adlı Ukraynalı bir hesabın Youtube kanalında 2013 yılında yayınlanan bir videoda (<https://www.youtube.com/watch?v=ttpzZXDnkQ8>), sesli konuşmalar Kiril alfabesi ve eski bilgisayar ekranı stilinde üretilmiştir. Aynı hesap HBO'nun kendisinden izin

almadan dizide kendisine ait videoyu çaldığını ifade eden başka bir video paylaşmıştır (<https://www.youtube.com/watch?v=iTbfyHX6pz0>).

Burada; Ukraynalı bir sanatçının içeriğinin izinsiz kullanılması dikkat çekmekle beraber, dizi öncesinde kamuoyunca çok bilinmeyen bir videonun da gerçek tarihe atıf yapılarak dizide yer verilmesi ilginçtir. Kiril alfabesi otantiklik katmak amacıyla kullanılmış gibi görünmektedir. Zira dizideki oyuncular sadece İngilizce konuşmaktadırlar.

Görsel 3

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Reaktör çekirdeğinin altına doğru kazılan tünelin kazma çalışmaları ve tünelin kendisine ait görüntüler gerçek arşiv görüntüleri ile çok benzer biçimde (ışık, çerçeve, kompozisyon, perspektif vs.) üretilmiştir.

Görsel 4

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Madencilerin kıyafetleri de arşiv görüntüleri ile çok benzeşmektedir. Zira yapımın en öne çıkarılan özelliklerinden birisi de dönemin kıyafetlerine yönelik çok titiz bir çalışma yapılmış olduğudur.

Görsel 5

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Bu görselde arşiv görüntülerine yönelik yeniden oluşturma isteği diğer görsellere nazaran çok daha açık biçimde yer almaktadır. Çünkü ilgili görselin alındığı arşiv görüntüsü kendi başına çok fazla bir önem taşımamakla beraber, dizide madencilerin şefinin sitemine dair bir sahneyle ilişkilendirilmiştir. Böylelikle arşiv ile dramatizasyon belirsiz bir biçimde birbirine karışmıştır.

Görsel 6

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Dizideki merkez karakter olan bilim adamı Legasov'un görüntüsü de kendi gerçek arşiv görüntülerine benzetilerek çekilmiştir. Arşiv görüntüsündeki bağlam farklı olsa da sadece karakterin görünümü değil, bulunduğu araç ve camın arkasından görünmesi dahi taklit edilmiş, ancak öyküleme gereği endişeli bir izleme şeklinde tasvir edilmiştir.

Görsel 7

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., Chernobyl Show vs Reality - Footage Comparison)

Buradaki helikopter kazasına ait görüntü olayın üzerinden yaklaşık 6 ay sonra gerçekleşen bir kazaya aittir (Aviation Safety Network). Ancak yapımcılar dramatik değeri yüksek ve çarpıcı olan bu görüntüyü olayların akışına müdahale ederek kazanın birkaç gün sonrasına almışlardır.

Görsel 8

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Temizlik çalışmalarında kullanılan robotlar da aslına benzetilerek dizide yer almıştır.

Görsel 9

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Kişilerin kafasındaki boneler de arşiv görüntülerdeki gerçek kişilerin taktığına benzetilmiştir.

Görsel 10

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Sinematografik olarak yeşil rengin baskınlığı tercih edilmiş olması dışında ışığın da yön, sertlik vb. karakteristik özellikleri açısından arşiv görüntülere oldukça benzetildiği görülmektedir.

Görsel 11

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Temizlik için hazırlanan personele talimat verilen bu sahne de gerçek kişilerin vücut diline ve hareketlerine kadar detaylı bir şekilde yeniden oluşturulmuştur.

Görsel 12

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Tüplü monitörlerden izlenen temizlik çalışmaları da yeniden üretilmiştir.

Görsel 13

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Reaktör çatısında temizlik yapacak olan askerlerin vücutlarının önemli bölümlerini korumak için kıyafetlerinin üzerine kurşun levhalar geçirmelerine ait an arşiv görüntüleri ile hemen hemen aynı perspektif ve çekim ölçeği ile yeniden çekilmiştir.

Görsel 14

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Görsel 14'teki sahnede yer alan görüntüde temizlik yapan askerin ayağı takılmış ve sıkışmıştır. Bahse konu an arşiv görüntülerinde de yer alan bir tökezleme görüntüsüdür ve çok sayıdaki benzer görüntü arasından özellikle seçilerek tercih edilmiştir. Burada gerçek olayın “kendisinden kaynaklanan” bir drama vardır ve yapımcılar bu fırsatı değerlendirmiştir.

Görsel 15

Çernobil Dizisi Çernobil Görsel Efekt Çalışması

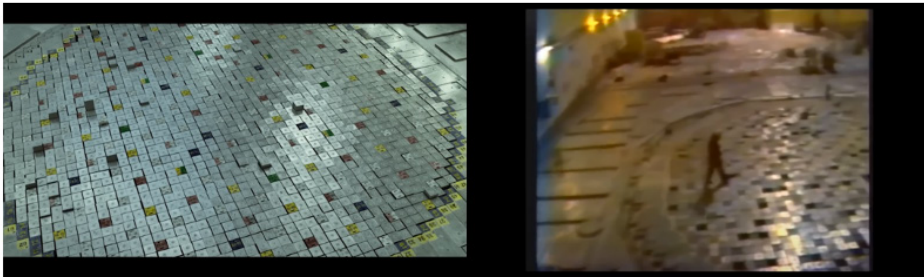


(Kaynak: Chernobyl | Compositing Breakdown | DNEG)

Tesisin çatısındaki temizleme işlemine ait sahneler mavi perde önünde inşa edilmiş yapay bir dekorda çekilmiştir. Buradaki ilginç bir nokta ise; 2013 Rusya yapımı bir mini dizi olan ve sonrasında film haline getirilen *Moths / Inseperable* adlı yapımdaki görsel efekt üretim süreci ile büyük benzerliklerdir. Yine Çernobil kazasını ele alan ancak temizlik işinde görev alanların fedakarlıklarını bir aşk hikayesi ile harmanlayan bir anlatıya sahip olan film, HBO'nun *Çernobil*'i ile kıyaslandığında gölgede kalan ve uluslararası bilinirliği olmayan bir yapımdır. Elbette görsel efekt üretim süreci her yapımda büyük oranda standartlaşmıştır ancak, dönemin teknolojisine göre iyi bir seviyede gerçekleştirilmiş görsel efektler, *Çernobil*'in yapımcılarına da ilham vermiş gibi görünmektedir.

Görsel 16

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması

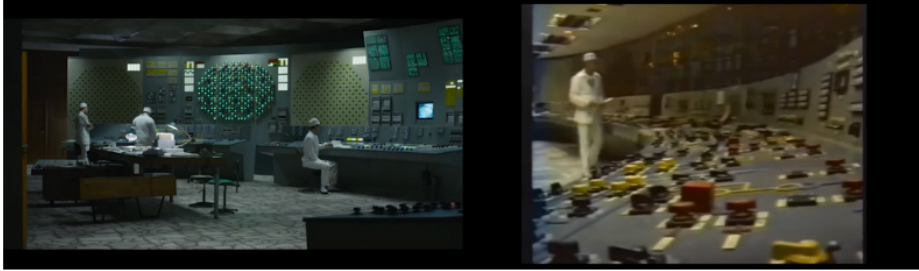


(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., *Chernobyl: The Lost Tapes*, 2022, HBO.)

Reaktörün üst kısmına ait görüntüler arşiv görüntülerindeki perspektifle uyumlu olarak çekilmiştir.

Görsel 17

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., *Chernobyl: The Lost Tapes*, 2022, HBO.)

Nükleer santralin kontrol odasındaki panel, buton, zemin vb. detaylar da aslına çok benzer biçimde yeniden üretilmiştir.

Görsel 18

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., *Chernobyl: The Lost Tapes*, 2022, HBO.)

Yine arşiv görüntülerde yer alan kontrol odasına ait çekimlerdeki kamera hareketleri (kaydırma) dahi benzetilmiştir.

Görsel 19

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., *TeleonStudio*.)

Reaktörün kontrol odasına dair çekimler de reaktörün tanıtımı ya da eğitim videoları gibi kaynaklarda yer alan çekimler ile çok büyük oranda benzerlik taşımaktadır.

Görsel 20

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması

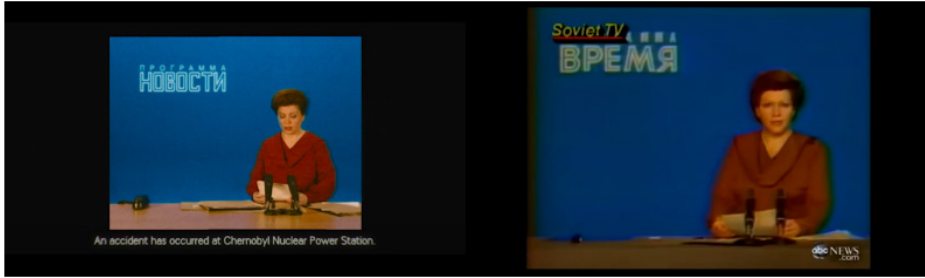


(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., ABC News. 2012b)

Yapımdaki tek gerçek arşiv görüntüsü Amerikan ABC televizyonuna ait haber bülteninden alınmış görüntüdür.

Görsel 21

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., ABC News. 2012b)

Sovyet televizyonunun haber bülteninden olayın ilk kez kamuoyuna duyurulmasına ait görüntü de yeniden üretilmiştir.

Görsel 22

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Reaktör çatısındaki temizlik çalışmalarını esnasındaki zamanla yarış ve telaş hali de arşiv görüntülerindeki gibi hareketli kamera görüntüleri ile yeniden oluşturulmuştur.

Görsel 23

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Temizlik çalışmalarına katılan personelin tebrik edildiği arşiv görüntüleri de benzeri biçimde yeniden canlandırılmıştır.

Görsel 24

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Kaza ile ilgili duruşmanın görüldüğü salondaki detaylar da arşiv görüntülere oldukça benzer şekilde oluşturulmuştur.

Görsel 25

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Nispeten önemsiz denilebilecek detaylara ait arşiv görüntülerinin de taklit edildiği çekimler mevcuttur.

Görsel 26

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Toprak üzerinde biriken radyoaktif partiküllerin iş makineleriyle kürenmesi de arşiv görüntüleri benzer şekilde oluşturulmuştur.

Görsel 27

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Sokakların yıkanmasına ait arşiv görüntüleri de çarpıcı detaylar arasında yer almaktadır ve dizide de arşiv görüntüleri benzer biçimde yeniden oluşturulmuştur.

Görsel 28

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: Çernobil, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Temizlik çalışmalarında kullanılmış araçlara ait radyoaktif hurdalar da benzeri kamera hareketleri ile çekilerek yeniden üretilmiştir.

Görsel 29

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., TeleconStudio.)

Temizlik çalışmalarının bitişini sembolik olarak kutlamak için reaktör binasına bayrak asılması sahnesi de arşivdekine benzer şekilde canlandırılmıştır.

Görsel 30

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., Log.com.tr)

Ünlü olmayan tarihsel kişiliklerin de detaylı bir şekilde tasvir edilmiş olması dramtizasyona katkı sağlamak sağlamakla beraber konu ile ilgili araştırma yapacak kişilerin karşısına da “gerçek” olarak çıkacaktır.

Görsel 31

Çernobil Dizisi ve Çernobil Kazası Arşiv Görüntülerinin Karşılaştırılması



(Kaynak: *Çernobil*, 2019, HBO., ABC News. 2012a)

Dönemin Sovyet lideri Gorbaçov'un dizideki tasviri de oldukça gerçekçi olmakla beraber, dünyaca tanınan bir kişiliğin dizide yer alması da tarihsel temel iddiasına katkıda bulunmaktadır.

Görsel 32

Çernobil Dizisi Görsel Efekt Çalışması



(Kaynak: Part 2: Behind the VFX of Chernobyl – The importance of authenticity)

Çernobil Nükleer Enerji tesisindeki RBMK türü reaktörün bir kopyası olan Ignalina Nükleer Tesisindeki reaktörün lidar vb. yöntemlerle taranması gibi modern görsel efekt üretim yöntemleri sayesinde Çernobil'deki reaktörün neredeyse birebir şekilde üretilmesi mümkün olmuştur. Kaza sonrasına ait görüntüler ve fotoğraflar da referans alınarak oluşturulan bu detaylı 3B görüntüler sayesinde çok gerçekçi sonuçlar elde edilmiştir.

Görsel 33

Çernobil Dizisi Görsel Efekt Çalışması



(Kaynak: CHERNOBYL | FX Breakdown | DNEG)

Çernobil'deki patlama anına ait bilinen hiçbir görüntü olmamasına rağmen patlama anı da görselleştirilmiştir. Ancak öyküleme açısından kronolojik bir aktarım yerine bu patlama sahnesi geciktirilerek son bölüme kadar ertelenmiştir. Bu yolla kazanın kendisi yerine nedenleri ve sonrasındaki tutum öne çıkarılmıştır ve basit bir “felaket anlatısı” olmaktan ayrılmıştır. Patlama görüntüsü ilk baştan verilmeyerek dizinin gerçekliğinin sorgulanmasını engellemiştir.

Görsel 34

Çernobil Dizisi Görsel Efekt Çalışması



(Kaynak: Part 1: Behind the VFX of Chernobyl – "VFX is another character in the show")

İgnalina nükleer santralinin görüntüsü ile görsel efektler birleştirilerek yanan reaktör görüntüsü üretilmiştir.

Görsel 35

Çernobil Dizisi Görsel Efekt Çalışması



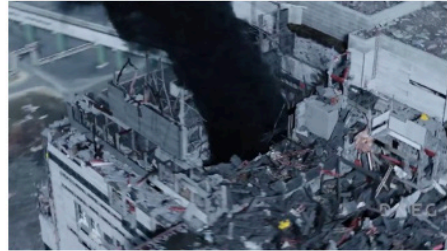
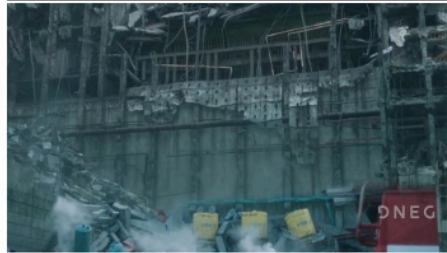
(Kaynak: Part 1: Behind the VFX of Chernobyl – "VFX is another character in the show")

Litvanya Vilnius'daki nükleer kasaba da halen varlığını sürdürmekte ve Pripyat şehri ile çok büyük oranda benzerlikler taşımaktadır. Dönemin sovyet mimarisi ve yaklaşımı ile inşa edilen bu şehir, dizinin yapımcılarının Pripyat'ı "oluşturmasında" büyük kolaylık sağlamış ve görsel efektlerle desteklenerek gerçeğe yakın sonuçlar elde edilmiştir. Görsel efekt ile yapılan en büyük müdahale etraftaki modern yapı, araç vb. unsurların kaldırılması ve orman dokusu eklenmesidir.

Dizide arşiv görüntülerinin yeniden oluşturulması aşamasında görsel efektlerden de yoğun biçimde yararlanılmıştır. Görsel 36'da DNEG şirketi tarafından yapılan görsel efektlere dair ekran alıntılarına; yapım aşaması (sol taraf) ve dizide yer alan bitmiş hali (sağ taraf) şeklinde yer verilmiştir.

Görsel 36

Çernobil Dizisi Görsel Efekt Çalışması



(Kaynak: Chernobyl | VFX Breakdown | DNEG)

SONUÇ

Belgesel dramalar geçmişini yeniden hatırlatırken kendi söylemini bugünün koşulları üzerinden inşa etmektedir. Bununla beraber bilinen tarihsel olaylar ve kişiler üzerinden gerçekle bağ kurarak bu yapımlar, kendi söyleminin meşruiyetini bu bağdan elde etmektedir. Ancak *Çernobil* örneğinde belgesel dramanın “drama” yönünün ağır basması bir kaçış noktası oluşturmaktadır. Sonuç olarak, her ne kadar tarihsel olsa da yapımlar bir drama olarak üretilmiş ve sunulmuştur. Analiz edilen görüntülerden hareketle; arşiv görüntüleri birer simulakr işlevi görmüş ve gerçeklik yeniden üretilmiştir.

Yapımın en çok övgü alan yönünün “gerçeğe çok benzetilmiş” olması elbette tesadüfi değildir. Sinematografik bakımdan pekâlâ farklı perspektifler, açılar, ölçükler ve kamera hareketleri ile çekilebilecek olmasına rağmen, arşiv görüntülere bu kadar yaklaşılmaya çalışılması, konu ile ilgilenip kendi araştırmasını yapacak olan izleyici açısından da ikinci kez gerçekçiliği pekiştiren bir etki uyandıracaktır. Youtube vb. üzerinde herkes tarafından erişilebilen bu görüntüler ile dizideki yeniden üretilmiş görüntüler arasındaki benzerlikler, yapımları çoktan izlemiş ve kanaat elde etmiş izleyicide izlediğinin gerçekliğinden duyduğu kuşkuyu en aza indirecektir. Bu açıdan, yapımların çok daha geniş bir potansiyel etki alanına sahip olabileceği değerlendirilmektedir. Gerçek olaylarla temellendirilen kurgusal bir ürün kolektif belleği tazeleyecek, belki de gün yüzüne çıkmamış ya da unutulmaya başlayan bazı durumları tamamen silecek ve kendi gerçeğini oluşturabilecektir. Baudrillard’ın simülasyon kavramsallaştırmasından yola çıkarak, dizideki arşiv görüntüleri yeniden üretme yaklaşımını bir tür simulakr olarak değerlendirmek mümkündür. Yeniden üretilen görüntüler gerçeğin yerini almakla kalmayıp, tüm anlatıyı bir simülasyona dönüştürmüştür.

Gerek *Çernobil* kazasının gerçekleştiği dönemdeki teknolojik koşullar, gerekse dönemin Sovyetlerin kapalı yapısı nedeniyle birçok görüntüye sıradan televizyon izleyicisi kolay kolay erişememiş, daha sonrasında da belgeseller vb. ile sınırlı bir izleyici kitlesine ulaşılabilmiştir. Ancak küresel video akışı hizmetlerinin yaygınlaşması ve dizi izlemek için en öne çıkan ortam haline gelmesiyle beraber, *Çernobil* dizisi gibi bir kültür ürünü çok kolay bir şekilde küresel izleyiciye ulaşabilmiştir. Dizin yayımlandığı platformun ücretli olması ancak dizinin bir “yan ürün” gibi aynı anda sunulan podcast’e ise ücretsiz bir şekilde ulaşılabilmesi de dizinin pazarlama faaliyetleri kapsamında değerlendirilmekle beraber, konunun detayları ile ilgilenen izleyicinin varlığının yapımcılar tarafından da öngörüldüğü ve buna göre bir strateji ortaya konulduğunu göstermektedir. Gerçek görüntüler dışında konu ile ilgili yazılmış birçok kitap belge vs. de mevcuttur. Podcast; arşiv görüntülerden çok belgelere dayalı geçmişin dizideki temsiline dair bir “savunma” niteliği de ortaya koymaktadır. Nitekim yaşadığımız dönemde bilgiden çok söylemin hakimiyeti söz konusudur.

Çalışma göstermektedir ki; çok iyi prodüksiyon ve arşiv referansları bir araya geldiğinde, gerçeğin yerini alabilecek kadar gerçekçi yapımlar ortaya çıkabilmektedir. Diziye kaynak materyal olarak hizmet eden deneyimler ve anıların dışında, arşiv görüntülerinin de gerçeklik algısı oluşturmada önemli bir araç olduğu görülmüştür. Ancak dramatik anlatımı kesintiye uğratmamak adına arşiv görüntülerin kendisi yerine neredeyse birebir taklidinin yeniden oluşturulduğu görülmüştür. Buradan da yapımın duyguları harekete geçirme amacı taşıdığı anlaşılmaktadır. Kolektif hafızada olay canlı olsa da olayın gerçekleştiği dönemdeki görüntüler geniş kitlelere ulaşmamıştır. Sonradan ortaya çıkan ve Youtube gibi mecralarda yayılan arşiv görüntüler ise *Çernobil* dizisine görsel kaynak sağlamış ve dizide bunlardan yararlanılarak söylemi meşrulaştıran bir unsur haline getirilmiştir. Zira görüntüler neredeyse gerçekten farksızdır. İzleyiciye düşen müzakereli bir okuma yapmak ve eleştirel bir tutum sergilemektedir. İzleyici konuya ilgi duyuyorsa, bunun bir dramtizasyon olduğunu unutmamalı ve güvenilir kaynaklardan kendisi araştırma yapmalıdır. *Çernobil* her ne kadar bir eğlence endüstrisi ürünü olsa da aynı zamanda gerçeği simüle etme ve hafıza şekillendirme aracıdır.

KAYNAKÇA

- ABC News. (2012a, May 14). *Chernobyl nuclear disaster: Gorbachev speaks* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0k3wnXBE5S0>
- ABC News. (2012b, April 28). *Chernobyl nuclear disaster: News report* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XmeeEpWxfRY>
- Aleksievich, S., & Gessen, K. (2005). *Voices from Chernobyl* (1st ed.). Dalkey Archive Press.
- Ali, S. T. (2020). Difficult truths versus expedient lies: HBO's *Chernobyl* and climate change denial. *Journal of the Department of English*, 13(1), 155–171.
- Aviation Safety Network. (n.d.). [Details about the specific content are missing]. <https://asn.flightsafety.org/wikibase/168706>
- Baudrillard, J., & Adanır, O. (2003). *Simülakrlar ve simülasyon*. Doğu-Batı.
- Beattie, K. (2004). *Documentary screens: Non-fiction film and television*. Palgrave Macmillan.
- Benjamin, W. (2014). *Pasajlar* (A. Cemal, Trans.). Yapı Kredi Yayınları.
- Braithwaite, R. (2019). Chernobyl: A 'normal' accident? *Survival*, 61(5), 149–158. <https://doi.org/10.1080/00396338.2019.1660597>
- Flight, T. (2019). *Chernobyl show vs. reality - Footage comparison* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=P9GQtvUKtHA>
- DNEG. (2020). *CHERNOBYL | FX breakdown* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NVumKt7Axm0>

- DNEG. (2020). *Chernobyl | VFX breakdown* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=dACvBZYj8ww>
- Donstrup, M., & Algaba, C. (2020). The iron screen: An ideological analysis of the discourse on Russia through the nuclear disaster of Chernobyl. *Journal for Cultural Research*, 24(4), 253–268. <https://doi.org/10.1080/14797585.2020.1810584>
- Erll, A., Nünning, A., & Young, S. B. (Eds.). (2008). Literature, film, and the mediality of cultural memory. In *Cultural memory studies: An international and interdisciplinary handbook*. Walter de Gruyter.
- Gambarato, R. R., Heuman, J., & Lindberg, Y. (2022). Streaming media and the dynamics of remembering and forgetting: The Chernobyl case. *Memory Studies*, 15(2), 271–286. <https://doi.org/10.1177/17506980211004292>
- Hızal, S. K. (2012). *Amatör kamera gerçekliği*. Agora Kitaplığı.
- Huyssen, A. (1999). *Alacakaranlık anıları: Bellek yitimi kültüründe zamanı belirlemek*. Metis Yayınları. IMDb. (n.d.). *Chernobyl ratings*. https://www.imdb.com/title/tt7366338/ratings/?ref_=tt_ov_rt
- Johnson, L. (2019, June 12). Russia's past greatness. No wonder it hates *Chernobyl*. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/06/12/kremlin-peddles-myth-russias-past-greatness-no-wonder-it-hates-chernobyl/>
- Jones, J. (Director). (2022). *Chernobyl: The lost tapes* [Documentary]. HBO.
- Lipkin, S. N. (2002). *Real emotional logic: Film and television docudrama as persuasive practice*. Southern Illinois University Press.
- Lipkin, S. N. (2011). *Docudrama performs the past: Arenas of argument in films based on true stories*. Cambridge Scholars Publishing.
- Lipkin, S. N., Paget, D., & Roscoe, J. (2006). Docudrama and mock-documentary: Defining terms, proposing canons. In G. D. Rhodes & J. P. Springer (Eds.), *Docufictions: Essays on the intersection of documentary and fictional filmmaking*. McFarland & Co.
- Log.com.tr. (2019, September 11). *Chernobyl dizisi ardından felaketin tanıklarının gerçek hikayeleri* (N. Kamu). <https://www.log.com.tr/chernobyl-dizisi-ardindan-felaketin-taniklarinin-gercek-hikayeleri/>
- Malvica, S., Lopez, L., & Nicosia, E. (2023). The Chernobyl miniseries as a narration case of environmental disasters in the Anthropocene era. In *Cinema, disasters and the Anthropocene: Geographies of the Anthropocene* (pp. 112–128). Il Sileno Edizioni.
- Mažeikienė, N., & Gerulaitienė, E. (2022). Negotiating post-nuclear identities through tourism development in the 'atomic town' Visaginas. *Journal of Baltic*

- Studies*, 53(3), 437–457. <https://doi.org/10.1080/01629778.2022.2092163>
- Mazin, C. (2019). *Podcast: Chernobyl: Screening and conversation with creator Craig Mazin* [Podcast]. Kennan Institute, The Wilson Center. <https://www.wilsoncenter.org/event/podcast-chernobyl-screening-and-conversation-creator-craig-mazin>
- Mazin, C. (Writer), & Renck, J. (Director). (2019). *Çernobil* [TV series]. HBO, SKY Television.
- Mazin, C., & Sagal, P. (2019). *The Chernobyl Podcast* [Video series]. HBO. <https://www.youtube.com/watch?v=wsFIWDPPrxWM&list=PLO79iP69FaZPKaM-DoSPAtGdoa3wd3lp9n>
- Morin, E. (2005). *The cinema, or, The imaginary man*. University of Minnesota Press.
- Vorobyov, V. (2013). *Moths / Inseparable* [Mini series]. Film.ua.
- Nichols, B. (1991). *Representing reality: Issues and concepts in documentary*. Indiana University Press.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary* (2nd ed.). Indiana University Press.
- Nolan, C. (Director). (2023). *Oppenheimer* [Film]. Universal Pictures.
- Paget, D. (2011). *No other way to tell it: Docudrama on film and television* (2nd ed.). Manchester University Press.
- Part 1: Behind the VFX of Chernobyl – "VFX is another character in the show". (n.d.). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CB7mHIqoDCM>
- Part 2: Behind the VFX of Chernobyl – The importance of authenticity. (n.d.). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GDkWkj6lw-A>
- Polyzogopoulou, A. (2020). *Representations of Chernobyl* [Master's thesis, Radboud University].
- Rhodes, G. D., & Springer, J. P. (Eds.). (n.d.). *Docufictions: Essays on the intersection of documentary and fictional filmmaking*. McFarland & Co.
- Schmid, S. D. (2020). Chernobyl the TV series: On suspending the truth or what's the benefit of lies? *Technology and Culture*, 61(4), 1154–1161. <https://doi.org/10.1353/tech.2020.0075>
- Spence, L., & Navarro, V. (2011). *Crafting truth: Documentary form and meaning*. Rutgers University Press.
- Susam, A. (2015). *Toplumsal bellek ve belgesel sinema*. Ayrıntı Yayınları.
- TeleconStudio. (n.d.). [YouTube channel]. <https://www.youtube.com/@teleconstudio1698>

YAPAY ZEKÂNIN ÖZNEL BEĞENİLERİ TAKLİT ETME YETİSİNE İTİRAZ: “ATATÜRK’ÜN EN SEVECEĞİ ŞARKILAR” NE KADAR GERÇEKÇİ?

Cihan OĞUZ

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi

cihanoguz@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-0997-082>

Atıf	Oğuz, C. (2024). “YAPAY ZEKÂNIN ÖZNEL BEĞENİLERİ TAKLİT ETME YETİSİNE İTİRAZ: “ATATÜRK’ÜN EN SEVECEĞİ ŞARKILAR” NE KADAR GERÇEKÇİ?”. İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 299-315
------	--

Geliş tarihi / Received: 14.06.2024

Kabul tarihi / Accepted: 24.07.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3002

ÖZ

Şişecam şirketi, Cumhuriyet’in 100. yılı dolayısıyla, Mustafa Kemal Atatürk için özel bir proje gerçekleştirerek, yapay zekâyla seçilen “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” listesi oluşturdu. Kasım 2023 başlarında da yapay zekânın seçtiği 55 şarkı Şişecam’ın Spotify hesabından yayınlandı. Konuyla ilgili ayrıca 11 dakikalık bir belgesel hazırlandı. Böylece, yıllardır Atatürk’ün ölüm yıldönümü olan 10 Kasım’da çalınan “Atatürk’ün Sevdiği Şarkılar” repertuarına yapay zekânın katkısıyla yenileri eklenmiş oldu. 23 şarkıdan oluşan “sevilen” şarkılara, 55 şarkılık “en seveceği” şarkıların da eklenmesiyle, “Atatürk yaşasaydı hangi şarkıları dinlerdi?” sorusuna/fantezisine yanıt arandı. Atatürk’ün yaşarken dinlediği şarkılar ile yapay zekânın Atatürk adına seçtiği şarkıların “paralel” olması da, “farklı” olması da aslında lider figürü ve karizması açısından risk taşımaktadır. Eskiyle paralellik “değişmezlik” ve “statüko” gibi olumsuz yaklaşımlara neden olabilir; farklı olması ise gerçeklikten kopma tehlikesi barındırabilir. Yapay zekâyı bu şarkıları seçtiren özel proje ekibinin özgün bir çalışma ortaya koyduğu ortadadır. Ancak projenin *felsefesine* ve seçilen şarkılara bakıldığında, hayli “kaotik” ve zamansallıktan uzak, hatta yapay bir değerlendirmenin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çalışmada, “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” içerik ve söylem analizine tabi tutularak, döneminde dinleyip sevdiği şarkılar ile yenilerinin kıyaslaması yapılmış, yapay zekânın bu şarkıları seçerken baz aldığı veriler ve algoritmalar iletişim odaklı olarak, sosyolojik açıdan sorgulanmıştır. Tarihe mal olmuş bir liderin putlaştırılması kaçınılmaz olsa da, “en sevdiği şarkılar”, “en sevdiği yemekler”, “en beğendiği filmler”,

“en çok okuduğu kitaplar” gibi sıradan ölçütlerin aslı unsuru gölgeleyip o lideri karikatürize etme riskini beraberinde getirdiği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Atatürk, Yapay Zekâ, Şarkılar*

CHALLENGING ARTIFICIAL INTELLIGENCE’S ABILITY TO IMITATE SUBJECTIVE TASTE: HOW REALISTIC IS ‘SONGS ATATÜRK WOULD MOST LIKELY LOVE’?

ABSTRACT

Şişecam firm, commemorating the 100th anniversary of the Republic, conducted a special project for Mustafa Kemal Atatürk by creating a playlist titled “The Songs Atatürk Would Most Likely Like” curated through artificial intelligence. In early November 2023, the 55 songs selected by artificial intelligence were released on Şişecam’s Spotify account. Additionally, an 11-minute documentary on the subject was prepared. Thus, with the contribution of artificial intelligence, new additions were made to the repertoire of “Songs Loved by Atatürk,” traditionally played on November 10th, the anniversary of Atatürk’s passing. The question/fantasy of ‘What songs would Atatürk listen to if he were alive?’ was explored by adding the 55 ‘most loved’ songs to the 23 songs that make up the ‘beloved’ songs. The parallelism or divergence between the songs Atatürk listened to during his lifetime and those selected by artificial intelligence on his behalf carries inherent risks for his leadership figure and charisma. Parallelism with the past may lead to negative perceptions such as “unchangeability” and “status quo,” while divergence may risk detachment from reality. It is evident that the special project team that guided artificial intelligence in selecting these songs presented an original endeavor. However, when examining the philosophy of the project and the selected songs, it is evident that a rather ‘chaotic’ and detached from temporality, even an artificial evaluation has emerged. In this study, “The Songs Atatürk Would Most Likely Like” underwent content and discourse analysis, comparing songs he enjoyed during his time with the newly selected ones. The data and algorithms considered by artificial intelligence in choosing these songs were scrutinized from a communication-focused, sociological perspective. While the inevitable idolization of a leader in history was acknowledged, the evaluation emphasized the risk of overshadowing the essential elements of such a leader with commonplace criteria like “favorite songs,” “preferred meals,” “liked films,” or “most-read books,” potentially leading to caricaturization.

Keywords: *Atatürk, Artificial Intelligence, Songs*

GİRİŞ

2023 yılı, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun 100. yıldönümüdür. Bu nedenle yurt çapında pek çok etkinlik gerçekleştirilmiş; konserler, sergiler, basılı medyada özel sayılar, televizyonlarda da özel programlar gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin önde gelen şirketlerinden Şişecam da, Cumhuriyet'in 100. yılı dolayısıyla özel bir proje gerçekleştirerek, yapay zekâya "Atatürk'ün En Seveceği Şarkılar" ı seçirmiştir. Şişecam Atatürk konusundaki hassasiyetini daha önce de çeşitli örneklerle göstermiş, televizyon kanallarında Atatürk temalı reklamlarıyla dikkati çekmiştir. "Atatürk'ün En Seveceği Şarkılar" başlıklı son projede, liderin yaşamış olsaydı en çok seveceği şarkılar belirlenmeye çalışılmış, bunun için de 21. Yüzyıl teknolojisinin geldiği son nokta olan yapay zekâya başvurulmuştur. Projede, müzik araştırmacısı Serhan Bali, Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Cem Say, Yaratıcı Teknolojist Zeynep Nal Sezer ve Yapay Zekâ Sanatçısı Bager Akbay yer almıştır. Ekip, önce yıllardır "Atatürk'ün Sevdiği Şarkılar" olarak bilinen tüm şarkıları -Kültür Bakanlığı envanterinde 23 şarkı/türkü görünüyor- (<https://www.ktb.gov.tr>) yapay zekâya tanıtmış; ardından da yapay zekâ bu şarkıların nota, gam, makam, söz, mod, tempo ve frekans değerlerini analiz etmiştir. İkinci aşamada, Atatürk'ün "yaşasaydı" en seveceği şarkıları bulmak üzere yine yapay zekâ tarafından binlerce güncel şarkı incelenerek, sevdiği şarkılara benzer 55 parça listelenmiştir. Ardından da bu şarkılar Şişecam'ın Spotify hesabından paylaşılmıştır (<https://open.spotify.com>). Şişecam, projenin "Atatürk'ün müzik zevkini anlamaya katkı sunduğunu" belirtmiştir (<https://www.aa.com.tr>). Böylece, Atatürk'ün müzik beğenisi yapay zekâ sayesinde 21. Yüzyıl'daki olası profiliyle yeniden canlandırılmış, deyim yerindeyse *taklit* edilmiştir.

Kültür Bakanlığı envanterinden farklı olarak, Cumhurbaşkanlığı'nın web sitesinde de "Atatürk'ün Sevdiği Müzikler" listesi yer almaktadır. Liste, Çankaya Atatürk Müze Köşkü'nde bulunan 271 adet plak ve Atatürk'ün "Beyaz Tren"deki seyahatleri sırasında dinlediği plaklar arasından seçilmiştir (<https://www.tccb.gov.tr>). Cumhurbaşkanlığı'ndaki listede Kültür Bakanlığı'ndaki listenin 5 katı şarkı/türkü bulunmaktadır. Şişecam'ın yapay zekâya tanımladığı şarkılar arasında bunların da yer aldığı tahmin edilmektedir. Çünkü aynı konudaki 11 dakika 25 saniyelik belgeselde, Çankaya Atatürk Müze Köşkü'nde bulunan plaklar arasında yer alan "operet" şarkılara da atıf yapılmaktadır (<https://www.youtube.com>). Ancak Atatürk'e atfedilen Şişecam'ın "En Seveceği Şarkılar" listesinde bu müzik türüne ilişkin herhangi bir örnek yoktur.

Olayın simgeselliği bir yana, seçilen şarkıların niteliği "*Acaba Atatürk yaşasaydı gerçekten bu şarkıları dinler miydi?*" sorusunu gündeme getirmektedir. Bu noktada, yapay zekâyla oluşturulan "hafıza tazeleme" veya "geçmişteki lideri günümüze uyarlama" etkinlikleri, "hatıra"nın kelime anlamının da aşınmasına neden olmaktadır. Atatürk'ü unutturmamak adına onu *sıradanlaştırmak* felsefi bir tercih

olmamalıdır. Atatürk hologramları, liderin kendi sesinden söylediği şarkılar, yapay zekâyla oluşturulan Atatürk görselleri, hatta yaşadığı dönemde kamerayla çekilmiş görüntülerdeki “ince” sesin teknoloji sayesinde daha kalın hale getirilmesi, Atatürk’ü günümüzdeki “beğeni” düzeyine çekme gayreti gibi görünmektedir. Molo’nun (2023: 297) ifadesiyle, hiper-gerçeklik etkisiyle hologram teknolojisinin sistemden ve toplumsal meselelerden kopuk olmadığı aşıkardır. Bellek kurulumu, hatırlama etkinlikleri ya da unutmaya süreçleri ise bu meselelerin tam da merkezinde konumlanmaktadır. Çünkü durum her yönüyle politiktir ve mevcut egemen anlayış ile doğrudan ilişkilidir.

Öyleyse, seçilen figür (Atatürk) kimin tercihidir? Olayı prestij, kazanç veya iyi niyetle (hatta bu üç amaçla birden) organize eden Şişecam şirketinin mi? Yapay zekâ teknolojisinin gücünü/yeteneğini/ulaşabileceği noktayı test etmek isteyen yaratıcı teknolojistlerin ve yapay zekâ sanatçısının mı? Yoksa, her ne kadar binlerce şarkıyı yapay zekânın beğenisine sunsa da, belki de bazı parçaları eleyerek -sansür ederek- liste oluşturan müzik araştırmacılarının mı? Bu soruların yanıtlarını aramak, en az “Atatürk 21. Yüzyıl’da yaşasaydı hangi şarkıları dinlerdi?” sorusuna paralel olarak dile getirilebilecek “*Atatürk yaşasaydı bu müzikleri dinler miydi?*” sorusu kadar önemlidir.

Şarkıların seçimi sırasında ölçüt alınan nota, gam, makam, söz, mod, tempo ve frekans değerlerinin analizi bir fikir verse bile, bunların benzerliklerinden türediği iddia edilen şarkılar Atatürk’ün beğenisine -ve gerçeğe- ne derece yakındır? Atatürk, tarihsel bir figür olarak 1938’de dondurulmuş bir kişilik midir ki o tarihten sonra ortaya çıkan müzik türlerinden azade olsun? O tarihte *dondurulmuş* bir Atatürk’ün bugün en seveceği şarkılar arasında gösterilen örneğin Teoman’ın “Mektup” ve Panhani’nin “Kefen Giydim” (<https://open.spotify.com>) parçaları hangi ölçütlere göre seçilmiştir? “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” arasında bu iki parçaya benzer bir saund, ritm, söz var mıdır? Diyelim ki Atatürk’ün beğenileri 1938’de dondurulmadı ve düşünsel, estetik olarak günümüze kadar belirli bir güncelleme içinde geldi. Peki 55 şarkı arasında neden 1990’lı yılların Ahmet Kaya’sından tek bir şarkı yok? Atatürk Anadolu Folk dinlerken niçin Cem Karaca’yı atladı? Hiç mi Zülfü Livaneli dinlemezdi? Paşa’nın Arabesk dinlemeyeceğinin garantisi nedir?

Atatürk’ün en seveceği şarkılar arasında gerçekten çok nitelikli şarkılar da bulunmaktadır. Zaten 55 şarkılık bir yelpazede aksi düşünülemezdi. Ama Duman, Bulutsuzluk Özlemi, Pinhânî dinleyen bir Atatürk, örneğin Rap müziğe neden sırtını çevirsin? Niçin UZİ, Ezhel, Şanışer’e kulak tıkasın?

Bu projeye, yapay zekâ teknolojisinin kendisine yüklenen program ve/veya algoritma doğrultusunda, nasıl ve hangi ölçüte göre seçtiğini bilmediğimiz; eğer tesadüfi örneklem ise adını saydığımız şarkıcı veya grupların neye göre liste dışı

kaldığı belli olmayan; binlerce şarkılık genel listeye girdiysele yapay zekânın bunlardan birini dahi seçmeyişinin “kasıt” mı, yoksa “Atatürk’ün hatırasına saygısızlık etmeyelim” düşüncesi mi olduğunu hiçbir zaman bilemeyeceğimiz bir form yaratılmıştır.

Kuşkusuz, benzer bir çalışma ailemizden biri, babamız, annemiz, daha eskiden yaşayan ama az çok müzik zevkini bildiğimiz bir akrabamız için de yapılabilir. Ortaya çıkan sonuç da ancak “nostaljik” veya “eğlenceli” bir etkinlik olabilir. Ancak tarihe mal olmuş figürler adına -hele hele müzik gibi aslında o kişinin hayata bakış tarzını ve yaşam felsefesini de gösteren bir konuda- gerçeğe uygunluğu tartışmalı estetik beğeni seçenekleri sunmak, hem bir *iletişim kazasına* yol açabilir hem de tarihe atfen yapılacak yanlış yorumlara kapı aralayabilir.

Çünkü, her şeyden önce bu tür uygulamalar Atatürk’ü anımsatma, onun hatırasını yaşatma gibi bir amacı öncelese de bu amacı indirgemeci bir yaklaşımla sunmaktır. Çünkü Atatürk hatırası yalnızca onun bedensel görünümünün bugündeki olasılıklarını resmetmek değildir (Molo, 2023, s. 215). Bu açıdan bakıldığında, *yapay zekânın kullanımında* da bir sorun olduğu görülmektedir. Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre, zekâ, “insanın düşünme, akıl yürütme, öğrenme, kavramları ve nesnelere zihinde canlandırabilme, objektif gerçekleri algılama, yargılama, sonuç çıkarma, bedeni kontrol edebilme, duyguları doğru algılayabilme, değerlendirebilme, icat edebilme vb. yeteneklerinin ve becerilerinin tamamı; anlayış, derinlik, feraset” (<https://sozluk.gov.tr/>) şeklinde tanımlanmaktadır. Çalışmada, bu tanımlamadaki özelliklerin birçoğunun yapay zekâda bulunmadığı, dolayısıyla Atatürk’ün en seveceği şarkılar listesinin eğlenceden ve/veya nostaljik bir anlamdan öte gerçeklik taşımadığı görülmüştür.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Çalışmanın amacı, yapay zekânın ve algoritmaların bireylerin öznel müzik zevkleri ve ilgileri konusunda isabetli tahmin yapma yeteneklerinin tartışılması ya da bu tahminlerin hangi kriterler çerçevesinde yapılabileceğinin sorgulanmasıdır. Bu kapsamda, Şişecam firmasının yapay zekâyı seçtiği ve müzik paylaşım platformu Spotify’da yayınlanan “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” listesindeki parçaların Atatürk’ün müzik beğenisi açısından gerçekliğe uygun olup olmadığı yordanmıştır.

ARAŞTIRMANIN SORULARI

Bu çalışmada, yapay zekâ tarafından Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar olarak belirlenen 55 parçanın gerçekte liderin beğeni düzeyine ne derece denk düştüğüne ilişkin kuramsal ve müzikaliteye ilişkin sorular yer almıştır.

Çalışmanın soruları şu şekildedir:

- Atatürk’ün *olası* “En Seveceği Şarkılar” ile geçmişteki *asıl* “Sevdiği Şarkılar” hangi ölçülerde birbiriyle özdeş, hangi noktalarda ayırıcıdır? Yapay zekânın belirlediği liste ne kadar isabetlidir?
- Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar listesi, yaşadığı var sayılırsa, liderin 1938’den bugüne uzanan çizgisinde düşünsel, estetik ve vizyon açısından doğru bir tercih olmuş mudur?
- Şarkılar yapay zekâyâ tanıtılırken/tanımlanırken herhangi bir *otosansür* uygulanmış mıdır? Niçin 55 şarkı arasında “protest” ve “marjinal” parçalar yoktur?

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Çalışma, Şişecam’ın Spotify hesabında Kasım 2023’te yayımlanan Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar listesini kapsamaktadır. Ayrıca, Atatürk’ün ölümünden sonra yayımlanan “En Sevdiği Şarkılar” da kıyaslama ve karşılaştırma için çalışma kapsamına alınmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, içerik ve söylem analizi kullanılarak, Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar’ın müzikalitesi, zamansallığı ve gerçekliği incelenmiş, bunların günümüze denkliği kıyaslama yoluyla test edilmiştir. Ayrıca, Atatürk’ün beğenisine hitap ettiği belirtilen seçme şarkıların -dönemsel süreçler göz önüne alınarak- sosyolojik açıdan tutarlılığı sorgulanmıştır. Böylece, müzik beğenisi bakımından Atatürk profilinin ne ölçüde *sahici* olduğu tartışılmıştır.

1938’DEN 2023’E MÜZİKAL EVRİM: HANGİ ATATÜRK?

Geleceğe dönük *afakî* tahminler sadece birer *temenni* özelliği taşır. “Atatürk’ün Sevdiği Şarkılar” yıllardır 10 Kasım’larda radyolarda çalınmakta, televizyonlarda yer almaktadır. Bu açıdan bir “temsil” niteliğine, dahası “simge” özelliğine bürünmüştür.

Bu şarkılar Kültür Bakanlığı’nın resmi web sitesinde şöyle sıralanmaktadır:

Şekil 1

Atatürk’ün Sevdiği Şarkılar

Eserin Adı	Türü
Yanık Ömer	Türkü
Kırmızı Gülün Âli Var	Şarkı
Sobalarında Guru da Meşe Yanıyor Efem	Türkü
Çökertmeden Çıktım da Halilim	Türkü
Mehralı Bey Ağıtı	Türkü
Ata Barı	Şarkı

Mızika Çalındı Düğün mü Sandın	Türkü
Köroğlu Solağı	Türkü
Dağlar Dağlar Alişimin Kaşları Kare	Şarkı
Sarı Zeybek Havada Bulut Yok	Türkü
Kışlalar Doldu Bugün	Türkü
Hoş Gelişler Ola Mustafa Kemal Paşa	Şarkı/Marş
Merhaba Mustafa Kemal Paşa	Şarkı/Marş
Bayati Taksim	Şarkı
Merhaba	Şarkı/Marş
Bayati S. Se	Şarkı
Viola Kanun	Şarkı
Atanın Sevgi Nefesi	Şarkı
Mustafa Kemal	Şarkı
Ritim Sol	Şarkı
Sarayburnu 1934	Şarkı
Ud Taksim	Şarkı
Keman Solo	Şarkı

Kaynak: Kültür Bakanlığı, 2023.

Atatürk'ün sevdiği şarkılar sıralamasında, 23 parçadan 15'ini şarkılar oluşturmaktadır. Bu şarkılardan üçü marş özelliği taşımaktadır. Listede 8 de türkü bulunmaktadır. Cumhurbaşkanlığı arşivinde bulunan 271 plağın çoğunluğunu da şarkılar oluşturmaktadır. Ancak plaklar arasında kanto ve operet şarkılar da bulunmaktadır. Listede fasıllara ve türkülere de yer verilmektedir.

Şişecam'ın konuyla ilgili yaptığı basın açıklamasında, Atatürk'ün En Seveceği Şarkılar listesi seçilirken nota, gam, makam, söz, mod, tempo ve frekans değerlerinin analiz edildiği belirtilmesine karşılık, belgeselde bu analize ilişkin daha ayrıntılı bilgiler bulunmaktadır. Projenin mimarları olan müzik araştırmacısı Serhan Bali, Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Cem Say, Yaratıcı Teknolojist Zeynep Nal Sezer ve Yapay Zekâ Sanatçısı Bager Akbay'ın yer aldığı belgeselde, listeyi belirleyebilmek için birtakım eksenlerin ve parametrelerin belirlendiği ifade edilmektedir. Yapay zekânın (AL) belirlediği 55 şarkılık liste bu ölçütlere göre seçilmiştir. Parametreler/ölçütler seçilirken, müzikalitenin yanı sıra “ruh hali” gibi öznel değerlendirmelere de yer verilmiştir. Kuşkusuz ki bugün artık *yaşamayan* bir liderin *tahminen sevebileceği* şarkı listesi de öznel olmak durumundadır. AL'a seçtirilen şarkıların *eski beğenilere* bağlı olduğu düşünülecek olursa, Atatürk'ün estetik anlayışını 1930'lardaki halet-i ruhiyesinde *dondurmak* da çok gerçekçi olmayacaktır. AL'ın ölçüt aldığı parametreler şöyledir:

Şekil 2

Yapay Zekâya Tanımlanan Ölçütler

Ölçüt	Özelliği
SDA (Ses Dalgası Analizi)	Saund, titreşen bir nesnenin ses dalgalarından oluşan müzik tınısı. Bunu yapay zekâ bulur
Hareketlilik	Bir şarkının enerjisini ve karakterini belirler
Perde Analizi	Bir sesin tüm ses yelpazesi içindeki konumunu gösterir
Ses Gürlüğü	Volümün ve sonoritenin (ses dolgunluğu veya yüksekliği) anlaşılmasına yardımcı olur
Vokal Oranı	Fasıl müziğinde vokal ve enstrümantali tanımlar
BPM (Tempo) Parametresi	Şarkının hızlı veya ağır olup olmadığını saptar
Ölçü	Bir şarkının karakterini, ritmini ve temposunu belirler
Haleti-i ruhiye	Şarkının ruh halini (ağır, dramatik, hüzünlü veya oynak, kıvrak) belirler

Kaynak: Youtube, 2023.

Yapay zekâ, bu ölçütlerden ve parametrelerden yola çıkarak, günümüzdeki binlerce şarkı ile Atatürk’ün o dönem sevdiği şarkıların karşılaştırmalı bir analizini yapmış, melodilerin benzerliği, ritm, ses gürlüğü, perde analizi, tempo ve en son ses dalgası analizi ile ortaya bir liste çıkarmıştır. Listeyi noktalayan asıl öge ise şarkıların haleti- ruhiyesi, yani *ruh hali* olmuştur.

AL’ın yaptığı analiz sonucu “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” listesi alfabetik sıraya göre şöyle oluşmuştur:

Şekil 3

Yapay Zekânın Seçtiği Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar

Şarkının adı	Solist veya Grup
Tanrı Misafiri	Ajda Pekkan
Kanadım Değdi Sevdaya	Aşık Mahzuni
Bülbül	Aşık Veysel

Sevgiliye	Aşkın Nur Yengi
Aşk Hikayesi	Ayla Algan
Yanan Mum	Ayla Dikmen
Memleketim	Ayten Alpman
Bir Kızıl GoncayBenzer Dudağın	Aylin Şengün Taşçı
Kırpıkların Ok Eyle	Barış Manço
Bir İhtimal Daha Var	Behiye Aksoy
Aşkım Bahardı	Belkıs Özener
Samanyolu	Berkant
Beynim Zonkluyor	Bulutsuzluk Özlemi
Ela Gözlüm	Cem Adrian
Haberin Yok Ölüyorum	Duman
Artık Yeşerecek Bir Dalım Yok	Emel Sayın
Hercai	Emre Aydın (Çelik Şarkıları)
İstemem	Erkin Koray
Zambaklar Açarken	Erol Büyükburç
Deli Divane	Erol Evgin
Büklüm Büklüm	Ferdi Özbeğen
Boşu Boşuna	Fikret Kızılok
Kurşuni Renkler	Göksel
Sen Bersiz Ben Sensiz	Gönül Yazar
Aşk Nerden Nereye	Gripin
Olmaz İlaç Sine-i Sad Pareme	Hacı Arif Bey (Golden Horn Production)
Makber	Hamiyet Yüceses
Konuşamıyorum	İlhan İrem
Ayrılık	İnci Çayırılı
Werther Act 3: “Pourquoi me réveillent, ô souffle du printemps?”	Jonas Kauffman
Bir Serçe Üzülür	Mabel Matiz
Firuze	Melike Şahin
Yalnızlık Ömür Boyu	Mazhar-Fuat-Özkan Üçlüsü
Değmesin Ellerimiz	Model-Diğer Masallar
Artık Çok Geç	Moğollar
Eski Şarkısı	Mor ve Ötesi
Sonuna Kadar	Mustafa Sandal, Murat Karahan
Leyla Bir Özge Candır	Münir Nurettin Selçuk

Ne Senin Aşkına Muhtaç	Müzeyyen Senar
Baharı Bekleyen Kumrular Gibi	Neşe Karaböcek
Git İstersen	Nesrin Sipahi
Kefen Giydim	Pinhani
Ay Gız	Selva Erdener
Seninle Bir Dakika	Semiha Yankı
Olmaz Olmaz Bu İş Olamaz	Semiramis Pekkan
Bahçede	Sertab Erener
Alaturka	Sezen Aksu
Hoşçakal	Şebnem Ferah
Ağlayan Gözler	Tanju Okan
Dönülmez Aşkın Ufkundayım	Tarkan
Mektup	Teoman
Bir Bahar Akşamı	Yalın
Aşk Yeniden	Yeni Türkü
Sonbahar Rüzgarları	Yıldırım Gürses
Sormadın Halimi Hiç	Zeki Müren

Kaynak: Spotify, 2023.

Bu 55 şarkıdan on sekizi Atatürk’ün kendi döneminde severek dinlediği şarkılarla benzer, hatta neredeyse tıpatıp aynı saunda sahiptir. Türk Sanat Müziği’nin başta hicaz, hüzzam ve segâh olmak üzere çeşitli makamlarını içermektedir. Kısacası yapay zekâya bu şarkıları seçerken fazla iş düşmemiştir. Bu şarkılar, müziğe az çok ilgisi olan hemen herkesin Atatürk adına tercih edebileceği özelliktedir.

Tartışmalı bir tercih ise Tarkan’ın seslendirdiği “Dönülmez Akşamın Ufkundayız” şarkısıdır. AL’in binlerce şarkı içinden pop müzik şarkıcısı Tarkan’ı yansıtan bir parçayı değil de sanatçının söylediği alaturka bir şarkıyı sıralamaya alması, bu projede Atatürk’ün “derin dondurucu” ya hapsedildiğinin en önemli göstergelerinden biridir:

AL’in Atatürk’ün klâsik beğenisi dışında seçtiği şarkıların sayısı 14’tür. Bu şarkılar da Bulutsuzluk Özlemi, Duman, Pinhani, Gripin, Teoman, Şebnem Ferah, Yeni Türkü, Mabel Matiz, Göksel, Mor ve Ötesi, Erkin Koray, Model, Moğollar ve MFÖ’ye aittir. Geriye kalan yirmi üç parçanın bir kısmı türkü, bir kısmı da slow Türkçe pop türlerinden oluşmaktadır. Listede bir de klâsik müzik parçası (arya) bulunmaktadır.

Bu değerlendirme yapılırken, inandırıcılık açısından yapay zekânın tercihlerinin “mutlak” bir değer taşımadığı, hatta yanılma payının yüksek olduğu söylenebilir:

Yapay zeka, müzik tüketimi ve tercihlerine dayalı verileri analiz ederek kişiselleştirilmiş müzik deneyimleri sunabilir. Ancak bu durumda, kullanıcıların müzik tercihleri ve dinleme alışkanlıkları gibi kişisel verilerin nasıl kullanıldığı ve korunduğu önem kazanır. Veri gizliliği ve kullanıcı güvenliği konuları dikkatle ele alınmalıdır. Yapay zeka, büyük veri setleriyle eğitildiğinden, belirli bir popüler müzik tarzı veya trend'e odaklanabilir. Bu durumda, yapay zeka tarafından önerilen müziklerde çeşitlilik azalabilir ve müzik endüstrisinde homojenlik artabilir. Farklı kültürel ve tarihsel müzik formlarının göz ardı edilme riski vardır. Bu durum özellikle müzikal çeşitlilik sorununu ortaya çıkarabilir (Ser, 2023: 321-322).

YAPAY ZEKÂNIN ŞARKI SEÇİMİNİN SOSYOLOJİK ANALİZİ

Meredith Broussard (2020, s. 196), “Yapay (geri) Zekâ” adlı kitabında, “*Algoritmalar insanlar tarafından tasarlandı ve insanlar bilinçsiz önyargılarını algoritmalara gömdüler*” demektedir. Sonuçta, eğer insan aklı, pek çok karmaşık, dağınık ve kaotik parçayı yapay zekâ sayesinde bütünleştirebiliyorsa, buradaki maharet yine insan aklının bir eseri sayılmalıdır. Çabukluk, algoritmik düşünce ve eylem, karmaşık verilerden sonuç çıkarmak gibi yapay zekâya özgü *yetenekler* son tahlilde insan unsurunun *tercihleriyle* bir anlama kavuşmaktadır. Larson’un (2022, s. 293) ifadesiyle, “...övgüyü hak edenin kim veya ne olduğu çok açık değildir: Süperbilgisayarın donanımını mı göklere çıkaracağız, yoksa mühendislerin üstün çabalarını ve içgörülerini mi öveceğiz?” Ancak “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” listesini de bu kapsamda değerlendirmek işin kolayına kaçmak olacaktır. Şişecam’ın bu özel projesinde yapay zekâdan ziyade insan aklının (veya bilincinin) *kusurları* tartışmaya açıktır.

İlk önemli kusur *süreçsizlik* tercihidir. Seçilen şarkılarda Atatürk’ün kişiliği, beğeni düzeyi ve olası gelişme basamakları atlanmıştır. Atatürk, 1938’deki beğeni düzeyi ve bunu bütünleyen formlarla yapay zekâya tanımlanmıştır. Bu konudaki en büyük *fire* Tarkan’ın alaturka şarkısıdır. 2023 yılında yaşayan bir Atatürk, Tarkan’ın pop müzik türündeki hit şarkılarını değil de Münir Nurettin Selçuk’un 73 yıl önce bestelediği “Dönülmez Akşamın Ufkundayız” şarkısını beğeniyorsa, orada hem sosyolojik açıdan hem de iletişim tarihi bakımından bir soru işareti vardır.

Döneminde konukların önünde modern dans sergileyen bir Atatürk figürü ile yapay zekâ sayesinde Ferdi Özbeğen’in “Büklüm Büklüm” adlı Arabeske yatkın şarkısını dinlemeye mahkum edilmiş bir Atatürk portresi nasıl bir araya gelebilir? Atatürk’ün beğeni düzeyi değiştiyse, örneğin, hiç mi isyan edip Orhan Gencebay gibi “Batsın Bu Dünya” demez?

İkinci önemli kusur *temkinlilik* tercihidir. Atatürk döneminde başlatılan ve müzikte de ifadesini bulan Batılılaşma sürecinde Türkiye’de müzik alanında da kimi yenilikler gerçekleştirilmiştir. Klasik Batı Müziği, bale, opera gibi alanlarda

önemli sanatçılar yetiştirilmeye başlanmıştır. Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası kurulmuştur. Bu müzik anlayışı dönemin tek radyosu ve ileriki zamanda tek televizyonu olacak TRT’ye de yansımıştır. TRT’de yayınlanacak müzikleri denetleyen ve onay veren bir “Denetim Kurulu” (buna uzunca bir dönem ‘sansür kurulu’ da denilecektir) oluşturulmuştur. Özellikle sağ iktidarlar döneminde “kara liste” adı verilen yasaklar listesinde yer alan sanatçılara devletin radyosu ve televizyonu kapılarını kapatmıştır. Aynı paralelde “yoz müzik” olarak nitelendirilen Arabesk de çeyrek asır boyunca (1990’ların başına kadar) denetim kurulundan veto yemiştir. Arabeskin kurucusu sayılan Orhan Gencebay sadece yılbaşı gecelerinde 1-2 şarkıyla ekrana çıkma fırsatı bulabilmiştir. Devlet, “*Benim seçtiğim müzikler dışında bir şey dinleyemezsin*” dayatması içine girmiştir. Bu süreç 12 Eylül döneminde de devam etmiş, ancak 1983 seçimlerinde Turgut Özal iktidara geldikten sonra bu konuda yumuşama başlamıştır.

Şişecam, 1935 yılında bizzat Atatürk’ün direktifiyle Türkiye İş Bankası tarafından kurulmuştur (<https://www.sisecam.com.tr>). Bu nedenle de Cumhuriyet’in temel kuruluşlarından biridir. Atatürk ile ilgili özel günlerde TV’lerde yayınlanan reklamlarıyla da ünlüdür. Bu konudaki duyarlılığı geleneksel bir tutum halini almıştır.

Ancak “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” projesinde bu duyarlılık *tutucu* bir çehreye bürünmüş görünmektedir. Yapay zekâya -Atatürk adına- sunulan şarkılar daha baştan otosansüre uğramış gibidir. Tıpkı Cumhuriyet’in ilk döneminde ve ardından gelen uzun yıllar boyunca olduğu gibi, muhtemelen Atatürk’ün hatırasına hâle getirmesin diye “protest”, “radikal”, “marjinal”, “toplumcu” ve “etnik” şarkılar daha baştan elenmiş veya yapay zekâ bu şarkıları *keşfetme* yeteneğinden yoksun bırakılmıştır. O halde ortaya çıkan sonuç Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar değil, bizim onun adına belirlediğimiz eserlerdir.

Peki Atatürk gerçekten yaşamış olsaydı hâlâ Safiye Ayla veya Hamiyet Yüceses tarzı müzik mi dinliyor olacaktı? Döneminde Fransızca konuşup yazabilen bir Atatürk niçin Edith Piaf dinlemesin? Bu toprakların bağrından çıkmış Ruhi Su’ya, Aynur Doğan’a, Ahmet Aslan’a, Fazıl Say’a neden kulak tıkasın? 1990’lı yıllarda ortalığı yıkıp geçen ve şarkıları hâlâ revaçta olan Ahmet Kaya hiç mi tanıtılmadı yapay zekâya? Selda boşuna mı “Bir daha gel, gel Samsun’dan / Sarı saçlım mavi gözlüm” diye seslendi? “Aldırma Gönül” şarkısıyla bir dönemin gençliğini etkileyen ve dört kuşaktır dinlenen Edip Akbayan niçin yok listede? Atatürk’e reva görülen en uç örnek Mabel Matiz veya Duman mıdır? Devletin geçmişte koyduğu yasaklar Atatürk’ü de mi kapsamıştır?

Hepsi bir yana, Türk Halk Müziği’nin gelmiş geçmiş en önemli isimlerinden biri olan Neşet Ertaş’ın listeye girememesi başlı başına bir eksiklik. Aşık Veysel’in “Bülbül” türküsü seçilirken, Neşet Ertaş’tan bir bozlağın bile olmaması hem ta-

rihsel, hem sosyolojik, hem de müzikalite açısından bir hatadır. İdeolojiler üstü olan ve bütün Türkiye'nin yıllardır severek dinlediği bir sanatçıyı Atatürk'ün ıskalayacağını düşünmek -yapay zekâ bile olsa- kimsenin aklına getiremeyeceği bir ihtimaldir.

Şekil 4

Yapay Zekânın Seçmediği Sanatçılar ve Hit Şarkıları

Sanatçılar	Ünlü Şarkıları
Neşet Ertaş	Gönül Dağı, Ah Yalan Dünya, Leyla
Ruhi Su	Çanakkale/Seferberlik Türküleri, Mahsus Mahal, Yemen Türküsü
Cem Karaca	Namus Belası, Tamirci Çırağı, Sen de Başımı Alıp Gitme, Islak Islak
Selda	Adaletin Bu mu Dünya? Katip Arzuhalim Yaz Yâre Böyle, Sarı Saçlım Mavi Gözlüm
Ahmet Kaya	Ağladıkça, Kum Gibi, Beni Bul, O Mahur Beste
Ahmet Aslan	Minnet Eylemem, Giresun'un İçinde, Tanımadığım Ten, Şu Dağlarda Kar Olsaydım
Aynur	Keçe Kurdan, Ahmedo, Dar Hejiroke, Ay Dilbere, Şewa Tari, Yaranmaz Aşık, Derya Kenarında Bir Ev Yapmışam
Fazıl Say	100. Yıl Marşı, Truva Sonatı, Nâzım Oratoryosu
Orhan Gencebay	Hatasız Kul Olmaz, Bir Teselli Ver, Batsın Bu Dünya, Sev Dedi Gözlerim, Yarabbim Sen Büyüksün, Vazgeç Gönlüm, Akşam Güneşi
Ferdi Tayfur	Merak Etme Sen, Bana Sor, Sabahçı Kahvesi, Yaktı Beni, Emmioğlu, Ben de Özledim

Kaynak: Spotify, 2023.

Bu projeden anlıyoruz ki, “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar”, aslında biz “beyaz Türkler”in onda görmek istediği estetik beğeni düzeyidir. O açıdan da proje hem gerçekçi değildir hem de Atatürk’ü sonsuza kadar derin dondurucuya hapsetmeyi göze alacak kadar bilinçten yoksun bir girişimdir. Belki de projenin mimarları iyi niyet göstermeye kalkmışlar, ancak muhtemelen “*Şişecam yönetimi bunu beğenmez, karşı çıkar*” düşüncesiyle kendilerini engellemişlerdir.

Çünkü, yapay zekânın karar verici bileşeni olarak tanımlanabilecek algoritma, onun hangi eyleme nasıl tepki vereceğini yönlendirerek yapay zekâyâ yüklenen verinin bir amaç kazanmasını sağlar (Beer, 2017, s. 3). Algoritmaların kodlarını yazanların insan olduğu, dolayısıyla algoritmaların toplumsal hayattan temellendiği fikrinden yola çıkan araştırmacılar yapay zekânın değer yüklü olduğunu, algoritmaları kodlayan mühendislerin değerlerinin birer taşıyıcısı olduklarını vurgulamaktadır (Beer, 2017 ve Joyce vd., 2021’den Akt., Adaş ve Erbay, 2023, s. 332). Şu halde, şarkıları seçen veya eleyen, dilediği şarkıyı binlerce -ama kendi

seçtikleri binlerce- şarkının yer aldığı aday listeye koyan projenin dört mimarı esas belirleyici olmuştur. Bunda da büyük ölçüde Şişecam’ın “hassasiyetleri” rol oynamıştır.

Olayın önemli bir boyutu daha bulunmaktadır: Yapay zekânın bilimsel verileri değerlendirmesi ile sanatsal tercihleri sunması aynı değerde değildir. O yüzden de *inandırıcılığı* düşük kalmaktadır:

Yapay Zekâ tarafından gerçekleştirilebilecek bir görev ve uygulamalarda iş gücünü ve olasılıkları makine zekâsı ile hesaplayabilmeye ve uygulanabilir verileri bulmaya yönelik bilimsel çaba amaçlandığından sanatsal ilişki bağlamında hatanın, rastlantının, kültürel farklılıktan kaynaklı sapmaların, kestirilemeyen etkisi devre dışı bırakılır. Yanlış yapmayı ve farklılık olasılıklarını denemeyi içeren bir sanatsal serüven makinenin insan tarafından yaradılışına ters gözükmektedir (Kantürk, 2022, s. 1013).

Bu noktada, şarkıların seçiminde Atatürk’ün “geleceğine” ilişkin tahmin ve yordamalarda bulunması beklenen yapay zekâdan *özgür irade* sahibi olması beklenebilmeyi miydi? Çünkü insan ve insan beyni de moleküllerinin izlediği yoluna çıkacak fazladan bir niteliğe sahip değildir. Dolayısıyla, belirlenmiş bir yapı olan insan beyninde, özgür iradenin varlığını kanıtlayacak hiçbir özellik mevcut değildir (Doğan, 2021, s. 796). Özgür irade, öğrenilebilen ve bilinç kazandıkça *varolanın dışına taşan* bir şeydir.

Sonuçta yapay zekâ kendisine sunulan seçenekler ve örneklemeleri kıyaslayarak bir liste oluşturmuştur; projeyi biçimlendiren “insan eli” nin kendisine göstermediği şarkıları seçemez. Benzer saundlar, ses dalgası analizi, hareketlilik, perde analizi, ses gürlüğü, vokal oranı, tempo, ölçü veya haleti-i ruhiye... Bu ölçütlerin hepsi, örneğin “Çırpınırdın Karadeniz” türküsü ile “Enternasyonal” marşında da ortak bir payda yaratabilir, benzer saundlar içerebilir. Ama bu iki parçayı farklı felsefeler, ideolojilere ve inançlara sahip insanların dinlediği unutulmamalıdır. Bu 55 şarkıyı keşfetmek için yapay zekâya da ihtiyaç yoktur. Çünkü projenin Atatürk’ün beğeni düzeyini 1938’den 2023’e taşımak gibi bir gayesi bulunmamaktadır. Şarkılara bakıldığında, Atatürk’ün kendisini hiç geliştirmemiş, müzikteki yenilikleri takip etmemiş, 1938’in duyarlılıklarıyla yetinen, ayıp olmasın diye 3-5 yeni parçaya kulak kesilmiş, asla *çizgi dışı* müziklere yüz vermeyen bir kimliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu tabloyu sadece yapay zekâya mal etmek de haksızlık olacaktır. Anlaşıldığı kadarıyla yapay zekâya tanımlanan sadece Atatürk’ün 1930’lardaki müzik beğenisini yansıtan şarkı formlarıdır. Hal böyle olunca da olayın sosyolojik ve iletişimsel boyutu hiç hesaba katılmamıştır. Yapay zekâ, tıpkı rulet oynar gibi binlerce şarkı arasında hızla gezinerek “o an” belirlediği ve kendisine tanımlanan formlara uygun herhangi bir şarkıyı listeye dahil etmiştir. Adeta üniversite adaylarına aldıkları puana göre bölüm seçip öneren “tercih robotu” gibi davranmıştır.

SONUÇ

Bu çalışma, yapay zekânın ve algoritmaların, bireylerin öznel müzik beğenileri ve ilgileri konusunda isabetli tahmin yapma yeteneklerini ve bu tahminlerin hangi kriterler çerçevesinde yapıldığını sorgulamayı amaçlamıştır.

Şişecam'ın yapay zekâyâ seçtiği Atatürk'ün *olası* “En Seveceği Şarkılar” ile geçmişteki *asıl* “Sevdiği Şarkılar” görünürde birbiriyle özdeştir. Zaten asıl *sorun* bu noktada bir *farklılığın* ortaya çıkmamasıdır. Yapay zekânın belirlediği liste -algoritmik olarak- tutarlı, ancak Atatürk'ün kişiliği ve kimliği söz konusu olduğunda isabetli değildir.

Atatürk'ün En Seveceği Şarkılar listesi, yaşadığı var sayılırsa, liderin 1938'den bugüne uzanan çizgisinde düşünsel, estetik ve vizyon açısından doğru bir tercih olmamıştır. Çünkü lider, yapay zekâ-insan iş birliği sonucu etkisizleştirilmiştir. Kendini geliştirememiş, silik bir karakter profiline taşınmıştır. Şarkılar yapay zekâyâ tanıtılırken/tanımlanırken *otosansür* uygulanmıştır. Seçilen 55 şarkı arasında “protest” parçalar yoktur. Kimsenin danstan haberi olmadığı bir dönemde piste çıkıp vals yapan bir Atatürk, “marjinal” görüntü vermesin diye 21. Yüzyıl'da *sığ* bir tercihler listesine hapsedilmiştir. Atatürk'ün estetik anlayışı, 85 yıl sonra derin dondurucudan çıkarılıp, en küçük bir gelişme göstermeyen haliyle aynen önümüze konulmuştur. Zamansallık kavramı, liderin hayata bakış tarzı, emaneti gençlere vermesi gibi metaforlar bir yana itilerek, ortaya sadece yapay zekânın başardığı bir *şarkı seçme ritüeli* sunulmuştur.

İletişim açısından bakıldığında da ortada garip bir durum vardır. Virilio'nun (2023, s. 10) deyişiyle, “*Postmodern bilim, artık en az bir önceki yarış kadar çılgın olan yeni bir rekabet içinde yerini almaktadır. Robotik veya genetik zekâ alanlarında sınır performanslar peşinde koşan bu yarış, farklı bilgi alanlarını 'bilim sonrası aşırılık' yoluna sürüklemekte ve bu yolda bilim bütün akıl ve mantığını kaybetmektedir.*” Atatürk'ün En Seveceği Şarkılar projesi tam da bu tanıma denk düşmektedir. Küreselleşen bir dünyada, her tarihsel figürü reklâma/kazanca tahvil eden sermayenin (Şişecam) *kurucusu* bile olsa Atatürk'e acıması beklenemezdi. Baudrillard'ın (2017, s. 56) sorusuyla, “*Küreselleşme adı altında küresel bir pazarın rehinelerine mi (artık köleleri değil tutsakları) dönüştük?*” Bu noktada yapay zekânın kullanımı ise talihsiz bir iletişim kazası olmuştur.

Derrida'nın (2023, s. 20-21) “*Şüphesiz düşünce kendisini hakikate teslim etmek istemektedir; fakat o kendisini hakikate teslim ettiği anda artık kendisi değildir*” sözü bu noktada önem kazanmaktadır. Seçimi yapay zekânın inisiyatifine bırakılan Atatürk şarkıları, sosyolojik argümanların dikkate alınmaması veya hiçe sayılması nedeniyle *zamanın dışında* bir konuma itilmiştir. Burada Atatürk paradigması önemli rol oynamaktadır. Projenin uzman dördlüsü, Atatürk'ü yerinden bile kımlıdatmak istememiş, yapay zekâyı da bu iradeye zorlamıştır. Çünkü var

olabilmek için, *dünyaya* ait olabilmek için eğlendirici olmak gerekiyor. Sadece eğlendirici olan *hakiki* ya da *gerçek*’tir. Bizzat *gerçeklik* eğlencenin bir *etkisi* olarak görünmektedir (Han, 2023a, s. 114). O halde, gerçeği haykıran *marjinal* ve/veya *radikal* şarkılar olacağına, 1930’ların *eğlenceli ruhu* hiç gitmesin! “Zararsız” bir Atatürk, tam da küresel sermayenin istediği bir kimliktir: Hem kitleleri ortak bir noktada buluşturacak hem kırmızı çizgileri aşmayacak hem de *yerinde sayacak* bir tercih. Bu, Chomsky’nin (2022, s. 24) “*tarihi tamamen saptırmak da gerekir*” diye tanımladığı bir hamleye denk düşmektedir.

Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar bir tür simülasyondur ve gerçekliği elbette tartışmalıdır. Ama liderin paradigması göz önüne alındığında, basit bir deneyden yola çıkılarak genel bir hüküm vermeye yatkın bir *gücü* de yedeğinde taşımaktadır. Zaten *ciddiye alınmasının* temelinde de bu yatmaktadır. Baudrillard (2022, s. 128), “*Anlamın ötesine geçildiğinde karşımıza anlamın etkisiz kılınması ve için için kaynamasının yol açtığı büyüleyici bir görüntü çıkıyor*” sözleriyle yapay zekâyı kastetmemişti ama Atatürk adına yapılan seçimde anlamın etkisiz kılındığı ve ortaya “büyüleyici” (buna kitleleri/kamuoyunu/halkı hipnotize edici/uyutucu da denilebilir) bir görüntünün çıktığı söylenebilir. Çünkü anlaşılıyor ki, amaç, “Atatürk yaşasaydı acaba en çok hangi şarkıları severdi?” sorusundan ziyade -veya bunu da kapsamakla birlikte- bu soruya yapay zekânın “tutarlı” bir cevap bulmasıdır. *Büyüleyici* olan budur. Ortaya çıkan sonuç *sıradan* bile olsa yapay zekâ sayesinde keşfedildiği için bir *değer* kazanmaktadır. Ama *içerik* irdelendiğinde aslında yapay zekânın çok da *marifetli* bir seçim yapmadığı görülmektedir. Tarihe mal olmuş bir liderin *putlaştırılması* kaçınılmaz olsa da, “en sevdiği şarkılar”, “en sevdiği yemekler”, “en beğendiği filmler”, “en çok okuduğu yazarlar” gibi *sıradan* ölçütler aslı unsuru gölgeleyip o lideri karikatürize etme riski taşımaktadır.

“Bugün kendimizi sınırsız bir iletişime teslim ediyoruz. Dijital hiper-iletişimle neredeyse sersemlemiş durumdayız” diyen Byung-Chul Han (2023b, s. 46), seçenek olarak bazen *suskunluk* öneriyordu: “*İki ağız dolusu suskunluk, hiper-iletişime nazaran daha fazla yakınlık, daha fazla dil içerebilir. Suskunluk bir dildir; iletişimin gürültüsü ise bir dil değildir.*” Belki de “Atatürk’ün En Seveceği Şarkılar” faslı için de bu seçeneğe ihtiyaç vardı: Suskunluk ve kaç yaparken göz çıkarmamak. Yapay zekânın marifetlerini gösterirken, Atatürk’ün estetik beğenisinin kaderi *anlamın sıradanlaşması* olmamalıydı.

KAYNAKÇA

Adaş, E., & Erbay, B. (2022). Yapay zekâ sosyolojisi üzerine bir değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(1), 326–337.

Anadolu Ajansı. (2023). Atatürk bugün hangi şarkıları severdi sorusu yapay zekâyla yanıt buldu. <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/sanayi/ataturk-bu->

- gun-hangi-sarkilari-severdi-sorusu-yapay-zekayla-yanit-buldu/683575 (Erişim tarihi: 29.11.2023).
- Baudrillard, J. (2017). Can çekişen küresel güç (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2022). Simülakrlar ve simülasyon (O. Adanır, Çev., 16. Baskı). Doğu Batı Yayınları.
- Broussard, M. (2020). Yapay (geri) zekâ (Y. T. Şar, Çev.). Sola Unitas.
- Chomsky, N. (2022). Medyayı dizginlemek (O. Şenkul, Çev.). Scala Yayıncılık.
- Cumhurbaşkanlığı. (2023). <https://www.tccb.gov.tr/assets/muzik/kunye.pdf> (Erişim tarihi: 05.12.2023).
- Derrida, J. (2023). Düşünmek hayır demektir (C. Batukan, Çev.). İnsan Yayınları.
- Doğan, M. (2021). Yapay zekâ ve özgür irade: yapay özgür iradenin imkânı. TRT Akademi, 6(13), 788–811.
- Han, B. C. (2023a). Eğlencenin iyisi (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2023b). Ötekini kovmak (M. Özdemir, Çev.). Ketebe Yayınları.
- Kantürk, B. (2022). Yapay zekânın günümüz sanat üretimlerinde katılımcı bir aktör olarak rolü: Türkiye güncel sanatından iki örnek. İdil, 94, 1007–1020.
- Kültür Bakanlığı. (2023). Atatürk'ün sevdiği şarkılar. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96390/ataturk39un-sevdigi-sarkilar.html>(Erişim tarihi: 27.11.2023).
- Larson, E. J. (2022). Yapay zekâ miti (K. Y. Us, Çev., 2. Baskı). Fol Yayınları.
- Molo, Ü. (2023). İletişim Teknolojileri Bağlamında Atatürk'ün Hatırası ve Anım-sama Pratikleri. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 2(8), 200–220.
- Ser, A. (2023). Algoritmaların senfonisi: Müzikte yapay zekanın geçmişi, bugünü ve geleceğinin değerlendirilmesi. MAS JAPS Uygulamalı Bilimler Dergisi, 8(2), 320–328.
- Spotify. (2023). <https://open.spotify.com/intl-tr/track/6IjMtFCIgrnxE54RDfZOCU> (Erişim tarihi: 06.12.2023).
- Spotify. (2023). <https://open.spotify.com/playlist/4BIguT7clmXffz0Ejk-TiXE> (Erişim tarihi: 29.11.2023).
- Şişecam. (2023). <https://www.sisecam.com.tr/tr/hakkimizda/sisecam> (Erişim tarihi: 07.12.2023).
- TDK. (2023). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 04.12.2023).
- Virilio, P. (2023). Enformasyon bombası (K. Şahin, Çev.). Metis Yayınları.
- YouTube. (2023). <https://www.youtube.com/watch?v=TtQ3xOTCWv8> (Erişim tarihi: 05.12.2023).

KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

Özlem DUĞAN

Uşak Üniversitesi, Türkiye
ozlem.dugan@usak.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-9028-7989>

Mustafa DEMİREL

Uşak Üniversitesi, Türkiye
demirel.md49@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-9066-5974>

Selda AKÇALI

Uşak Üniversitesi, Türkiye
usak.isaretdili@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-0970-6483>

Merve KAYA

Uşak Üniversitesi, Türkiye
mervekayapr@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-6175-6733>

<i>Anf</i>	Duğan, Ö., Demirel, M., Akçali, S., Kaya, M. (2024). "KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ ÜZERİNE YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ". İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 317-339
------------	---

Geliş tarihi / Received: 20.07.2024

Kabul tarihi / Accepted: 17.09.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3003

ÖZ

Dünyada ve Türkiye’de farklı alanlarda çok sayıda krizlerin yaşanması akademik çalışmalara da yansımaktadır. Yaşanan kriz türleri yüksek lisans ve doktora tezlerinde konu olarak çalışılmaktadır. Bu çalışmada 2019-2024 yılları arasında Türkiye’de yüksek lisans ve doktora tezlerinde kriz iletişimi ve kriz yönetimi konusunda yayınlanan tezlerin profili ortaya çıkarılmak istenmiştir. Çalışmanın verileri, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) üzerinden elde edilmiştir. Tarama sonucu 412 yüksek lisans, 83 doktora tezi çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın amacı kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında yapılan

tezlerde çalışmaların hangi alana evrildiğini ve hangi alanlarda boşlukların olduğunu ortaya koymaktır. Böylelikle çalışma gelecekte yapılacak tezlere katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bibliyometrik analize tabi tutulan çalışmada tezlerin türleri, yılları, üniversitesi, enstitü, çalışmanın yöntemi, çalışma konuları, çalışıldığı şehir, anahtar kelimeler incelenmiştir. Çalışma sonucunda lisansüstü tezlerde 2019-2024 yılları arasında Covid-19 pandemi krizi, göç krizleri, deprem krizleri, ülkeler arası krizler, yöneticilerin krizi yönetme becerileri, şirketlerin ve kurumların yaşadığı krizler, sosyal medyada kriz süreçleri konularının daha fazla çalışıldığı tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, 2022 yılında daha fazla tez yazıldığı belirlenmiştir. Yüksek lisans tezinin doktora tezlerinden fazla olduğu tespit edilmiştir. Nitel çalışmanın nicel çalışmaya göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Karma yöntemin az kullanıldığı belirlenmiştir. Uluslararası kriz konularının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. İstanbul Üniversitesi'nin ve Marmara Üniversitesi'nin tezlerde ön sıralarda yer aldığı belirlenmiştir. Sosyal Bilimler Enstitülerinin kriz iletişimi ve yönetimi konusunda ilk sırada olduğu tespit edilmiştir. Bundan sonra bibliyometrik analizle daha spesifik konular çalışılabilir. Karma yöntem kullanılarak yapılan çalışmaların sayısı artırılabilir.

Anahtar Kelimeler: *Kriz, Kriz İletişimi, Kriz Yönetimi, Bibliyometrik Analiz, Lisansüstü Tezler*

ANALYSIS OF POSTGRADUATE THESES ON CRISIS COMMUNICATION AND CRISIS MANAGEMENT

ABSTRACT

The fact that many crises are experienced in different areas in the world and in Turkey is also reflected in academic studies. The types of crises experienced are studied as a subject in master's and doctoral theses. In this study, it was aimed to reveal the profile of theses published in Turkey between 2019-2024 in master's and doctoral theses on crisis communication and crisis management. The data of the study were obtained from the National Thesis Center of the Council of Higher Education (YÖKTEZ). As a result of the screening, 412 master's and 83 doctoral theses were included in the study. The aim of the study is to reveal which field the studies in the theses in the field of crisis communication and crisis management have evolved into and in which areas there are gaps. Thus, the study aims to contribute to theses to be conducted in the future. In the study subjected to bibliometric analysis, the types of theses, years, university, institute, method of the study, study subjects, city where it was studied, and keywords were examined. As a result of the study, it was determined that the subjects of Covid-19 pandemic crisis, migration crises, earthquake crises, international crises, crisis management skills of managers, crises experienced by companies and institutions, and crisis

processes on social media were studied more in postgraduate theses between 2019-2024. According to the results of the study, it was determined that more theses were written in 2022. It was determined that master's theses were more than doctoral theses. It was determined that qualitative studies were more than quantitative studies. It was determined that mixed method was used less. It was determined that international crisis topics came to the fore. It was determined that Istanbul University and Marmara University were at the forefront in theses. It was determined that Social Sciences Institutes were at the forefront in crisis communication and management. From now on, more specific subjects can be studied with bibliometric analysis. The number of studies conducted using mixed method can be increased.

Keywords: *Crisis, Crisis Communication, Crisis Management, Bibliometric Analysis, Postgraduate Theses*

GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye’de farklı alanlarda birçok krizin yaşandığını ve bu krizlerin giderek arttığını ifade etmek gerekir. Her geçen gün etkisini artıran krizler hayatımızı büyük oranda etkileyerek değişikliklere neden olmaktadır. Yaşanan krizler akademik alanda da yeni çalışma konularını ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Covid-19 salgını (2020) küresel çapta, ülkeleri etkisi altına alarak her alanda birçok değişiklikleri beraberinde getirmiştir ve akademik alanda çalışılan konular arasında yer almıştır. Göç krizleri birçok ülkeyi etkileyerek hayatları değiştirmiş ve değiştirmeye de devam etmektedir. Özellikle Suriye’den Türkiye’ye gelen mültecilere yönelik birçok akademik çalışma yapılmıştır. Ülkeler arasında dönem dönem diploması krizleri de yaşanmaktadır. Rus uçağının düşürülmesi ve kaşıkçı cinayeti uluslararası ilişkiler açısından önemli kriz örnekleridir. Afetler açısından İzmir (2020) ve Kahramanmaraş (2024) depremleri ön plana çıkmaktadır. Yine birçok ülkede dönem dönem ortaya çıkan yangınlar kriz açısından çalışılan konular arasındaki yerini almıştır. Devlet kurumları ve özel işletmelerin krizleri yönetme becerisi ilgi gören konular arasında yer almaktadır. Bu çerçeveden ele alındığında akademik çalışmalarda kriz iletişimi ve kriz yönetimi çok çalışılan konular arasında yer almaktadır. Bu çalışmada Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nde (YÖKTEZ) 2019-2024 yılları arasında (2024 yılının ilk 5 ayı) yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezleri çalışmaya dahil edilmiştir. Yükseköğretim Kurumları’nda lisansüstü düzeyde kriz konusunda neler çalışılmış, hangi konulara yoğunluk verilmiş, tezlerin türleri, yılları, üniversitesi, enstitü, çalışmanın yöntemi, çalışma konuları, çalışıldığı şehir, anahtar kelimeler boyutları üzerinden incelenmiştir. Tezler, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) üzerinden elde edilmiştir. Tarama sonucu 412 yüksek lisans, 83 doktora tezi çalışmaya dahil edilmiştir. Tezlerde tıp, fen bilimleri alanında yayınlanan tezler

çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışma ile kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında hangi konuların yoğun olarak çalışıldığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Söz konusu alanda çalışılan konularda ve yöntemlerde hangi boşlukların olduğunu belirlemek açısından çalışma önemli görülmektedir. Sonuçlar doğrultusunda bundan sonraki akademik çalışmalar ile ilgili çeşitli öneriler sunulmuştur.

KRİZ KAVRAMI

Çin Dili ve Edebiyatı Bölümü Profesörü Mair, kriz kelimesinin Çin dilinde “we-ji” olarak kullanılan kriz kelimesinin olumsuzluk barındırdığını, “ji” ekinin aslında fırsat anlamına gelmediği, weji’nin tehlikeli bir an, zor durum ve işlerin yolunda gitmediği anlamlarını taşıdığını ifade etmektedir (Mair, 2009, s. 6). Kriz kavramı aynı zamanda beklenmedik ve ani bir şekilde gelişen, hayatın gündelik akışını sekteye uğratan ve toplumsal düzeni sarsma potansiyeli olan bir olay ya da olaylar dizisi olarak tanımlanabilir (Çaplı ve Taş, 2010, s. 237). Kriz, sosyal bilimler sözlüğünde buhran, bunalım, beklenmedik bir sosyal, psikolojik ve ekonomik gelişme karşısında rutin ilişkilerin sarsılması, sorunun çözümü için yetersiz kalınması, çaresizlik içinde ortaya çıkan gerilim durumu olarak ifade edilmektedir (Demir ve Acar, 2002, s. 80). Gerilim durumu olarak değerlendirilen kriz; önceden sezilemeyen, çabuk cevap verilmesi gereken, kurumların uyum mekanizmalarını etkisiz hale getiren ve mevcut değerlerini, amaçlarını ve hedeflerini tehdit eden stresli durum olarak açıklanmaktadır (Bozgeyik, 2004, s. 38). Coombs (2007) ise, krizi bir organizasyonun faaliyetlerini kesintiye uğratan ve hem finansal hem de itibar açısından tehdit oluşturan, paydaşlarına fiziksel, duygusal ve/veya finansal bakımdan zarar veren ani ve beklenmedik bir olay olarak açıklamıştır. Kurum, kuruluşları, ülkeleri ve insanları tehdit eden krizi Kernisky (1997, s. 843), örgütün hedeflediği beklentileri ile çevresinde gerçekleşen olaylar arasındaki uyumsuzluk olarak açıklamaktadır. Kurumlar çevreye uyum sağlamadıkları dönemlerde riskler, tehditler ve krizlerle karşılaşma oranları daha da artmaktadır. Kurumun beklemediği bir anda ortaya çıkan kriz, performansı büyük oranda etkileyerek olumsuz sonuçlara neden olmakta, paydaşların sağlık, güvenlik, çevre, ekonomik vb. konularla ilgili önemli beklentilerini tehdit etmekte ve öngörülemeyen bir olay olarak görülmektedir (Coombs, 2015, s. 19). Krizi önlem alınmakta geç kalınan olumsuz bir durum olarak açıklayan Mitroff ise, (1987, s. 285), krizin olumsuz sonuçları da beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Bu süreçte kurumların krizleri nasıl yönettikleri ve krizi yönetme becerileri önemli hale gelmektedir.

KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ

Kriz yönetim sürecinde kriz iletişimi önemli rol oynamaktadır. Fearn-Banks (2009, s. 7), kriz iletişimini olumsuz durumlar öncesinde, sırasında ve sonrasında kurum imajına yönelik zararları azaltmak için tasarlanan strateji ve taktikleri içe-

ren kurumla kamusu arasındaki diyalog olarak açıklamaktadır. Bu bağlamda kriz ortaya çıktıktan kısa süre sonra iç ve dış paydaşlara doğru bilgiyi ulaştırmak krizin başarılı yönetiminde önemli rol oynamaktadır. Krizin başlangıcından sonuna kadar paydaşlara kriz ile ilgili bilgilerin zamanında ve doğru bir şekilde iletilmesi kurumun krizi başarılı bir şekilde yönetme becerisini de ortaya koymaktadır. Coombs (2014, s. 1), kriz iletişimini, krizin paydaşlara ve örgüte verebileceği zararı sınırlamak için kriz yöneticilerine kılavuzluk etmeyi amaçlayan uygulamalı bir alan olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda iyi bir kriz iletişim stratejisi kriz planından daha önemli olabilmektedir (Heide ve Simonsson, 2014, s. 137). Bu doğrultuda kriz iletişimi komitesinin kurulması krizin etkili yönetim sürecinde önemli hale gelmektedir (Tekin ve Zerenler, 2005, s. 151-152). Kriz iletişim komitesinde bulunacak kişilerin iletişim ve medya konusunda donanımlı olmaları krizin yönetiminde önemli rol oynamaktadır (Narbay, 2006, s. 79). Örneğin Covid-19 salgınının kriz iletişimi açısından incelendiği çalışmada, T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından salgının ilk günlerinden itibaren sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanarak yoğun ve şeffaf bir bilgilendirme yapıldığı, kamuoyunun anlık bilgilendirildiği belirlenmiştir (Erol, 2020, s. 17). Bu durum kriz iletişiminin başarılı bir şekilde uygulanmasının kriz yönetimini kolaylaştırıcı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Kriz yönetimi; kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası yönetim olmak üzere üç devrede yaşanan karmaşık bir süreci ifade etmektedir. Bu doğrultuda kriz yönetimi, kriz nedeni olabilecek durumların önceden bilinmesi, kriz sinyallerinin önceden tespit edilmesi, kriz anında uygulanacak yöntem ve tekniklerin etkinliğinin artırılması, kriz zararlarının azaltılmasına yönelik stratejilerden oluşmaktadır (Tekin ve Zerenler, 2005, s. 109). Krizi yönetirken krizin etkisini sınırlandırmak krizden en az hasarla çıkmak için önemli olmaktadır. Bu çerçevede kriz yönetimi, krizin sebep olduğu olumsuzluğun ortadan kalkmasına yardımcı olmakta, hâkim olan belirsizlik ve risklerin kontrol altına alınmasına ve böylece örgütün kendi kaderinde kontrol sahibi olmasına olanak sağlayarak örgüt kaderinin dönüm noktası için stratejik bir planlama sürecidir (Fearn-Banks, 2016, s. 2). Kriz yönetiminin başarılı olması için kriz başlamadan önceki süreçler dikkate alınarak bir kriz planının hazırlanması, kriz planının güncellenmesi, kriz ekibine düzenli eğitimlerin verilmesi, stratejik planların gözden geçirilmesi, risklerin kontrol altına alınması gerekmektedir (Duğan & Koç, 2020). İletişim alanındaki teknolojik gelişmeler kriz dönemlerinde paydaşların hızlı ve doğru bilgiye kısa sürede ulaşması anlamında hassasiyetleri artmaktadır. Kurumun devamını sağlaması, potansiyel krizlere yönelik önlem almasına ve krizi fırsata çevirmesine bağlıdır (Penpece & Madran 2015, s. 35). Kriz durumunda özellikle karar vericilerin olağan hallerdeki sorunları çözdükleri taktik ve stratejilerinden farklı olarak; cesur ve özgüvenli bir şekilde davranarak krize sebep olan esas konunun çözülmesini sağlamaları

önemlidir (Kent, 1979, s. 21). Dolayısıyla kriz yönetim becerisi olan kurumlar krizleri daha az hasarla atlattırken, yönetemeyen kurumların zararı da artmaktadır.

KRİZ İLETİŞİMİ VE KRİZ YÖNETİMİ İLE İLGİLİ YAYINLANAN LİSANSÜSTÜ TEZLERDEN ÖRNEKLER

Kriz, kriz iletişimi ve kriz yönetimi ile ilgili lisansüstü tezlerde öne çıkan konular olduğu görülmektedir. Covid-19 salgını, göçmen krizi, deprem, yangın, uçak düşmesi, ülkelerarası krizler olmak üzere pek çok konunun tez konusu olarak çalışıldığı dikkat çekmektedir. Söz konusu krizlerin kurumlara etkisi, kurumların krizleri yönetme becerisi, liderlerin krizdeki rolü, çalışanların kriz algısı ve krizi yönetme becerisi, kurumlar tarafından krizlerin medya ve sosyal medyaya nasıl yansıtıldığı ve kamuoyunun krizlere tepkisi çalışılan konular olarak ön plana çıkmaktadır.

Örneğin yüksek lisans tezleri arasında yer alan ve Boyacı Özyurt (2019) tarafından hazırlanan tezde, kriz iletişiminin marka ve itibar yönetimi açısından Torcu süt krizi analiz edilmiş, krizin hedef kitlesi tarafından nasıl karşılandığı ve kriz sürecinde neler yapılabileceği ortaya konulmuştur. Yine şirket krizleri arasında Kaya (2019), Yaşar Holding krizini CEO bağlamında incelerken, Yıldırım (2019), Türkiye'deki gıda kuruluşlarının kriz iletişimi stratejilerini karşılaştırmıştır. Topaloğlu (2019), işletmelerde otantik liderlerin kriz yönetimi üzerindeki etkisini araştırırken, Özer (2020), otel işletmeleri ile ilgili olumsuz Ewom mesajlarını kriz iletişimi stratejileri kapsamında değerlendirmiştir. Yılmaz Korkmaz (2020), markaların kriz iletişimi stratejilerinde sosyal medya kullanımı üzerine tez yazarken, Aydın (2023), markaların sosyal medya kriz iletişimi süreçlerini inceleyerek markaların sosyal medyayı kriz iletişimi sürecinde nasıl kullandıklarını ortaya koymuştur. Tolğay (2023) ise, küresel krizleri ülkeler üzerinden NGO'ların rolü bağlamında analiz ederken, Işık (2024), kriz iletişimini sosyal medya yönetimi bağlamında United Airlines Dave Carroll ve Overbooking krizleri üzerinden analiz etmiştir. Öztürk (2022), kriz dönemlerinde kurumun uyguladığı sessizlik stratejisinin sonuçlarını araştırmıştır. Akseki (2019) doktora tezinde, sosyal medya ve kurumsal markalara ilişkin yaptığı çalışmada, sosyal medya krizi yaşayan şirketleri incelemiştir. Mutlu (2020) doktora tezinde, terör ve ekonomik krizlerin turizme etkisini araştırmıştır. Meriç (2022) doktora tezinde kurum bağlamında kriz mesaj stratejilerinin duygulara etkisini incelemiştir.

Covid-19 pandemi krizi de en fazla çalışılan tez konuları arasında yer almaktadır. Ersöz (2022) Covid-19 pandemi döneminde markaların reklamlarındaki stratejileri analiz etmiştir. Günaydın (2024) tarafından hazırlanan tezde, telekomünikasyon şirketleri örneğiyle Covid-19 sürecinde kriz iletişimi bağlamında sosyal sorumluluk projeleri incelenmiştir. Ayan (2020) ise, sağlık krizlerini medyanın sunum biçimi üzerinden incelemiş, egemen söylem (olumsuz) ile eleştirel söyle-

me (olumlu) sahip medyanın haber sunumunun farklılaştığını ortaya koymuştur. Ocakoğlu (2023), doktora tezinde Covid-19 salgın sürecini sinema üzerinden incelemiş, belgesel filmlerin analizini gerçekleştirmiştir. Covid-19 pandemi sağlık krizi ile ilgili yöneticilerin krizi yönetmek becerileri de incelenmiştir. Demirbaş (2021), Covid-19 salgını ile kriz yönetimini araştırmıştır. Irmak (2022), kriz iletişimde güvenin rolünü Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 pandemi sürecinde paylaştığı açıklamalar üzerinden incelemiştir. Adreis (2023), sosyal medyada Covid-19 pandemi sürecini incelediği doktora tezinde durumsal kriz iletişimi teorisi üzerinden Sudan Sağlık Bakanlığı'nı incelemiştir. Kaya (2022) doktora tezinde sağlık çalışanlarının kriz yönetimine ilişkin yaklaşımlarının Covid-19 kontrol algısı düzeylerine etkisini araştırmıştır. Yine doktora tezinde Boz (2022), kurumsallaşma düzeyi ve kriz algısının yöneticilerin kaygı düzeyine etkisini turizm açısından incelemiştir. Şenyurt Usta (2022) doktora tezinde Covid-19 dönemi kriz yönetiminin performans etkisinde duygusal zekanın aracı rolünü araştırmıştır. İpek (2024) ise kriz yönetimi becerisini belediye özelinde hazırladığı doktora tezinde belediye çalışanlarının birim yöneticilerinin kriz yönetim sürecindeki liderlik becerileri ile ilgili algılama düzeylerini ölçmüştür. Köse (2022), Covid-19 pandemi döneminde hemşirelerin kriz yönetme becerilerini doktora tezi ile ortaya koymuştur. Kriz yönetimi ve liderler konusunda Covid-19 pandemi sağlık krizi dışında da tezler yazılmıştır. Hamamcıoğlu (2020), üst düzey üniversite yöneticilerinin kriz durumlarında etkili karar vermenin olası yollarını araştırmıştır. Börü (2021) tezinde, kriz dönemlerinde liderlik becerisi ve etik liderlik yaklaşımının çalışan bağlılığına etkisini incelemiştir. Aydın (2019) doktora tezinde otomotiv sektöründe üst düzey yöneticilerin kurumsallaşma ve kriz yönetimi ilişkisini algılama düzeylerini araştırmıştır. Tombaş (2021) doktora tezinde, kriz dönemlerinde liderlerin rolünü otel işletmeleri üzerinden incelemiştir Karadağ (2022), okul yöneticilerinin yenilikçilik ve risk alma tutumları ile kriz yönetimi becerilerinin cinsiyet, görev, mesleki kıdem, yöneticilik kıdemi, görev yapılan eğitim kademesi açısından inceleyerek doktora tezinde ortaya koymuştur. Yılmaz (2023), kriz yönetimi sürecini yöneticiler üzerinden ortaya koyarak, yöneticilerin yaşı, cinsiyeti, yönetici olarak çalışma süresi ve toplam çalışma süresi ile kriz yönetim tutumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Krizler arasında önemli bir yer tutan göç krizleri de çalışılan konular arasında bulunmaktadır. Örneğin Bozkurt (2022), Almanya ve Suriye mülteci krizini ülkenin politikaları üzerinden analiz etmiştir. Doktora tezlerinde Çağlar (2019), Çıkrıkçı (2019), Bayram (2020), Çetiner (2020), Yiğit Uyar (2021), Assadullayev (2021) göç krizini çalışmışlardır. Özçağlar Eroğlu (2023), doktora tezinde göç odaklı insanı kriz yönetimini Suriyeli dayanışma ağları üzerinden araştırmıştır.

Krizin medya ve sosyal medya yönü açısından incelenmesi çalışılan konular arasında yer almaktadır. Akpulat (2019), yalan haberler ve sosyal medyada kriz

iletişimi yönetimi konularını incelemiştir. Noufou (2021), Sahra altı Afrika’da sosyal medya çağında terör saldırılarını medya kapsamında ele almıştır. Yıldırım (2022), Türkiye’de Orman Genel Müdürlüğü’nün kriz iletişimde Twitter kullanımını analiz etmiştir. Seyrek (2021) doktora tezinde gezi parkı olaylarının sivil itaatsizlik temelinde bir yeni toplumsal hareket örneği olarak değerlendirilebileceği, küreselleşme ve sosyal medyanın (yeni) toplumsal hareketleri dönüştürerek farklı bir karaktere büründürmekte olduğunu ortaya koymuştur.

Uluslararası ilişkiler bağlamında çalışılan tezlerde Türkiye-Rusya ilişkileri, Rus uçağının düşürülmesi ön plana çıkmaktadır. Bali (2022) tezinde Türkiye’nin Rus uçağını düşürmesi krizini incelemiştir. Yazar (2020) doktora tezinde, Rus uçağının düşürülmesi ve Kaşıkçı cinayetini karşılaştırmalı bir perspektifle incelemiştir. 30 Ekim 2020 tarihinde İzmir depremi, 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş depremi ve Marmara ile ilgili deprem konuları tezlerde çalışılan konular arasında yer almaktadır. Sancı (2023) yüksek lisans tezinde kriz haberciliği bağlamında deprem haberlerini 2020 İzmir depremi özelinde incelemiştir. Sungar (2024) yüksek lisans tezinde devlet kurumlarının kriz dönemlerinde dezenformasyonla mücadele örneğini Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın deprem bültenleri üzerinden incelemiştir. Usta (2021) doktora tezinde Türkiye’de meydana gelen deprem afetlerinde sunulan hizmetlerin değerlendirilmesi (1999-2020) yılları arasında yapılan çalışmalar üzerinden incelemiştir. Tekin (2024) yüksek lisans tezinde Kahramanmaraş depremini kriz ve belediye üzerinden incelemiş, belediye/büyükşehir belediyelerinin çeşitli hukuki düzenleme, plan ve stratejilerde yer alan sorumlulukları kapsamında afet-risk ve afet-kriz yönetimi safhalarını ortaya koymuştur. Doktora tezinde Eligüzel (2021), deprem sonrası durumsal farkındalık için Twitter kullanımı üzerine çalışmıştır. Söz konusu yüksek lisans ve doktora tezleri üzerinden değerlendirildiğinde yaşanan krizlerin tez konuları olarak belirlendiğini ve çalışıldığını ifade etmek mümkündür.

YÖNTEM

Dünyada ve Türkiye’de gün geçtikçe artan krizlerin iletişim açısından kriz iletişimi ve kriz yönetimi konularında hangi tezlerin yazıldığı, akademik anlamda hangi konuların ön plana çıktığını ortaya koymak ve çıkan sonuçlar üzerinden önerilerde bulunmak açısından çalışma önemli ve özgün bir nitelik göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmada kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında yazılan ve YÖKTEZ’de taranan tezler bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Çalışmada 2019-2024 yılları arası dikkate alınmıştır ancak 2024 yılının ilk 5 ayı çalışmaya dahil edilmiştir. Bunun sebebi Mayıs 2024 tarihinde taramaların tamamlanmış olmasıdır. Çalışmanın evrenini Türkiye’de kriz ile ilgili yayınlanan lisansüstü tezler oluştururken, çalışmanın örneklemini kriz iletişimi ve kriz yönetimi konuları oluşturmuştur. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ)’inde taranan tezlerde anahtar kelime olarak “kriz iletişimi” ve “kriz yönetimi” kav-

ramları anahtar kelime olarak belirlenmiştir. Tarama sonucu 836 teze ulaşılmış ancak alan dışı olarak değerlendirilen tıp, fen bilimleri gibi alanlarda yazılan tezler çalışmaya dahil edilmemiştir. Tarama sonucu 412 yüksek lisans ve 83 doktora tezi belirlenmiştir. Çalışmanın verileri Nisan-Mayıs 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Bibliyometrik analize tabi tutulan çalışmada tezlerin türü, yılları, üniversitesi, enstitüsü, çalışmanın yöntemi, çalışma konuları, çalışıldığı şehir ve anahtar kelimeler incelenmiştir. Araştırmada YÖKTEZ üzerinden belirlenebilen unsurlar incelenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla üç araştırmacı tarafından elde edilen veriler kontrol edilmiştir. Kontrol sonrası kriz iletişimi ve kriz yönetimi konularında hazırlanan tezler Excel programına aktarılmış ve veriler sayısallaştırılarak kategorilerine göre analiz edilmiştir. Çalışmanın verileri dokümana ulaşma, dokümanların özgünlüğünü kontrol etme, dokümanları anlama, verileri analiz etme ve verileri kullanma (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 193) olmak üzere beş aşamada gerçekleştirilmiştir. Çalışma bibliyometrik yöntem ile analiz edilmiştir. Bibliyometrik analizler, hangi konuların çalışıldığı, hangi araştırma yöntemlerinin kullanıldığı, çalışma alanların zaman içerisindeki değişimi ve eğilimlerin incelenmesini sağlamaktadır (Yeksan ve Akbaba, 2019).

Çalışma için kullanılan veriler kamuoyuna açık YÖKTEZ üzerinden elde edildiği için etik kurul iznine gerek duyulmamıştır. Çalışmanın sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışma 2019-2024 yılları arasında yayınlanan tezlerin incelenmesi açısından sınırlılık oluşturmaktadır. 2024 yılının ilk 5 ayının alınmasının nedeni çalışmanın verilerinin ilk 5 ayı kapsayacak şekilde oluşturulmasıdır. Ayrıca çalışma kriz iletişimi ve kriz yönetimi konularında yayınlanan tezleri ele alması (Tıp, Fen bilimleri kapsam dışı tutulmuştur) açısından da sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur;

- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin türlere göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin üniversiteye göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin enstitüye göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin yöntemlerine göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin çalışma konularına göre dağılımı nasıldır?

- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin çalışıldığı şehirlere göre dağılımı nasıldır?
- ✓ Kriz iletişimi ve yönetimi alanında yazılan tezlerin anahtar kelime dağılımı nasıldır?

BULGULAR

Çalışmada kriz iletişimi ve kriz yönetimi bağlamında Yükseköğretim Kurumları'nda lisansüstü düzeyde; tezlerin türleri, yılları, üniversite, enstitü, çalışmanın yöntemi, çalışma konuları, çalışıldığı şehir, anahtar kelimeler boyutları üzerinden incelenmiştir. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) üzerinden tarama sonucu 412 yüksek lisans, 83 doktora tezi olmak üzere toplam 495 tez çalışmaya dahil edilmiştir.

Tablo 1.

Türlerine Göre Tezlerin Dağılımı

Tez Türü	Frekans (f)	Yüzde (%)
Yüksek Lisans Tezi	412	83,2
Doktora Tezi	83	16,8
Toplam	495	100,0

Tezlerin türlerine göre dağılımlarını içeren Tablo 1 incelendiğinde; %83,2'sinin yüksek lisans, %16,8'inin ise doktora tezlerine ait olduğu görülmektedir. Bu veriler, konuyla ilgili lisansüstü yayınların master düzeyinde daha fazla çalışıldığını ve araştırmacılar tarafından daha fazla ilgi gördüğü şeklinde yorumlanabilir. Yüksek lisans yapanların sayısının doktora yapanlara göre fazla olması ile çıkan sonuç doğru orantılıdır.

Tablo 2.

Yıllarına Göre Tezlerin Dağılımı

Yıllar	Frekans (f)	Yüzde (%)
2019	148	29,9
2020	84	17,0
2021	79	16,0
2022	104	21,0
2023	73	14,7
2024	7	1,4
Toplam	495	100,0

Tezlerin yayımlandığı yıllara göre dağılımlarını içeren Tablo 2 incelendiğinde; konuyla ilgili en fazla yayının 2019 yılında (f: 148), en az yayının ise 2024 (f: 7) yılında (%1,4) tamamlandığı görülmektedir. Çalışma verilerinde 2024 yılının az olması ilk 5 ayının alınması nedeniyledir. Buna ek olarak en fazla yayının üretil-

diği diğer yılların ise sırayla; 2022 (f: 104), 2020 (f: 84), 2021 (f: 79) ve 2023 (f: 73) olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Yıllara göre dağılımda bazı yıllar arttığı bazı yıllar ise azaldığı görülmektedir. En fazla tezin 2019 yılında yayınlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.

Üniversitelere Göre Tezlerin Dağılımı

Üniversite	Frekans (f)	Yüzde (%)
Marmara	43	8,7
İstanbul	20	4,0
Selçuk	17	3,4
Bahçeşehir	15	3,0
Çanakkale Onsekiz Mart	14	2,8
Ankara	13	2,6
Hacı Bayram Veli	12	2,4
Dokuz Eylül	11	2,2
Gazi	11	2,2
Akdeniz	10	2,0
Anadolu	10	2,0
Ege	10	2,0
Yıldız Teknik	10	2,0
Diğer	299	60,4
Toplam	495	100,0

Tezlerin yayımlandığı üniversitelere göre dağılımlarını içeren Tablo 3 incelendiğinde; konuyla ilgili en fazla tezin üretildiği eğitim kurumunun Marmara Üniversitesi (f: 43) olduğu anlaşılmaktadır. Çalışma kapsamında bu konunun, Türkiye genelindeki 115 farklı üniversitede çalışıldığı saptanmıştır. Tüm kurumları sıralamak mümkün olmadığı için en az 10 adet tezin üretildiği eğitim kurumları listelenerek, geriye kalanlar “diğer” (f: 299) şeklinde ifade edilmiştir. Marmara Üniversitesi’ni takiben en fazla tezin yazıldığı ilk beşteki kurumların ise sırayla; İstanbul Üniversitesi (f: 20), Selçuk Üniversitesi (f: 17), Bahçeşehir Üniversitesi (f: 15) ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (f: 14) olduğu tespit edilmiştir. Marmara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi en fazla tezin yayınlandığı üniversiteler olarak ilk sıralarda yer almaktadır. Vakıf üniversiteleri arasında Bahçeşehir Üniversitesi ön planda olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4.*Enstitülere Göre Tezlerin Dağılımı*

Enstitü	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Bilimler Enstitüsü	344	69,5
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	99	20,0
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	19	3,8
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	9	1,8
Avrupa Araştırmaları Enstitüsü	5	1,0
Finans Enstitüsü	5	1,0
Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü	3	0,6
Fen Bilimleri Enstitüsü	2	0,4
İşletme Enstitüsü	2	0,4
Orta Doğu ve İslam Ülkeleri Araştırmaları Enstitüsü	2	0,4
Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü	2	0,4
Güvenlik Bilimleri Enstitüsü	1	0,2
İletişim Bilimleri Enstitüsü	1	0,2
Yurtdışı Enstitüsü	1	0,2
Lisansüstü Programlar Enstitüsü	1	0,2
Toplam	495	100,0

Tezlerin yayımlandığı üniversitelerin enstitü türlerine göre dağılımlarını içeren Tablo 4 incelendiğinde; konuyla ilgili en fazla tezin üretildiği ilk sıradaki birimin Sosyal Bilimler Enstitüsü (f: 344) olduğu görülmektedir. Konunun genel olarak sosyal bilimler alanına girdiği düşünüldüğünde, elde edilen sonuçlar şaşırtıcı değildir. Bunu takiben ikinci sırayı Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nün (f: 99), üçüncü sırayı ise Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nün (f: 19) aldığı ortaya konulmuştur.

Tablo 5.*Yöntemlerine Göre Tezlerin Dağılımı*

Araştırma Yöntemleri	Frekans (f)	Yüzde (%)
Literatür Taraması	49	9,9
Karma Yöntem (Nitel+Nicel)	9	1,82
Nitel Araştırma	282	57
Nicel Araştırma	155	31,3
Toplam	495	100,0

Tezlerde kullanılan yöntemlere göre yayınların dağılımlarını içeren Tablo 5 incelendiğinde; en fazla tercih edilen yöntemin nitel (f: 282) desende olduğu, en az tercih edilenin ise nitel ve nicel desenin birlikte kullanıldığı karma (f: 9) yöntem

olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Nitel yöntemi takiben en fazla yararlanılan ikinci sıradaki yöntemin nicel (f: 155), üçüncü sıradakinin ise derleme olarak da bilinen literatür tarama olduğu belirlenmiştir. Kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında nitel çalışmaların daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma yöntemli çalışmaların sayısı artırılabilir.

Tablo 6.

Çalışma Konularına Göre Tezlerin Dağılımı

Çalışma Konuları	Frekans (f)	Yüzde (%)
Uluslararası ilişkiler	57	11,5
Ekonomi	38	7,7
İşletme	38	7,7
Halkla İlişkiler	22	4,4
Siyaset Bilimi	21	4,2
İletişim	19	3,8
Kamu Yönetimi	17	3,4
Gazetecilik	15	3,0
İktisat	15	3,0
Siyasal Bilimler	12	2,4
Bankacılık	8	1,6
Maliye	8	1,6
Diğer	225	45,5
Toplam	495	100,0

Tezlerde en fazla çalışılan konuların dağılımlarını içeren Tablo 7 incelendiğinde; 57 farklı konunun yer aldığı saptanmış olmasına karşın, bunlardan en yüksek orana sahip olan ilk 12 konu sıralanmıştır. Bu bağlamda en fazla çalışılan ilk beş konunun sırayla; uluslararası ilişkiler (f: 57), ekonomi ve işletme (f: 38), halkla ilişkiler (f: 22), siyaset bilimi (f: 21) ve iletişim (f: 19) olduğu bilgisine erişilmiştir. Ülkeler arasında yaşanan krizlerin uluslararası ilişkiler açısından önemli olduğu dikkate alındığında kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında en fazla tezin yazıldığı ortaya çıkmaktadır. Yine işletme alanında kriz yönetimi ve ekonomik krizler çok çalışılan konular arasında yer almaktadır. Kriz iletişimi ve halkla ilişkiler bağlantısı kurularak yazılan tezlerde bulunmaktadır. Siyasi krizler, siyaset bilimi açısından önemli görülen konular arasındadır. Bankacılık ve Maliye alanlarında ekonomik krizler ön plana çıkmaktadır.

Tablo 7.
Çalışıldığı Şehirlere Göre Tezlerin Dağılımı

Çalışıldığı Şehir	Frekans (f)	Yüzde (%)
İstanbul	113	22,8
Ankara	21	4,2
İzmir	13	2,6
Konya	12	2,4
Eskişehir	10	2,0
Antalya	6	1,2
Bursa	6	1,2
Uşak	6	1,2
Aydın	5	1,0
Çanakkale	5	1,0
Elazığ	5	1,0
Kocaeli	5	1,0
Mersin	5	1,0
Sakarya	5	1,0
Diğer	278	56,2
Toplam	495	100,0

Tezlerin yazıldığı ve araştırma kısımlarının yürütüldüğü illerin dağılımlarının yer aldığı Tablo 9 incelendiğinde; toplamda 53 farklı şehir saptanmış olmasına karşın, bunlardan en yüksek orana sahip olan ilk 14'ünün sıralandığı görülmektedir. Bu bağlamda en yüksek orana sahip olan ilk beş ilin sırayla; İstanbul (f: 113), Ankara (f: 21), İzmir (f: 13), Konya (f: 12) ve Eskişehir (f: 10) olduğu belirlenmiştir. Raporlananlar dışındaki iller ise “diğer” (f: 278) şeklinde ifade edilmiştir. Buradan hareketle ilgili konunun genel olarak büyük şehirlerde daha fazla sıklıkla çalışıldığı ifade edilebilir. Büyükşehirlerde üniversite sayısının fazla olması ve büyük üniversitelerde akademisyen sayısının fazla olması İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Eskişehir illerini ilk sıralara taşımaktadır.

Şekil 1.

Anahtar Sözcüklere Ait Kelime Bulutu



Anahtar sözcüklere ait kelime bulutunun yer aldığı Şekil 10 incelendiğinde; en fazla sıklıkla tekrar eden başlıca kelimelerin kriz (f: 38), halkla (f: 24), ilişkiler (f: 22), yönetimi (f:18), krizi (f. 15) ve Türkiye (f: 7) olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca Covid-19, strateji, Suriye, hastane, sessizlik stratejisi, göçmen, küresel, küreselleşme, toplum, medya, salgın, sığınmacı, iletişim, Rusya, Avrupa, Amerika, halk, KOBİ, borç, hükümet, kompleks, ekonomi, uluslararası, yönetim, iklim, politika, korku, Filistin, sağlık, kurumsal, şirketler, ticaret, dijital, krizler, şiddet, marka kavramlarının da ön planda olduğu belirlenmiştir. (Kelime bulutu için <https://wordcloud.online/tr> portalından faydalanılmıştır). Kelime bulutunda öne çıkan anahtar kelimeler yaşanan krizlerin konuları ile uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Her geçen gün Dünyada ve Türkiye’de farklı alanlarda çok sayıda kriz yaşanmaktadır. Yaşanan krizler akademik alanda çalışılan konuların da belirleyicisi olabilmektedir. Örneğin Covid-19 pandemi sağlık krizi küresel çapta ülkeleri etkisi altına alarak birçok değişikliğe neden olmuştur. Dolayısıyla pandemi sağlık krizi yüksek lisans ve doktora tezlerinin konusunu da oluşturmuştur. Bu bağlamda çalışmanın amacı lisansüstü eğitimde kriz iletişimi ve kriz yönetimi açısından hangi tezlerin yazıldığına ortaya koyarak ilgili alanla ilgili bir sonuca ulaşmaktır. Hangi tez konularının ön plana çıktığı, hangi yöntemlerin kullanıldığı ve alanda hangi boşlukların oluştuğunu belirlemek açısından çalışma önemli görülmektedir. Çalışmanın bundan sonra yapılacak tezlere ışık tutması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda 2019-2024 yılları arası (2024 yılının ilk 5 ayı) kriz iletişimi ve kriz

yönetimi alanında yayınlanan yüksek lisans ve doktora tezleri bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanında yayınlanan tezleri belirlemek amacıyla Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ)’inden faydalanılmıştır. Tez Merkezi’ne anahtar kelime olarak kriz iletişimi ve kriz yönetimi yazılmış, tarama sonucu elde edilen tezlerden alan dışı olanlar çıkartılmış ve 412 yüksek lisans, 83 doktora tezi çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre; tezlerin türlerine göre dağılımlarında; %83,2’sinin yüksek lisans, %16,8’inin ise doktora tezlerine ait olduğu belirlenmiştir. Bu veriler, konuyla ilgili lisansüstü yayınların master düzeyinde daha fazla çalışıldığını ve araştırmacılar tarafından daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Tezlerin yayımlandığı yıllara göre dağılımlarında; konuyla ilgili en fazla yayının 2019 yılında (f: 148), en az yayının ise 2024 (f: 7) yılında (%1,4) tamamlandığı tespit edilmiştir. 2024 yılının ilk 5 ayının çalışmaya dahil edilmesi sayının az olmasında etkili olmuştur. Buna ek olarak en fazla yayının üretildiği diğer yılların ise sırayla; 2022 (f: 104), 2020 (f: 84), 2021 (f: 79) ve 2023 (f: 73) olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Tezlerin yayımlandığı üniversitelere göre dağılımlarında; konuyla ilgili en fazla tezin üretildiği eğitim kurumunun Marmara Üniversitesi (f: 43) olduğu anlaşılmaktadır. Çalışma kapsamında bu konunun, Türkiye genelindeki 115 farklı üniversitede çalışıldığı saptanmıştır. Tüm kurumları sıralamak mümkün olmadığı için en az 10 adet tezin üretildiği eğitim kurumları listelenerek, geriye kalanlar “diğer” (f: 299) şeklinde ifade edilmiştir. Marmara Üniversitesi’ni takiben en fazla tezin yazıldığı ilk beşteki kurumların ise sırayla; İstanbul Üniversitesi (f: 20), Selçuk Üniversitesi (f: 17), Bahçeşehir Üniversitesi (f: 15) ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (f: 14) olduğu tespit edilmiştir. Marmara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi en fazla tezin yayımlandığı üniversiteler olarak ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. Vakıf üniversiteleri arasında Bahçeşehir Üniversitesi ön planda olduğu tespit edilmiştir.

Tezlerin yayımlandığı üniversitelerin enstitü türlerine göre dağılımlarında; konuyla ilgili en fazla tezin üretildiği ilk sıradaki birimin Sosyal Bilimler Enstitüsü (f: 344) olduğu görülmektedir. Konunun genel olarak sosyal bilimler alanına girdiği düşünüldüğünde, elde edilen sonuçların şaşırtıcı değildir. Kriz iletişimi ve kriz yönetimi konularının sosyal bilimler alanında çalışılan konular arasında yer alması Sosyal Bilimler Enstitüsü’nü ilk sıralara taşımıştır. Bunu takiben ikinci sırayı Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün (f: 99), üçüncü sırayı ise Eğitim Bilimleri Enstitüsü’nün (f: 19) aldığı ortaya konulmuştur.

Tezlerde kullanılan yöntemlere göre yayınların dağılımlarında; en fazla tercih edilen yöntemin nitel (f: 282) desende olduğu, en az tercih edilenin ise nitel ve nicel desenin birlikte kullanıldığı karma (f: 9) yöntem olduğu tespit edilmiştir. Nitel yöntemi takiben en fazla yararlanılan ikinci sıradaki yöntemin nicel (f: 155), üçüncü sıradakinin ise derleme olarak da bilinen literatür tarama olduğu

belirlenmiştir. Bu sonuç doğrultusunda karma yöntem olarak bilinen (nitel + nicel) çalışmaların sayısının artması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Özellikle sayısal verilerle elde edilen sonuçların nitel çalışmalarla desteklenmesi daha kapsamlı sonuçların elde edilmesine katkı sağlayacaktır.

Tezlerde en fazla çalışılan konuların dağılımlarında; 57 farklı konunun yer aldığı saptanmış olmasına karşın, bunlardan en yüksek orana sahip olan ilk 12 konu sıralanmıştır. Bu bağlamda en fazla çalışılan ilk beş konunun sırayla; uluslararası ilişkiler (f: 57), ekonomi ve işletme (f: 38), halkla ilişkiler (f: 22), siyaset bilimi (f: 21) ve iletişim (f: 19) olduğu bilgisine erişilmiştir. Belirlenen konular kriz iletişimi ve kriz yönetimi alanına girmektedir. Ülkelerarası ilişkilerde dönem dönem yaşanan krizlerin uluslararası ilişkiler ve kriz açısından tezlere de yansıdığı da görülmektedir.

Tezlerin yazıldığı ve araştırma kısımlarının yürütüldüğü illerin dağılımlarında; toplamda 53 farklı şehir saptanmış olmasına karşın, bunlardan en yüksek orana sahip olan ilk 14'ü sıralanmıştır. Bu bağlamda en yüksek orana sahip olan ilk beş ilin sırayla; İstanbul (f: 113), Ankara (f: 21), İzmir (f: 13), Konya (f: 12) ve Eskişehir (f: 10) olduğu belirlenmiştir. Raporlananlar dışındaki iller ise “diğer” (f: 278) şeklinde ifade edilmiştir. Buradan hareketle ilgili konunun genel olarak büyük şehirlerde daha fazla çalışıldığını ortaya koymaktadır. Büyükşehirlerde üniversite sayısının fazla olması ve büyük üniversitelerde akademisyen sayısının fazla olması İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Eskişehir illerini ön plana çıkarmaktadır. Anahtar sözcüklere ait kelime bulutunda; en fazla sıklıkla tekrar eden başlıca kelimelerin kriz (f: 38), halkla (f: 24), ilişkiler (f: 22), yönetimi (f:18), krizi (f: 15) ve Türkiye (f: 7) olduğu sonucuna varılmıştır (Kelime bulutu <https://wordcloud.online/tr> portalında oluşturulmuştur). Anahtar kelimeler ve tezlerin konuları üzerinden değerlendirildiğinde; Covid-19 pandemi krizi, göç krizi, ülkeler arasında yaşanan uluslararası krizler, afet krizleri (yangın, sel, deprem vs.), şirket ve kurum liderlerinin (üst düzey yöneticilerin) kriz yönetme becerileri, kriz ve habercilik, kriz ve dezenformasyon, kriz ve sosyal medya konuları ön sıralarda olduğu bulunmuştur. Kelime bulutunda ortaya çıkan anahtar kelimeler Türkiye’de ve Dünyada yaşanan krizlerin konularının tez çalışmalara da yansıdığını göstermektedir. Tez çalışma konularının gündemdeki kriz konularına göre belirlendiğini ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışma Türkiye’de 2019-2024 (2024 yılı ilk 5 ayı) yılları arasında yayınlanan lisansüstü tezlerle sınırlıdır. Bundan sonraki akademik çalışmalarda yıl aralığı daha geniş tutulabilir ve web of science üzerinden kriz konusu araştırılabilir. Kriz iletişimi ve kriz yönetimi konusunda yayınlanan tezlerde karma yöntem (nitel + nicel) kullanılarak yazılan tezlerin sayısı artırılabilir. Kriz iletişimi açısından son yıllarda sürekli gündemde olan kriz ve dezenformasyon, kriz ve sosyal medya

konularına yönelik bibliyometrik çalışmalar yapılabilir. Kriz iletişimi ve kriz yönetimi konuları açısından daha sınırlı ancak daha detaylı olarak uzmanlık alanını ön plana çıkartabilecek kriz iletişimi ve halkla ilişkiler alanında yazılan tezlerin incelenmesi tavsiye edilebilir. Ayrıca sadece bir kriz konusu ele alınarak örneğin Covid-19 salgını bibliyometrik bir analiz ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

Adreis, A. E. A. (2023). Sosyal medyada Covid-19 pandemi sürecinin durumsal kriz iletişimi teorisi bağlamında analizi: Sudan Sağlık Bakanlığı üzerine bir inceleme (Doktora tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akpulat, F. (2019). Yalan haberler ve sosyal medyada kriz iletişimi yönetimi (Yüksek lisans tezi). Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Akseki, S. (2019). Sosyal medya kriz yönetimi: Kurumsal markalara ilişkin değerlendirme (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Assadullayev, E. (2021). Rus medyasının Avrupa göçmen krizine yönelik algısının metafor kuramı bağlamında söylem analizi (Doktora tezi). İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Ayan, A. (2020). Sağlıkta kriz iletişimi ve medyanın krizi sunum biçimine yönelik bir inceleme (Yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Aydın, M. (2023). Kriz iletişimi ve sosyal medya: Markaların sosyal medya kriz iletişimi çalışmaları üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Aydın, M. A. (2019). Üst düzey yöneticilerinin kurumsallaşma ve kriz yönetimi ilişkisini algılamaları üzerine nitel bir araştırma: Otomotiv sektörü örneği (Doktora tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bali, V. M. (2022). Dış politika krizlerinin Türk-Rus ilişkilerine etkileri: Uçak krizi örneği (Yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bayram, P. (2020). Sosyal medyada Suriyeli mülteci krizine ilişkin sosyal gerçeklik: Türkiye'deki politik gençlik üzerinden bir analiz (Doktora tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bozacı Özyurt, M. N. (2019). Kriz iletişiminin marka ve itibar yönetimi açısından değerlendirilmesi: Torku Süt krizi (Yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Boz, S. (2022). Kurumsallaşma düzeyi ve kriz algısının yöneticilerin kaygı düzeyine etkisi: Turizm sektöründe nitel bir araştırma (Doktora tezi). Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Bozgeyik, A. (2004). Krizleri fırsata dönüştürmek. İstanbul: Hayat Yayınları.

Bozkurt, A. (2022). Almanya ve Suriyeli mülteci krizi: Angela Merkel'in mülteci politikalarının insan hakları perspektifinden analizi (Yüksek lisans tezi). İstanbul.

Börü, M. K. (2021). Liderin kriz yönetimi becerisi ve etik liderlik yaklaşımının kriz dönemlerinde çalışan bağlılığına etkisi (Yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>

Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (1-240). Sage Publications.

Coombs, W. T. (2015). *Ongoing crisis communication* (4. basım). Sage Publications.

Çağlar, M. T. (2019). Yerelden uluslararası düzlemlere Suriye krizinin dönüşümü (Doktora tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çaplı, B., & Taş, O. (2010). Kriz haberciliği. B. Çaplı & H. Tuncel (Eds.), *Televizyon haberciliğinde etik* (ss. 237-250). Ankara: Fersa Matbaacılık.

Çetiner, S. (2020). Suriye krizi özelinde uluslararası göç sorunu, yönetimi ve uluslararası göç sorununun ev sahibi ülkeye sosyo-ekonomik etkileri: Türkiye örneği (Doktora tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Çıkrıkçı, T. (2019). İnsan güvenliği ve Avrupa: Arap baharı sonrası göçmen krizi (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Demir, Ö., & Acar, M. (2002). *Sosyal bilimler sözlüğü*. Ankara: Vadi Yayınları.

Demirbaş (2021). Covid-19 pandemi sürecinde sosyal medya: Twitter üzerinde kriz iletişimi ve yönetimi (Yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Duğan, Ö., & Koç, B. (2020). Durumsal kriz iletişimi teorisi çerçevesinde kriz tepki stratejilerinin kurumsal itibar üzerindeki rolü üzerine bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 59, 127-159.

Eligüzel, N. (2021). Deprem sonrası durumsal farkındalık için Twitter kullanımı:

Metin kategorizasyonunun ve konum bilgisinin rolü (Doktora tezi). Gaziantep Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.

Erol, M. (2020). Koronavirüs salgınında kriz iletişimi. *Seta-Analiz*, (316), 1-20.

Ersöz, D. D. (2022). Kriz iletişimi bağlamında Covid-19 salgını sürecinde markaların reklam stratejileri üzerine bir inceleme (Yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uşak.

Günaydın, Ü. (2024). Telekomünikasyon şirketleri örneğiyle Covid-19 sürecinde kriz iletişimi bağlamında sosyal sorumluluk projelerinin analizi (Yüksek lisans tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.

Hamamcıoğlu, D. (2020). Decision-making processes of university administrators in a crisis: A qualitative exploratory case study (Master's thesis). The Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University, Ankara.

Heide, M., & Simonsson, C. (2014). Developing internal crisis communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 128-146.

Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach* (5th ed.). New York: Routledge.

Fearn-Banks, K. (2009). *Crisis communication: A casebook approach* (3rd ed.). Mahwah, NJ: LEA's Communication Series.

Karadağ, C. A. (2022). Okul yöneticilerinin yenilikçilik ve risk alma tutumları ile kriz yönetimi davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kaya, B. (2019). Sosyal medya platformlarında CEO sözcülüğü ve kurumsal kriz iletişimi: Yaşar Holding krizinin sosyal CEO'luk bağlamında incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Kaya, S. (2022). Sağlık kurumlarında çalışan sorumlu sağlık personellerinin kriz yönetimine ilişkin yaklaşımlarının Covid-19 kontrol algısı düzeylerine etkisi (Doktora tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

Kernisky, D. A. (1997). Proactive crisis management and ethical discourse: Dow Chemical's issues management bulletins 1979-1990. *Journal of Business Ethics*, 16(8), 843-853.

Köse, N. (2022). Türkiye'de Covid-19 salgını: Yönetici hemşirelerin kriz yönetme becerilerinin çok değişkenli istatistik yöntemlerle incelenmesi (Doktora tezi). Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Irmak, N. (2022). Kriz iletişiminde güven inşa etmenin rolü: Sağlık Bakanlığı Covid-19 pandemi açıklamaları üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uşak.

Işık, M. E. (2024). Kriz iletişimde sosyal medya yönetimi: United Airlines Dave Caroll ve Overbooking krizlerini analizi (Yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, İstanbul.

İpek, S. (2024). Çalışanların kriz yönetim becerisi algılarının Malatya merkez belediyeleri üzerinden araştırılması(Doktora tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Meriç, D. (2022). Kriz mesaj stratejilerinin duygulara etkisi (Doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Mutlu, Ç. (2020). Terör ve ekonomik kriz olgularının yumuşak güç unsuru olarak turizme etkileri: 11 Eylül saldırıları ve 2008 krizi üzerinden bir inceleme (Doktora tezi). Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

Narbay, M. Ş. (2006). Kriz iletişimi. Nobel Yayın Dağıtım.

Noufou, O. (2021). Crisis communication in sub-Saharan Africa: Media coverage of terrorist attacks in the age of social media (Yüksek lisans tezi). Ibn Haldun University School of Graduate Studies Department of Radio, Television and Cinema, İstanbul.

Ocakoğlu, S. (2023). Toplumsal kriz dönemlerinde belgesel sinemada gerçeklik ve temsil olgusu: Covid-19 salgın süreci(Doktora tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özçağlar Eroğlu, H. (2023). Göç odaklı insani kriz yönetimi: Karmaşıklık kuramı açısından bir analiz (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Özer, A. (2020). Olumsuz eWOM mesajlarının kriz iletişimi stratejileri kapsamında değerlendirilmesi: 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik nitel bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Öztürk, R. (2022). Kriz iletişimde sessizlik stratejisi: Baydöner örneği (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Sancı, D. (2023). Kriz haberciliği bağlamında deprem haberlerinin incelenmesi: 2020 İzmir depremi örneği (Yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Seyrek, N. (2021). Kriz yönetimi ve küreselleşmenin yeni toplumsal hareketler üzerindeki rolü: Gezi parkı olayları örneği (Doktora tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Sungar, A. İ. (2024). Devlet kurumlarının kriz dönemlerinde dezenformasyonla mücadele örneği: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın deprem bültenle-

ri (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Şenyurt Usta, A. (2022). Covid-19 dönemi kriz yönetiminin performansa etkisinde duygusal zekanın aracı rolü: Sağlık sektörü örneği (Doktora tezi). Biruni Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Tekin, İ. (2024). Türkiye’de afet-kriz yönetiminde belediyeler: Balıkesir Büyükşehir Belediyesi’nin Maraş depremlerindeki konumu ve fonksiyonları (Yüksek lisans tezi). Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bandırma.

Tekin, M., & Zerenler, M. (2005). Krizi yönetebilmenin sırları. Çizgi Kitabevi.

Tolğay, A. G. (2023). Küreselleşmenin sebep olduğu krizlerde devletlerin karşılaştıkları güçlükler ve NGO’ların rolü (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Tombaş, Z. (2021). Kriz dönemlerinde uygulanan kurumsal stratejilerde entelektüel liderliğin rolü: Otel işletmelerinde bir uygulama (Doktora tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Topaloğlu, F. (2019). Kriz yönetiminde liderlik: İşletmelerde kriz yönetiminin otantik liderlik özellikleri açısından incelenmesi: Muğla İli Araştırması (Yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Usta, G. (2021). Türkiye’de meydana gelen deprem afetlerinde sunulan hizmetlerin değerlendirilmesi (1999-2020): Nitel bir araştırma (Doktora tezi). Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane.

Yazar, F. (2020). Türkiye kamu diplomasisinde kriz iletişimi yönetimi: Rus uçağı krizi ve Kaşıkçı cinayeti üzerine karşılaştırmalı bir analiz (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yeksan, Ö., & Akbaba, A. (2019). Sürdürülebilir turizm makalelerinin bibliyometrik analizi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(2), 220-231.

Yılmaz Korkmaz, M. (2020). Kriz iletişimi ve sosyal medya: Markaların kriz iletişim stratejilerinde sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma (Yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, F. (2023). Hastane yöneticilerinin Covid-19 pandemisi kriz yönetimi tutumlarının değerlendirilmesi: Trabzon ili örneği (Doktora tezi). Avrasya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (5. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O. Y. (2019). Türkiye’de faaliyet gösteren gıda kuruluşlarının kriz iletişimi stratejilerinin karşılaştırılması(Yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yıldırım, B. (2022). Türkiye orman yangınları sürecinde Orman Genel Müdürlüğünün Twitter’deki kriz iletişimi(Yüksek lisans tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

Yiğit Uyar, M. H. (2021). Siyasal söylemde mülteci krizi: İtalya, Macaristan ve Türkiye (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ŞİRİNLER ÇİZGİ FİLMİNİN İDEOLOJİK YÖNELİMLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Şeyma Nur İMİR

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye

seymanurimir@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6693-1698>

<i>Atf</i>	İmir, Ş. N. (2024). "ŞİRİNLER ÇİZGİ FİLMİNİN İDEOLOJİK YÖNELİMLER AÇISINDAN İNCELENMESİ". İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 341-358
------------	---

Geliş tarihi / Received: 10.05.2024

Kabul tarihi / Accepted: 29.08.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3004

ÖZ

Kitle iletişim araçları propagandaların geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan muhtevalardır. Bir kutu içerisine sıkıştırılan renkli ve hareketli yapılarıyla çocukların dikkatini çeken çizgi diziler, kültür aktarımları açısından etkili uygulamalardandır. Hedefte çocukların olduğu bu yapılarda mesajlar direkt verilmek yerine alt mesajlar vasıtasıyla zihne iletmeye çalışılır. Karl Marx'ın materyalist kuramları özünde insanın doğasını ve toplumdaki yerini Marksist ideolojinin temeli olarak kabul etmektedir. Bu bağlamda Karl Marx ideolojisinde ekonomik koşulları temel alarak sosyal yapıyı analiz etmektedir. İdeoloji diye adlandırılan bu olgu gerçeklikten kopmuş düşsel bir inşadan ibarettir. Bu makale çalışması ile; Marx'ın öncüsü olduğu ideolojik yapı ilkesinde, içerisinde komünist propaganda yapıldığı düşünülen Şirinler çizgi dizisi nitel araştırma yöntemlerinden olan görsel içerik yöntemiyle karakterler olay akışına göre incelenmiştir. Makalede yer alan içerik analizi çizgi dizinin aktardığı mesajların daha anlaşılır olmasını ve çizgi filmlerde ideolojik propagandalar yapıldığını göstermektedir. Çalışma sonucundan hareketle; Türkçe kaynakların yetersiz olduğu düşünülen Şirinler çizgi filmi seçilerek materyalist kuram ışığında incelemelerde bulunulmuştur. Analize konu olan Şirinler çizgi filmi karakterler ve olay örgüsü bir bütün olarak ele alındığında ideolojik mesajlar içeren bilinçli bir oluşumdur.

Anahtar Kelimeler: *Materyalist Kuram, Çizgi Filmler, Şirinler Dizisi, İdeoloji, Propaganda*

AN ANALYSIS OF THE SMURFS CARTOON IN TERMS OF IDEOLOGICAL ORIENTATIONS

ABSTRACT

Mass media are the content that allows propaganda to reach large masses. Cartoon series that attract the attention of children at an early age with their colorful and lively structures squeezed into a box are effective applications for cultural transfer. In these structures where children are the target, messages are tried to be conveyed to the mind through sub-messages instead of being given directly. Karl Marx's materialist theories essentially accept the nature of man and his place in society as the basis of Marxist ideology. In this context, Karl Marx analyzes the social structure by taking economic conditions as the basis in his ideology. This phenomenon called ideology is an imaginary construction disconnected from reality. With this article; In the ideological structure principle pioneered by Marx, the Smurfs cartoon series, in which communist propaganda is thought to be made, is examined according to the characters and the flow of events with the visual content method, which is one of the qualitative research methods. The content analysis in the article shows that the messages conveyed by the cartoon series are more understandable and that ideological propaganda is made in cartoons. Based on the results of the study; The Smurfs cartoon, which is thought to have insufficient Turkish resources, was selected and examined in the light of materialist theory. The Smurfs cartoon, which is the subject of the analysis, is a conscious formation containing ideological messages when the characters and the plot are considered as a whole.

Keywords: *Materialist Theory, Cartoons, Smurfs, Ideology, Propaganda*

GİRİŞ

Karl Marx adını Marksizm'e vermiş önemli bir devrimcidir. Bir düzenin temelini oluşturmaya hizmet eden kuramlar yaratmıştır. Marx, sosyoloji ve sosyal bilimlerin oluşmasındaki kritik isimlerden birisidir. Birçok konuya ışık tutmuş temelinde insanı ve insan doğasını inceleyen davası uğrunda kapitalizme karşı çıkan düşünceleriyle dönemin öne çıkan düşünürlerinden birisi olmuştur. Engels ile kaleme aldığı "*Komünist Manifestosu*" ve Marx'ın kendi eseri olan "*Das Kapital*" iz bırakan eserlerindedir. Bu eserler bilgi bakımından oldukça zengin ve detaylıca oluşturulmuştur. Marx, işçi sınıfının zafer elde etmesinin ancak kapitalist düzenin yıkımı ile gerçekleşebileceği görüşünü ileri sürmektedir. Aynı zamanda ekonomik, dini, sosyolojik ve ticari bilgilere kazandırdığı yeni anlamlar ile filozofların da düşünce atası olarak anılmaktadır.

Küreselleşmeye bağlı gelişen teknolojinin de etkisiyle görsel iletişim araçları ikna kabiliyeti yüksek ayrıca kalabalık kitleleri etkilemesinden ötürü de nefret ve sevgi söylemlerinin iletiminde önemli rol oynamaktadır. Mesaj aktarımı zamanın değişimi ve gelişimi ile yeni çağda daha farklı noktalara gelmiştir. Eskiden gizlenen daha ustaca iletilen mitler, şimdi daha açık seçik ve ahlaki sınırları aşan düzeyde işlenmektedir. Bu da doğruluğunu anlayamayan zihinler için sorgusuz bir itaat zemini oluşturmaktadır. Çizgi filmler sinema filmlerine nazaran mesajı daha basit, görselliği daha kolay hazırlanmış, içerisinde mizah bulunan, hedef kitlesi çocuklar olan ürünlerdir. Çocuk, izlediği çizgi filme karşı tepki veren interaktif bir ilişki oluşturmaktadır. Etkilenme kapasiteleri yüksek olduğu için çizgi filmler aracılığıyla zihinlerini kontrol altına alma hedeflenmektedir. Bu bağlamda çizgi filmler propaganda malzemesi olmak için uygun araçlardır.

Bu makale çalışmasının amacı Şirinler çizgi filminin görsel unsur ve iletilerindeki ideolojik yönelimini belirlemektir. Bu bağlamda “Çizgi film Şirinler dizisinde olay örgüsü, iletiler ve görsel unsurlar incelendiğinde materyalist ideoloji propagandası yapılmakta mıdır?” sorusunun cevabı bu makale çalışması ile ortaya konulmuştur. Bu kapsamda bilimsel metodoloji olarak; nitel araştırma yöntemlerinden olan görsel içerik analizi yöntemi kullanılarak Şirinler çizgi filmi incelenmiştir. Araştırma kapsamında <https://www.youtube.com/@sirinler> kanalında bulunan Şirinler derlemeleri kategorisi altında bulunan toplam 23 bölüm izlenilerek analizleri değerlendirmeye alınmıştır. Bu makale ile çizgi filmlerde uygulanan görsel unsurların ideolojik yönelimlerle olan ilişkisinin, Şirinler çizgi filmi örneği ile, içeriğin görsel anlamda değerlendirilmesi hedeflenmektedir.

KARL MARX VE MATERYALİST KURAMLAR

Karl Marx, Yahudi asıllı bir ailenin 7 çocuğundan birisidir. Bonn ve Berlin’de Hukuk ve Felsefe alanında eğitim alan Marx, sonrasında genç Hegelcilere katılmıştır. Marx, Komünistler Birliği’ne katılarak insanlığın kurtuluşunun tüm insanların yok edilmesinden geçtiğini savunmaktadır. Kapitalizm, insanlık dışı ve sömürücü bir sistem olarak eleştirilmektedir. Ve komünizm ekonomik ve sosyal refahı sağlayacak büyük bir devrim olacaktır. Marksist düşünce, insanın toplumdaki yeri ve doğası üzerine odaklanmaktadır. Temel olarak bireylerin toplumdaki yaşamlarını meşrulaştırma görevini üstlenen ideolojiler, genel bir terim olup toplumlarla var olan çok eski bir geçmişe dayanmaktadırlar. Stuart Hall’ a göre ideoloji, sistemli bir düşünce bütünüdür; Marx’a göre gerçeklikten kaçınan bireyin düşsel bir inşasıdır ve ideolojiler egemen sınıfın çıkarları doğrultusunda hazırlanmaktadır. Bu sebeple farklı sınıflara göre değişkenlik göstermektedirler. İdeoloji kelimesi sıklıkla kullanılsa da özünde, bilimsel olmayan ifadelerden oluşan bireylerin öznel düşüncelerinin ürünleridir (Meriç, 1970, s.119-142). Materyalizm kavramı ise her şeyin maddeden oluştuğunu ve soyut kavramları

kabul etmediğini vurgulamaktadır. Madde, materyalizme göre hareket edebilecek güce sahiptir ve bilimsel bir yaklaşımla açıklanabilir ve kanıtlanabilir niteliktedir. Karl Marx ve Friedrich Engels ise diyalektik materyalizm ve tarihsel materyalizm kavramlarını geliştirerek maddecilik düşüncesini yorumlamışlardır. Tarihsel materyalizm, komünizmin bilinçte kavranmasını sağlayan bir araç olarak görülmektedir. Marx'ın felsefesi, insanın düşüncesinin maddi dünyanın yansıması olduğunu vurgulamaktadır. Materyalist dünya görüşü, doğanın olduğu gibi kavranması gerektiğini savunurken, idealizm kavramının tam zıddı olduğu ifade edilmektedir. Marx, imtiyazların bilimi dışlama çabasını reddederken, insanın ve toplumun gelişiminde maddenin önemine vurgu yapmaktadır. Marx'ın diyalektik yöntemi, Hegelci yöntemden farklı bir şekilde materyalizmin insan aklındaki yansımaları olarak tanımlanmaktadır (Stalin, 1978, s.651-684). Komünizm kelimesi Latince kökenli olup 'ortak' anlamına gelmektedir. Sosyalizm ile benzer özellikler taşısa da aslında farklı ideolojilere sahiptir. Komünizm, modern sosyalizmin bir türü olarak ortaya çıkmış ve işçilerin devrimsel bir güç olması gerektiğini savunmuştur. Bu ideoloji, üretim ve tüketimin toplum tarafından sahiplenilmesini öngörmektedir. Kapitalizmin işçileri memnuniyetsizliğe sürüklemesi, komünizmin doğuşunu sağlamıştır. Karl Marx'ın ortaya attığı fikirlerle sınıflar arasındaki eşitsizliği ve düzeni ortadan kaldırmayı hedefleyen komünizm, devletsiz ve sınıfsız bir toplumun kurulmasını amaçlamaktadır. Devletin olmadığı, para kavramının olmadığı bir düzen, eşitlik temelinde işler ve ürünler arasında adil bir paylaşım sağlayacaktır (Bauman, 2022, s.47). Komünizm, kapitalizmi devirerek özgür bir toplumun oluşmasını hedefler ve proletaryanın diktatörlüğü ile bu geçişi gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Kültürel devrim ve ekonomik refahı sağlamayı amaçlayan komünizmin, evrensel bir propaganda ile desteklenerek yayılması hedeflenir. Sosyalist düşünürler Karl Marx ve Friedrich Engels, sosyalizmi kapitalizmin yerine koyarak bazı temel ihtiyaçları karşılamayı amaçlamışlardır. Sosyalizm, üretim mekanizması üzerinde işçiler arasında iş bölümü yaparak el birliğiyle üretimi sağlamaktadır. Kapitalizmde ise kâr yalnızca sermayedarın cebinde kalmaktadır. Sosyalizm, üretilen ürünlerin topluma ait olmasını savunur ve büyük ölçekli ürünlerin topluma mal olmasını hedefler. Burjuva düzenini eleştiren sosyalizm, sınıfsız bir topluma geçiş aşaması olarak görülür. Ancak Engels'e göre devletin yok olması ve sınıfların yok edilmesi idealine henüz ulaşılamamıştır. Sosyalizm hem sınıfları hem de devleti yok ederken, komünizme geçiş aşaması olarak kabul edilmektedir (Marx ve Engels, 2008, s.63-64). Kapitalizm, bireylerin kendi çıkarları doğrultusunda mülkiyete sahip olduğu ve bu mülkiyetleri kontrol altında tuttuğu, serbest arz talep oluşumunu sağlayan ekonomik bir sistemdir. Kapitalizmin temelinde tam rekabet yatar ancak bu rekabet sadece gücü elinde bulunduranlar içindir. Kapitalizmin en büyük eleştirisi, toplumsal ve ekonomik eşitsizliği artırmasıdır. Kapitalistler, sistemin toplumu idame ettirmede önemli bir faktör olduğunu savunmaktadır ancak bu sistemin sürdürülemez oldu-

ğu da eleştirilmektedir. Bu durum, proletaryanın emeğini satması ve sermayenin yücelmesi arasında bir döngü oluşturmaktadır (Lenin, 2019, s.43-54).

Marx materyalist bir bakış açısına sahiptir. Din olgusu kavramsal olarak bir zayıflık göstergesidir ve dinin insanları avutarak gerçekleri görmelerini engellediğini savunmaktadır. Din bir imge olarak görülmekte ve gerçeklikten uzak bir kavramdır. Marx, dinin varlık ve güç iddialarının kurgudan ibaret olduğunu savunur ve insanların özgürlüğünü elde etmeleri için din inancını terk etmeleri gerektiğini düşünmektedir. Din, toplumun afyonu olarak nitelendirilir ve insanların bilinçlerini uyuşturarak gerçeklerden uzaklaşmalarını sağlamaktadır. Marx'ın din eleştirisi içinde radikal bir tutum olmamakla birlikte, dinin insanları sığınak olarak kullanması ve gerçeklikten uzaklaştırması üzerinde durulur. Bu sebeple Marx tarafından maddeci bir ideolojinin benimsendiği ve görüşlerinin temelini akla bilime dayalı dayanaklara tutularak oluşturduğu gözlemlenmektedir (Marx, 2021, s.268- 271).

BİR PROPAGANDA MALZEMESİ OLARAK ÇİZGİ FİLMLER VE ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Çizgi film kelimesinin kökenine baktığımızda canlandırma kelimesinden türetilmiştir. Durağan görsellerin hareketlenmesi ile oluşturulan hareketli resimlerdir. Çizgi filmler animasyonun alt başlığı olarak da ifade edilebilir. Teknoloji ile çeşitli dönüşümler geçirmiştir. Animasyonların ilk örnekleri hareket algısı verdikleri oyuncaklar ile oluşturulmuştur. Sonrasındaki örneklerde ise kare kare çizilen görsellerin arka arkaya getirilmesiyle hareket elde edildiği görülmektedir. Bu da zoetrope denilen alet ile sağlanır. Seyirci bu tekerleğin içindeki görsellerin dönüşünü izlemektedir (Şenler, 2005, s.99-114).

Günümüz medyası, teknolojinin gelişmesiyle birlikte ideolojileri görsel olarak işleyerek kolayca zihinlere yerleştirebilme yeteneğine sahiptir. Kitle iletişim araçları etkili bir şekilde kullanılarak büyük kitlelere ulaşabilirler. Bu kitle iletişim araçları, çeşitli kültürel etkileri ve tüketim alışkanlıklarını şekillendirme gücüne sahiptirler. Bu gelişmeleri mümkün kılan teknolojidir. Büyük bir buluş olan televizyonlar her ne kadar hayranlık uyandırsalar da günümüze kadar ki dönüşümü ile aslında tehdit unsuru taşıyan araçlar niteliğindedir. Günümüz şartları ele alındığında çocukların ekran ile ilişkileri çok erken yaşlarda başlamaktadır. Bu onların aktif medyadaki rolünün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Renkler, sesler ve görseller, algıyı etkileme konusunda önemli bir role sahiptir. Çocukların dikkatlerini çekmek ve içeriğe bağlılıklarını artırmak için özel olarak hazırlanan çizgi filmler, izleyicilerin zihninde kalıcı izler bırakabilirler. Bilişsel anlamda yeterliliğe erişene değin, çocuklar, izledikleri içeriklerin gerçek mi kurgu mu olduğunu ayırt edemedikleri için izlenen örgüde kendilerine bir model seçip buna göre hareket edebilmektedirler (Güzel, Soya, Şemin ve Şahin, 2019, s.57-

104). Aynı zamanda gelişim evreleri tamamlanmadığı için zihinlerinde bulanıklık yaratacak alt mesajlar ile karmaşa yaşayabilmektedirler. Burada salgılanan mesajlar algının daha geniş kesimlere iletilmesi ve sistem devamlılığı için gerekli motivasyonu sağlamak içindir (Çakıral, 2016, s.35-40).

Algıyı kontrol etme ve yönlendirme çabaları tarih boyunca önemli bir hedeftir. İnandırmanın temeli ikna etmekten geçer. Propagandaların temeli de iknadır. Arz ve talep ortamı oluşturulduğu takdirde mesaj alıcıya alıcının isteğiyle iletilebilecek ve bu şekilde değişime karşı direnç kırılacaktır. İknanın iki yüzü vardır. Açık yüzü herkesin görebildikleridir. Kapalı yüzü ise subliminal mesajlardır ve bu yüzü göze değil zihne hitap etmektedir (Darıcı, 2020, s.24-26). Bu sebeple bu mesajları zihin sessizce işleyecektir. Çocuklar için iletişimde semboller önem arz etmektedir. Çocuklar konuşmayı öğrenmeden önce jestler ve mimiklerle iletişim kurmaya çalışırlar. Çizgi filmler çocuklara bu sembollerle iletişim kurma imkânı sunmaktadır. Seslerdeki ritmik denge, görsellerin canlı ve değişken olması çocuğun ürüne karşı cazibesini artırır. Çizgi filmlerde dikkat çeken bir diğer husus da gerçeğe örtüşmeyen senaryoların görselleştirilmiş olmasıdır. Genellikle çizgi filmlerde insanlar yerine hayvanlar, çiçekler veya fantastik yaratıklar kullanılarak mesajlar alıcıya iletilmektedir. Karakterlerin görsel olarak ifade ettikleri tek başına ele alınmaz, aynı zamanda karakterlerin kişilik özellikleri ve toplumdaki yeri de göz önüne alınmaktadır. İmgeler görsel iletişimde önemli bir rol oynamakta ve çizgi filmlerde de sıklıkla kullanılmaktadır. İmgelerin zihinde var olan soyut düşüncelerin somut bir şekilde ifade edilmesine yardımcı olması ve görsellerin incelenmesiyle zihinsel bir okuma sürecini başlatması hedeflenmektedir. Görsel algılamaların zihne kodlanması sürecinde imgelerin önemli bir rol oynadığı ve bu imgelerin tüketim ve davranışları etkilediği görülmektedir (Albayrak ve Altay, 2020, s.133-163). Bilinçaltı mesajlar bireyler üzerinde etkilidir. Beyin, fiziksel ve zihinsel işlevlerle çalışmakta ve karmaşık bilgileri depolamaktadır. Bilgiler kategorize edilir ve zamanla açığa çıkabilirler. Beyin, dil aracılığıyla gelen bilgileri işleyerek kavramları anlamak için çaba sarf etmektedir. Subliminal mesajlar, beyinde nöral aktiviteleri artırabilir ve farklı beyin bölgelerinde etkili olabilmektedirler. Beyin, eski, orta ve yeni kısımlardan oluşmaktadır. Duyularımızı kontrol eden eski beyin aynı zamanda karar verme mekanizmasıdır. Duyulmayan bu alt mesajlar, beyinin alt kısımlarında işleme tabi tutulur ve karar verme sürecinde etkili olurlar. Subliminal mesajlar, alıcılarda ilgi uyandırmak için kaygı, güven, dostluk, gülmece ve hüznün gibi öğeleri kullanarak etkili bir iletişim sağlamaya çalışmaktadır. Beyin, semboller aracılığıyla mesajları işleyebilir ve doğru sekansla iletilen mesajlar, beyinin faaliyetlerini artırabilir ve alıcılar üzerinde etkili olabilmektedir (Yeşilot ve Dal, 2018, s.37-45).

ŞİRİNLER ÇİZGİ FİLMİNİN GÖRSEL İÇERİK ANALİZİ

Pierre Culliford, 1928 yılında burjuva bir ailede Brüksel’de doğdu. Babası İngi-

liz, annesi ise Belçikalıydı. Çocukluğunda takma adı olan Pierrot'u kullanmaktaydı. İngiliz kuzeni bu ismi söylemekte zorlanarak ona Peyo ismini takmıştır. Ve bu isim daha sonraları kitlelerce bilinen adı haline gelmiştir (Miller, 2023). Sanat eğitimini Académie Royale des Beaux-Arts okulunda alan Pierre, çizgi romanlara yönelerek Le Soir ve La Dernière Heure gazetelerinde çizimler yapmaya başlamıştır. Pierre çizmesine dair şöyle söylemektedir:

“Çocukken resim yapmayı çok severdim... Ama aslında bütün çocuklar resim yapar; bazıları yetişkin, ciddi insanlar olmaya karar verirken bazıları da büyümeyi reddederek çizgi romanlarla kalmaya karar verir” (IMPS, 2019).

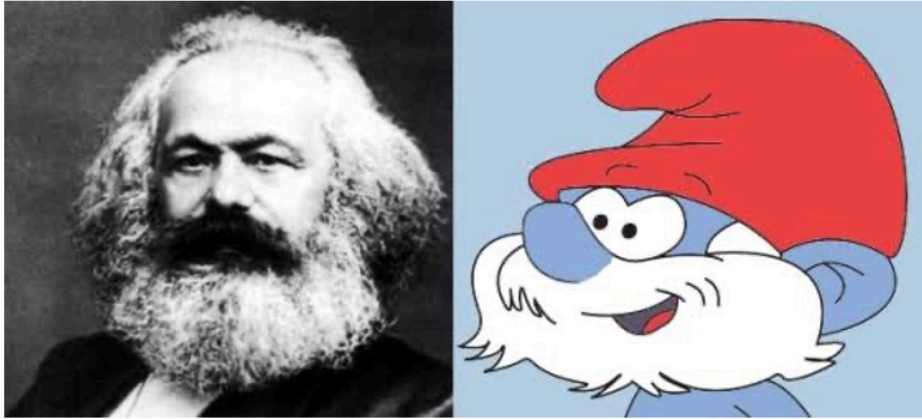
Şirinler ilk olarak 23 Ekim 1958 yılında La Flûte à six trous (Altı Delikli Flüt) adlı dokuzuncu macerası olan Johan et Pirlouit de ortaya çıkmıştır. Daha sonrasında La Flûte à six Schtroumpfs (Şirinler ve Sihirli Flüt) şeklinde adlandırılmıştır. Peyo'nun natüralist ve mükemmeliyetçi yapısı, yarattığı karakterlerdeki basitliği ve anlaşılabilirliği çocuklara hitabetini artırmaktadır. Tercümesi yapılmadan önce Şirinler özgün halinde Fransızca kaleme alınmaktaydı. Orijinal ismi Schtroumpf kelimesi Fransızca bir kelime değildir. İsmi bulunuşu Andre Franquin ve Peyo arasında geçen bir şakadan doğmuştur. İkili birlikte yemek yerken Pierre Fransızca konuşmayı unutarak tuzu istemek için schtroumpf'u uzatmasını ister. Franquin ise buna yanıt olarak şöyle söyler: *“İşte schtroumpf ve schtroumpf'lamayı bitirdiğinde, schtroumpf'ı geri al.”* (Miller, 2023). Günün devamında ikili arasında hiç var olmayan uydurma bir schtroumpf dili hâkim olur. Ve böylece Frig başlıkları takan 3 elma büyüklüğünde küçük mavi ırk ortaya çıkmıştır. Peyo; Şirinler'i üretirken basite indirgenmiş anlaşılır karakterler olmasına özen göstermiştir. Mesajı alıcıya net bir dille verebilmesi çizgi dizinin başarıyı yakalayabilmesi için önemli bir unsurdur. Bu küçük yaratıkların ikonik maviyi elde etmesi Nine Culliford tarafından sağlanmıştır. Bu bağlamda Nine Culliford Şirinler çizgi filminin renkli dünyasını oluşturan isimdir. Şirinler'in mavi olmalarının sebebi şöyle aktarılır: çimleri yeşile boyadıktan sonra Şirinler'i sarı yapmak onları hastalıklı gösterecekti. Yeşilin kontrastı olarak kırmızı ile tamamlamak ise onların deli olduğu algısını verecekti. Bu sebeple Nine Culliford Şirinler'in mavi renkte olmasında karar kılmıştır (Miller, 2023). Böylelikle mavi formları Şirinler'in birer arketipler olmasını sağlamıştır. Peyo'nun yarattığı bu Şirin dünyası, komünist ve sosyalist bir ideolojiyi yansıtmaktadır. Şirin Baba liderliğindeki ütopyik köy, toplumun kolektif bir şekilde yaşam sürdürdüğü bir ortamı tasvir etmektedir.

Çocuk, her alanda politik bir malzeme olarak görülebilmektedir. Burada özne olarak değil kavram olarak ‘çocukluk çağı’ ele alınabilir (Göz, 2020). Bu sebeple çizgi filmler de birer propaganda malzemeleridir. Buradaki propagandalar bilinçaltı yöneticiliğiyle devreye girmektedirler. Peyo, yarattığı Şirinler çizgi filminde etki mekanizması geniş bir propaganda temeli oluşturmuştur. Şirinler'in bir pro-

paganda aracı olarak kullanıldığı ve komünist ideallerin yansıtıldığı gözlemlenmektedir. Gargamel karakteri kapitalisti, Şirin Baba ise komünist lideri simgelemektedir (Görsel 1). Şirinler Köyü, Marksist bir ütopyayı yansıtarak toplumun idealize edilmiş bir yaşam biçimini göstermektedir. Gargamel'in kötü niyeti ve Şirinler'in iyilikleri arasındaki mücadele, komünizm ile kapitalizm arasındaki sürtüşmeyi temsil etmektedir. Şirinler'in yaşam biçimi, kolektif bir araziye dayalı komünist bir toplum yapısını yansıtmaktadır. Köydeki karar mekanizması ve yaşam biçimi, komünizmin temel prensiplerine uygun olarak işlenmektedir. Şirinler Köyü, mükemmel ve huzurlu bir diyar olarak tasvir edilmektedir. Şirinler komün olarak ütöpik bir yaşam sürerler (Görsel 2). Komün sistemde yaşam ortaklaşa ve paylaşılarak idame ettirilir. Kural yoktur. Herkes istediği gibi üretir ve hür iradeye dayalı otonom bir yaşam söz konusudur (Terzi, 2021, s.226-247). Karakterlerin isimleri, yaşam biçimleri ve ideolojik alt metinleri, toplumsal sorunları ve ideolojik mücadeleleri yansıtmaktadır. Marx'ın felsefesi; hiyerarşik düzenin son bulup eşit ve özgürlükçü bir yaşam düzeninin kurularak işçi sınıfının burjuvazinin diktesinden sıyrılıp sınıfsız bir toplumda yaşam sürülmesinden yanadır. Şirinler, çocuklara hitap eden basit ve anlaşılır bir içeriğe sahip olmasının yanı sıra derinlikli bir ideolojik alt metin olarak Marx'ın felsefesini barındırmaktadır.

Görsel 1

Şirin Baba ve Karl Marx Benzerliği



(Kaynak: Çelik, 2023)

Görsel 2*Şirinler Köyü Komün Yaşam Biçimi*

(Kaynak: Abbott, 2023)

Şirinler ormanın derinliklerinde kimsenin göremeyeceği içerisinde peri masalı gibi olduğu bir köyde yaşamaktadır. Şirinler'in içinde kötülük barınmaz ve hep mutlu yaşarlar. Kıskançlık, kin, haset ve zarar verme gibi dürtüler onlarda yoktur. Oluşan herhangi bir bilmezlikte bilgi bakımından üstün Şirin Baba'ya gidilir ve o, durumu çözüme kavuşturur. Eşitliğin hâkim olduğu köyde işçi ve işveren kavramları da yoktur. Herkes üstüne düşeni istediği gibi yapar ve emek karşılığında kazanılan para da yoktur (Kamacıoğlu, 2017, s.1-18). Evlerin kapısı daima açıktır. Bunun sebebi ise mülkiyetin ortak, kişilere ait olmamasındandır. Yerleşim geleneksel düzeyde yapılmış sanayi tipi bir kent algısından uzaktır. Daha çok doğa odaklı materyallerle inşa edilen yapılar söz konusudur (Ören, 2021, s.271-300). Kısa kuyukları olan bu mavi yaratıklar beyaz pantolonları ve Frig beyaz şapkaları ile kendilerini çevreleyen Orta Çağ dünyasından farklı, kendilerine ait bir dünyaları ve kültürleri ile özgür proletaryanın simgeleridir. Roller, bireyin sosyal statüsü ve kişisel yetisine göre sınıflandırılmaktadır. Karakteristik özelliklerini ifade etmek için de karakterler kendilerine has isimler ile eşleştirilmiştir. Pozisyonların ana fikri "*en iyi yaptığın şeye bağlı kal*" olarak gösterilmektedir. Ancak mevkisel pozisyonların isimlerinin dışında mizaçlarına göre sınıflandırılmış olması toplumun psikolojisine sağladığı katkı için de önemlidir. Bir şair duygularını bir ressamdan farklı olarak kâğıda sözler ile ifade etmektedir. Her Şirin tek bir kimliğe sahiptir. Burada kişilere sunulan tek gerçeklik işinin en iyisini sağlamaktır (Silver, 2011). Köyde tek dişinin bulunması ve çoğunlukla erkek baskınlığının olduğu görülmektedir. Bu dönemin Katolik kiliselerinin kadın

erkek eşitsizliğine karşı bir vurgusudur (Ören, 2021, s.271-300). Köyde tek kadın vardır: Şirine. Tek sarışın kadın olarak, Aryan kadınlarına mizojinik bir yaklaşımın simgesidir. Şirine, Gargamel tarafından yaratılarak Şirinler köyüne casusluk yapması ve Şirinler'in kalplerine hitap edebilmek için, güzel ama kötü bir Şirin olması amacıyla yaratılmıştır. Gargamel, Şirine'yi yarattığında şu an olduğu formundan daha farklı bir halde; büyük burnu, bakımsız kıyafetleri ve kaba saç kesimiyle kötü görünmekte ve diğerleri tarafından aşağılanmaktaydı (Görsel 3). Şirine'nin dikkat çekici bir forma kavuşması Şirin Baba'nın yeni yaratımından ve O'nu Şirin formuna çevirmesinden sonra gerçekleşmiştir. Bu bozma büyüsünden sonra sarı saçları ve kızlara özgü elbise giydiği görünmektedir. Şirine gerçek bir Şirin olmayı talep eder. Fakat bu kabul görmez. Çünkü saf kan değildir. Saf kan doğuştan gelinmişliği ifade etmektedir. Bu noktada Şirinler kendi toplumları dışından birisinin toplumlarına dahil olma fikrini kabul etmekte zorlanırlar.

Görsel 3

Şirine'nin Eski ve Yeni Hali



(Kaynak: Göktaş, 2023)

Gargamel açgözlü tutumuyla kapitalizmin bir simgesidir. Yaşlı ve keldir (Görsel 4). Cimri bir kişiliği ve kötücül büyü güçlerine sahiptir. Güç arzusunun temelinde sonsuz yaşamın temelini oluşturan Panacea'yı elde etme motivasyonu saklıdır. Gargamel'in Şirinleri yakalayıp altına çevirme arzusu ABD'yi ayakta tutan altın ve elmasların bir Yahudi sermayesi olmasındandır. Bu sebeple Azman'ın bir Yahudi sembolü olduğu ve beraber sembolize edilmiş bu iki karakterin ABD ve İsrail tasviri olduğu görülmektedir (Yehuda, 2011). Şirinler köyünde dini bir simge veyahut dindar bir şirin olmaması ise komünizmin getirisi ateizmin ifade biçimidir. Din bir azgınlıktır ve doyumsuz kapitalist düzeni simgelemektedir.

Görsel 4
Gargamel



(Kaynak: Tower, 1982)

Gargamel'in Azrael adındaki kedisi Azman da güçten beslenmektedir (Görsel 5). Gargamel ile tanışıklıkları çok eskiye dayanmakta ve Azman Gargamel'in tek dostu olarak gösterilmektedir. Azman kedi formunda olmasından ötürü Şirinler için daha işlevsel bir tehdit niteliği taşımaktadır.

Görsel 5
Azman



(Kaynak: Permenter, 2023)

KARAKTER ANALİZİ

Şirin Baba ve 99 Şirin, birbirinden farklı isimlere sahiptir. Bunlardan bir kısmı ana karakterler oldukları için ideolojik dayanaklarının yanı sıra alt mesajlarla çevrili olmasıyla birer simge niteliğindedir.

ŞİRİN BABA: Şirinler köyünün en yaşlı ve bilge kişisidir. Diğerlerinden ayırt edici olarak simgelenmiştir. Kırmızı kıyafetleri ve sakalları ile Karl Marx benzetmesi yapılmaktadır. Hem lider hem de rehber olarak Şirinler için önderdir.

ŞİRİNE: Feminizmi simgelemekte ve Aryan ırkının da bir göstergesidir. Erkeklerin içerisinde tek başına yaşam sürmeye çalışır. Aynı zamanda Gargamel'e rağmen bir Şirin olmaya karar vermiştir.

OBUR ŞİRİN: Keyfine düşkün sürekli yeme dürtüsü olan ve yemeklere karşı açgözlü bir tutum sergileyen karakterdir. Yemek onun için bir zaaftır.

GÜÇLÜ ŞİRİN: Maskülenliği ile maçoluğu simgelemektedir. Erkeksi güçleri ile güçsüzün yanında olur ve yardımına koşar. Güçleri ile ataerkilliğin bir simgesidir.

SÜSLÜ ŞİRİN: Metropoliten yaşamı simgeler. Elinde aynası ile tek düşündüğü güzelliğidir.

GÖZLÜKLÜ ŞİRİN: Lev Troçki benzetmesidir. Köyün en zekisidir. Bu sebeple Şirin Baba'nın yokluğunda liderlik ona geçmektedir. Ancak işler yolunda gitmediğinde nasıl düzelterceğini bilememektedir.

USTA ŞİRİN: Kulağının arkasında kalemiyle köydeki icatların yapımcısı ve düşünürüdür. Köyde ihtiyaç olan veyahut olabilecek her türlü üretim aracını tasarlayabilmektedir.

SOMURTKAN ŞİRİN: Sürekli somurtur. Bir türlü mutlu olmaz ve her şeyden nefret eder. Bu görüntüsünün altında bilge bir karakterdir. Entelektüel eleştirmenliğe sahip köyün filozofu olduğu söylenilebilir.

RESSAM ŞİRİN: Çizdiği resimlerde kullandığı renklerle komünizm betimlemesi yapmaktadır. Dramatik bir karaktere sahiptir.

TEMBEL ŞİRİN: Tembellik Hakkı felsefesinin yaratıcısı ve Karl Marx'ın damadı Paul Lafargue'nin simgesidir.

SAKAR ŞİRİN: Sürekli bir şeyleri kırıp bozduğu ve takılıp düştüğü görülmektedir. Sakar Şirin'in köydeki varlığı ile kişilerin minik hatalar yapmasının sonucunda karşı tarafa daha sempatik gelebileceği öngörüsü olarak adlandırılan bizden biri anlamına gelen '*Pratfall Etkisi*' işlenmektedir.

ŞAKACI ŞİRİN: Mizahın baskı üzerindeki meydan okuma gücünü simgelemektedir.

GARGAMEL: Kapitalist düzenin bir simgesidir. Aynı zamanda kılık kıyafetiyle dini de tasvir etmektedir.

AZMAN: Bir Yahudi sembolüdür. Güçten beslenir. Gargamel'in yanında her zaman ikinci planda kalır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte görsel iletişim araçları, toplumlar üzerinde büyük etkiye sahip hale gelmiştir. İnsanlar arasındaki iletişim ihtiyacı, görsel iletişim araçlarıyla karşılanmakta, çizgi filmler gibi popüler uygulamalar ise çocuklara yönelik propaganda amaçlarına hizmet etmektedir. Bu durum ise çocukları savunmasız hale getirmektedir. Araştırma, çizgi film yapımlarında kullanılan ideolojik propagandaların nasıl yapıldığını ifade edebilmek için nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan görsel içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreninden Şirinler çizgi filmi seçilerek araştırma Şirinler üzerinden yürütülmüştür.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma nitel bir araştırmadır. Araştırma evreni çizgi film yapımlarında ideolojik yönelimlerdir. Evren içerisinden seçilen örneklem ise Şirinler çizgi filmi örneğidir. Araştırmada bulgular görsel içerik analizi kullanılarak ortaya konulmuştur. Nitel araştırmalarda alt mesajların ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. İçerik analizleri görünenlere değil görünmeyenlere odaklanarak oluşturulmaktadır (Metin ve Şükriye, 2022, s.273-294). Çizgi film; ana tema, karakterler ve simgeledikleri mana, genel konu bütünüyle ele alınarak materyalist kuramlar ışığında görsel içerik analizi yöntemiyle ele alınarak içerik ve görsel mesajlar incelenmiştir. Araştırmada verileri destekleyici unsur oluşturması sebebiyle çizgi filmde elde edilen görseller eklenerek konuların pekiştirilmesi hedeflenmiştir. Görsel içerik analizi, iletişimin özünde yer alan görsel materyalin taşıdığı anlam yükünü inceleyen ve manalarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bir araştırma metodudur (Bock, Isermann, Knieper, 2011, s.265-282). Çizgi filmlerin izleyici nezdinde görsel ve fonetik değerler ile bir bütün olarak iletişim döngüsünü oluşturması sebebiyle görsel içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem ile sözel, yazılı ve diğer öğelerin nesnel ve planlı incelenmesine olanak tanımaktadır. Bu sayede elde edilen veriler özetlenerek sunulabilecektir. Görsel iletişim materyalleri çocuklara yönelik çizgi filmler gibi araçlarla propaganda yapılmasına olanak sağlamaktadır ve çocuklar bu propaganda etkilerine daha açık hale gelmektedir. Görsel içerik analizi metoduyla bu etkiler görsel verilerle desteklenmektedir.

VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Araştırmada örneklem olarak seçilen Şirinler, <https://www.youtube.com/@sirinler> kanalında bulunan Şirinler derlemeleri kategorisi altında bulunan toplam 23 bölüm izlenilerek araştırılmış ve buna göre görsel içerik analizleri elde edilmiştir. Propaganda, çizgi film, subliminal mesajlar ve çocuğun medya ile ilişkisi hakkında detaylı araştırmalar yapılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda çizgi film yapımlarının izlendiği kadar masumane olmadığı tespit edilerek popüler çizgi film Şirinler'in aslında belli ideolojilerin savunma mekanizmasına hizmet ettiği görülmüştür. Materyalist kuramlar ışığında Şirinler çizgi filmi incelendiğinde görsellerin teorik bilgilerle eşleştiği gözlemlenmiştir.

Araştırmada söz konusu kavramlar önceden belirlenmiş ve bu manalar doğrultusunda kavramsal çerçevede belirlenen sorular ışığında detaylandırılmıştır. Şirinler çizgi filmi ise görsel içerik analizi biçimi altında değerlendirmeye alınarak kavramlar ile subliminal mesajların örtüşüp örtüşmediği işlenmiş ve analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada elde edilen bulgular nezdinde Belçikalı Pierre Culliford'un yarattığı Şirinler çizgi filminin komünist propaganda amacı taşıdığı ve karakterlerin çeşitli ideolojik temsiller içerdiği görülmektedir. Olay şeması, karakterler ve arka plan tasarımlarında alt mesaj olarak sunulan görsel iletilere ulaşılmıştır. Bu iletilerin özellikleri: Karl Marx ideolojisi, komün yaşama özendirme, komünist yaşam ve tiplmelerdeki fiziksel benzerlikler olarak gösterilebilmektedir. Şirinler'in toplumun bireyden önce geldiği bir kolektif yaşam biçimini simgelediği ve karakterlerin farklı ideolojileri temsil ettikleri görülmektedir. Özellikle Şirin Baba'nın otoriter yapısı, Gargamel'in kapitalizmi simgelemesi ve Şirinler'in kolektif yaşam tarzıyla komünizmi yansıttığı görülmektedir.

Çizgi filmde yer alan karakterlerin temsil ettikleri görüşlerle örtüştüğü ve çocuklar üzerinde propagandist etki yaratmayı amaçladığı gözlemlenmektedir. Adaletsiz, kötü bir dünyada insanların ahlaki yozlaşmaya uğrayarak kin, haset ve birbirini alaşağı etme arzusu güderken; ortaklaşa yaşamda barışın temelinde olduğu yardımlaşarak yaşamının huzur verdiği ve insanların iyilik ve kötülüğü sonradan edindikleri ifade edilmektedir. Özellikle karakterlerin fiziksel özellikleri, isimleri ve davranışlarıyla farklı ideolojilerin sembolize edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu şekilde Şirinler'in, komünist bir toplumun temsili olarak kullanıldığı ve çocuklara farklı ideolojilerin propagandasını yaptığı sonucuna varılmıştır. Pierre Culliford'un Şirinler ile kendi sosyalist ideolojisini aktarmayı hedeflediği ve çizgi filmin olay örgüsünde dönemin siyasi karmaşalarıyla bağlantılı olduğu gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalar neticesinde Şirinler çizgi filminde komünizme hizmet eden ideolojik görüşlerin, karakterler ve senaryo üzerinden

yapılmak suretiyle bir propaganda malzemesi olduğu anlaşılmaktadır. Peyo'nun Şirinler'de oluşturduğu algının bilinçli olduğunu, Belçika çizgi roman merkezinde sergilenmekte olan şu ifadesi ile pekiştirilebilmektedir:

“Bazen yetişkinlerin dünyasının bir karikatürüdür. Şirinler'de toplumumuzun birçok kusurunu bulacaksınız.” (Poel, 2016).

SONUÇ

Çalışma kapsamında çizgi film örneği olarak Şirinler, sunuluş formuyla hizmet ettiği ideolojiye göre incelenmiştir. Çocuklara hizmet eden ve onların dünyasında sıkça rastladığımız Şirinler aracılığıyla küresel mesajların sunuluş biçimine dair anekdotlara ulaşılmıştır. Hitap ettiği hedef kitlesi ve yapımının benimsediği görüşün dışavurumundan ve bunlara ek bu düşüncelerin ortaya çıkışını sağlayan kişi ve olaylara kadar uzanan propaganda temelleri ve alt mesajları ayrıca incelenmiştir. Çizgi film yapımları esasında çocuklar için hazırlanmış ve içerisine eklenmiş uyarıcılar da onların zihin kontrollerini direkt olarak ele almak içindir. Sempatik karakterler ile karşı tarafta merak uyandırarak algıda seçicilik hedeflenir. İncelenen çizgi filmde sömürünün kazanmasının çok da mümkün olmadığı üzerinde durulmuş ve sömürü yapan karakterlerin hep kaybettiği üzerinde durulmuştur. Çizgi diziler genel hatlarıyla ideolojik propaganda malzemeleridir. Şirinler çizgi filmi de komünist bir propagandanın ürünüdür. Gözlemlenen görseller ışığında anlaşılmaktadır ki oluşturulan olay örgüsü ve karakterler Marksist kurama hizmet etmektedir. Karakterlere yüklenmiş manalar ise ayrıca ifade edilmiştir. Basite indirgenmiş bir şemada görüş aktarımı yapılmaktadır. Sempatiklik ikna olmuşluğun bir gösterge biçimidir. Teknolojinin gelişmesi ile orijinal formundan günün şartlarına göre güncellenmiş olsa da eski formuyla Şirinler çizgi filmi halen popülerliğini sürdürmektedir. Kitlelerce takip edilen ve edilmeye devam eden bir protesto materyali olduğu söylenebilmektedir. Bu da kitle iletişim araçlarının insanların düşüncelerini etkileme ve değiştirme gücünü vurgulamaktadır. Çocukların çizgi filmler aracılığıyla öğrendiklerini taklit edebildikleri, bu nedenle çizgi filmlerin içeriklerinin dikkatle seçilmesi gerektiği aşikardır.

Sonuç olarak, çocukların medyadaki rolü yetişkinlerden daha aktiftir. Bu yeterli gücün oluşması çocuklar üzerinden görsel ve işitsel aktarımla motive edici bir popülerite sağlamaktadır. Şirinler çizgi filmi de göstermektedir ki; bir yapım üzerinden seneler de geçse, izlenilirliğini devam ettirip, kitlelere hitap edebilmektedir. Bu çalışmayla; çizgi filmlerin ideolojik yönelimlerle bir olaya dikkat çekmek suretiyle, popüler kültüründe etkisiyle, teknolojik altyapının getirilerini de kullanarak bir propaganda malzemesi olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Şirinler çizgi filmi senaryo ve karakter şemasıyla komünist propagandaya bir örnek teşkil etmektedir. Bu sebeple yetkili kişilerin bu çizgi filmlerin pazara sunulmadan denetlenmesine ilişkin üzerlerine sorumluluklar düşmektedir. Popüler kültürün

getirisiyle içeriklerin filtrelenmeden direkt olarak sunulmaması ve neye hizmet ettiği gözlemlenmelidir. Bu tip yayınların ebeveynlerce seçilerek çocukların kullanımına sunulması önem teşkil eden bir başka unsurdur. Ayırt edebilme erişkinliğine ulaşmaları için çocuklara medyanın gücü tanıtılmalı ve doğru kullanımı hususunda eğitimler verilmesi gerekmektedir. Ek olarak: çizgi filmlerin toplumu etkileme gücünün önemli olduğu ve ideolojik mesajların aktarımında önemli bir araç olduğu görülmektedir. Şirinler hikayesi çocuklara sosyalist yaşam biçiminin ve buna bağlı kavramların masalsi yapısını aşılama, sosyal düzeni desteklemektedir. Çizgi filmin geneline bakıldığında pedagojik hassasiyetin eksik olduğu gözlemlenmektedir. Karakterler çoğu bölümde agresif tavırlarla kodlanmıştır. İyilik kavramı farklı bir terminoloji olarak ele alınır ve böylelikle izleyiciye ütopyanın girişi için bilinçsizce iyi olma baskısı yapılmaktadır. Aile ve doğum kavramları işlenmez, ancak kişiler arasındaki eşitlik vurgulanmaktadır. Bu çerçevede ele alındığında Şirinler çizgi filminin medyanın gücüyle aktivizmini gelecek nesillere aktarmaya devam edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbott, D. (2023). *The inside story of the little blue tribe that conquered the world* <https://www.brusselstimes.com/499686/empire-of-the-smurfs> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).
- Albayrak, A., & Altay, A. (2020). Görsel sanatlarda imge kavramı. *Balkan Müzik ve Sanat Dergisi*, 2(2), 133-163.
- Bauman, Z. (2022). Modernite, kapitalizm, sosyalizm küresel çağda sosyal eşitsizlik (4. Baskı). Say Yayınları.
- Bock, A., Isermann, H., & Knieper, T. (2011). Quantitative content analysis of the visual. In E. Margolis & L. Pauwels (Eds.), *The SAGE handbook of visual research methods* (pp. 265–282). Sage.
- Çakıral, M. (2016). Televizyon kışkırcısında çocuk ve subliminal mesajlar (1. Baskı). Ferfır Yayınları.
- Çelik, F. (2023). *Şirinler aslında neyi temsil ediyor?* <https://www.gencgazete.net/sirinler-aslinda-neyi-temsil-ediyor> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).
- Darıcı, S. (2020). Subliminal işgal (Genişletilmiş 13. Baskı). Destek Yayınları.
- Göktaş, B. (2023). *Güzellik Algısı Şirinler'i de Ele Geçirmiş: Şirine Neden Kötüyen Esmer, İyiyken Sarıydı?* <https://onedio.com/haber/guzellik-algilari-sirinler-i-de-ele-gecirmis-sirine-neden-kotuyken-esmer-iyiyken-sarisindi-1130978> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).
- Göz, H. (2020). Çocuklar, iktidar ve ideoloji: Çocuk politikası üzerine düşünceler-I. Elyazmaları. <https://elyazmalari.com/2020/01/30/cocuklar-iktidar-ve-ideoloji-cocuk-politikasi-uzerine-dusunceler/> (Erişim tarihi: 30 Nisan 2024).

- Güzel, S., Şemin, H. R. S. M. E., & Şahin, B. (2019). Çizgi film, çocuk ve toplum-sallaşma: Jetgiller ve Taş Devri örneği. *The Journal of Academic Social Science*, 21(21), 57-104.
- IMPS. (2019). The Smurfs press dossier. https://www.smurfbusiness.com/PDF/dossier_presse_2019_EN.pdf (Erişim tarihi: 20 Mayıs 2024).
- Kamacıoğlu, B. (2017). Çizgi filmlerin kültür aktarımındaki rolü ve Hayao Miyazaki çizgi filmleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(2), 1-18.
- Lenin, V. İ. (2019). Karl Marx ve Marksizm üzerine (4. Baskı). Yordam Kitap.
- Marx, K. (2021). *Das Kapital*. Olympia Yayınları.
- Marx, K., & Engels, F. (2008). Komünist manifesto (30. Baskı). Can Yayınları.
- Meriç, C. (1970). İdeoloji. *Istanbul University Journal of Sociology*, 2(21-22), 119-142.
- Metin, O., & Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273-294.
- Miller, F. J. (2023). The 9th art: The deceptive simplicity of Peyo's Smurfs. <https://europeanconservative.com/articles/reviews/the-9th-art-the-deceptive-simplicity-of-peyos-smurfs/> (Erişim tarihi: 20 Mayıs 2024).
- Ören, İ. (2021). Okul öncesi çocuklara yönelik çizgi diziler üzerinden gerçekleştirilen propaganda çalışmaları. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 271-300.
- Permenter, P. (2023). *What's the Name of the Cat in the Smurfs?* <https://www.cattipper.com/cat-names/2023/whats-the-name-of-the-cat-in-the-smurfs.html> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).
- Poel, N. V. D. (2016). Peyo: Master cartoonist and father of the Smurfs. <https://theculturetrip.com/europe/belgium/articles/peyo-master-cartoonist-and-father-of-the-smurfs> (Erişim tarihi: 20 Mayıs 2024).
- Silver, C. (2011). Psychology of cartoons- Part 2: Sociology of the Smurfs. <https://www.wired.com/2011/04/psychology-of-cartoons-part-2-sociology-of-the-smurfs/> (Erişim tarihi: 21 Mayıs 2024).
- Stalin, J. V. (1978). Diyalektik ve tarihsel materyalizm (9. Baskı). Say Yayınları. <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/mustafa.kursunoglu/64356/DiyalektikVeTarihselMateryalizm.pdf>
- Şenler, F. (2005). Animasyon tarihi, teknikleri ve Türkiye'deki yansımaları. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi (HÜTAD)*, (3), 99-114.
- Terzi, H. M. (2021). Kimlik ve kültür oluşumunda mekânsal faktörler: Sovyet toplumu ile komün evleri ilişkisi örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 9(28), 226-247.

Tower, W. (1982). *The Stuff Dreams Are Smurfed Of* <https://www.themoviedb.org/tv/5687-the-smurfs/season/2/episode/43/images/backdrops> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).

Yehuda, R. B. (2011). Are the Smurfs anti-Semitic misogynists? <https://forward.com/culture/139107/are-the-smurfs-anti-semitic-misogynists/> (Erişim tarihi: 28 Mayıs 2024).

Yeşilot, F., & Dal, N. E. (2018). Duyuların ötesinde: Bilinçaltı etkiler ve nöropazarlama. *Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 5(62), 37-45.

DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ

Türkan Öykü BÜYÜKÇELİKOK
Marmara Üniversitesi, Türkiye
tobuyukcelikok@gelisim.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2735-0903>

Necmi Emel DİLMEN
Marmara Üniversitesi, Türkiye
edilmen@marmara.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-9050-1690>

<i>Atf</i>	Büyükcelikok, T. Ö., Dilmen N, E. (2024). "DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI TEKNİK ÖZELLİKLERİNİN KULLANILABİLİRLİĞİNİN KULLANICI DENEYİMİNE ETKİSİ: NETFLIX ÖRNEĞİ". İletişim Çalışmaları Dergisi, 10 (3), 359-372
------------	---

Geliş tarihi / Received: 27.04.2024

Kabul tarihi / Accepted: 17.07.2024

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v010i3005

ÖZ

Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemeler ve buna bağlı olarak pek çok sektörün dijitalleşme çalışmaları medya ve yayıncılık alanını da etkilemektedir. Geleneksel yayıncılıktan farklı olarak internetin varlığı ve dijitalleşme etkisi ile ortaya çıkan dijital yayın platformları pek çok yeni özelliği beraberinde getirmiştir. Temelinde, sunduğu yeni teknik imkanlarla birlikte geleneksel medyadaki pasif izleyici kavramını aktif kullanıcı kavramıyla değiştiren dijital yayın platformları, platform kullanıcılarının platformdan elde ettiği deneyimi sürekli olarak yükseltmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla platformda yer alan teknik özelliklerin çeşitliliği ve kullanılabilirliğinin sağlanması kullanıcı deneyimini yükseltmek için platformlar tarafından önemli görülmekte ve bu yönde çeşitli iyileştirme çalışmaları sürdürülmektedir. Buradan hareketle araştırma kapsamında dijital yayın platformlarında yer alan teknik özelliklerin platform kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi ile ilişkisinin ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır. Dünyada en fazla üye sayısına sahip ve Türkiye’de de faaliyet göstermeye başlayan ilk uluslararası dijital yayın platformu olan Netflix araştırma içerisinde örnek platform olarak belirlenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle platformun kullanıcılarına sunmuş olduğu özel-

likler belirlenmiştir. Bu özellikler içerisinde yazılım, algoritma ve tasarım gibi teknik unsurları bünyesinde barındıran ara yüz tasarımları, öneri algoritmaları, kişiselleştirme, görsel tasarım ve aşırı- seri izleme özellikleri teknik özellikler başlığında sınıflandırılmıştır. Netflix platformunun belirlenen bu özelliklerin kullanılabilirlik temelinde kullanıcı deneyimine olan etkisinin ortaya konabilmesi için literatürde yer alan çeşitli ölçek çalışmalarının uyarlanmasıyla oluşturulan anket formu platform kullanıcıları tarafından yanıtlanmıştır. Platform üyesi 408 katılımcının yer aldığı araştırmada verileri Jamovi programında analiz edilmiş ve analiz sonucunda Netflix özelinde dijital yayın platformlarının kullanıcılarına sunduğu teknik özelliklerin kullanılabilirliği pozitif yönde etkilediği ayrıca kullanıcı deneyimi arttıkça kullanılabilirlik düzeyinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Yayın Platformları, Kullanılabilirlik, Kullanıcı Deneyimi, Netflix

THE EFFECT OF TECHNICAL FEATURES AND USABILITY OF DIGITAL BROADCASTING PLATFORMS ON USER EXPERIENCE: NETFLIX EXAMPLE

ABSTRACT

The rapid advances in technological developments and the digitalization efforts of many sectors accordingly affect the field of media and broadcasting. Unlike traditional broadcasting, digital broadcasting platforms, which emerged with the existence of the internet and the effect of digitalization, have brought many new features. Basically, digital broadcasting platforms, which replace the concept of passive viewer in traditional media with the concept of active user with the new technical opportunities they offer, aim to continuously improve the experience of platform users from the platform. For this purpose, the diversity and usability of the technical features on the platform are considered important by the platforms in order to increase the user experience and various interface improvement studies are carried out in this direction. In this context, the research aims to reveal the relationship between the technical features of digital broadcasting platforms and platform usability and user experience. For this purpose, Netflix, which has the highest number of members in the world and is the first digital streaming platform to start operating in Turkey, has been determined as the sample platform in the research. The effects of interface designs, recommendation algorithms, personalization and binge-watching technical features offered to the user on the Netflix platform on the user experience on the basis of usability were revealed with the data obtained by the survey method. In the study, which included 408 platform

member participants, it was concluded that the technical features offered by digital streaming platforms to their users positively affect usability, and that the level of usability increases as the user experience increases.

Keywords: *Digital Broadcast Platforms, Usability, User Experience, Netflix*

GİRİŞ

Dijital yayın platformları tarafından kullanıcıya sunulan tüm bu özelliklerin ana hedefinin kullanıcı deneyiminin sağlanması olduğu söylenebilmektedir. Kullanıcı deneyiminin sağlanmasının yollarından biri kullanıcının beklentilerin karşılanmasına yönelik olarak, kullanıcıya sunulan teknik özelliklerin iyileştirilmesiyle mümkün olabilmektedir.

Kullanıcının platformu tanıdığı ilk alan ara yüz ve görsel tasarımlarıdır. Ara yüzler ağ bağlantılarına dayanan, çeşitli teknik ve tasarım özelliklerine göre değişiklik gösterebilen ve kullanıcının kontrolüyle de düzenlenebilen tasarımlardır (Weld, ve diğerleri, 2003). Kullanıcının platformu kullanılabilir bulması ara yüz tasarımının kolay ve anlaşılır tasarlanmasına bağlıdır. Ara yüz tasarımlarının en iyi şekilde gerçekleştirilerek kullanıcıya iyi bir deneyim sunulması hedefiyle platformla çeşitli kişiselleştirme çalışmalarını da yürütmektedir. Kullanıcıların platformla etkileşim seviyesinin artırılması, ara yüzü dilediğinde düzenleyebilmesi, kendi kişisel tercihlerine göre platformu uyarlayabilmesi olarak ifade edilebilen kişiselleştirme kavramı (Sundar & Marathe, 2010, s. 300-301) sayesinde kullanıcı tüm kontrolün kendisinde olduğunu hissederek iyi bir deneyim elde edebilmektedir. Kullanılabilirlik düzeyi ve kullanıcı deneyimine etki edebileceği düşünülen bir diğer teknik özellik öneri algoritmalarıdır. Büyük veri ve yapay zekâ algoritmalarının desteğiyle platform kullanıcısının istek, zevk ve beğenilerin en iyi şekilde analiz edilerek kullanıcılara kişisel beğenilerine göre içerik önerilerinin sunulması yani öneri algoritmalarının etkin kullanımı; kullanıcının platformu daha fazla benimsemesi, kendisi için uygun bulması ve iyi bir deneyim alanı oluşturabilmesini sağlayabilmektedir. Öte yandan dijital yayın platformları içeriklerin bölümleri tüm sezon olarak platforma yüklemesi yeni bir izleme alanı yaratarak binge-watching yani aşırı-seri izleme kavramını doğurmaktadır. Tüm sezon bölümlerinin ya da birkaç bölümün ara vermeksizin art arda izlenmesine dayanan bu özellik sayesinde kullanıcıların platformda geçirdiği zaman artmakta ve böylece platformdan elde edilen deneyim düzeyinin de yükselmesi beklenmektedir.

Araştırma kapsamında dijital yayın ve içerik platformu olan Netflix'in kullanıcılarına sunmuş olduğu bahsi geçen teknik özelliklerin kullanılabilirlik temelinde kullanıcı deneyimine olan etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Platform teknik özelliklerinin platform kullanılabilirliğine, platformun kullanıcı tarafından

algılanan kullanılabilirlik düzeyinin de kullanıcı deneyimine olan etkisi incelenerek araştırma kapsamında sonuçlar ortaya çıkarılmıştır.

Netflix Platformunun Teknik Özellikleri

Dijital yayın platformu olarak tıpkı diğer platformlar gibi Netflix'in de kullanıcılarına platform içerisinde sunduğu ilk özellik ara yüz tasarımlarıdır. Ara yüz tasarımı temelde menü ve menü içeriklerinin yerleşimleri, içeriklerin görselleştirilmesi, sayfalar arası geçiş, arama bulma deneyimi vb. bağlantılar arasındaki etkileşim ve uyumlu tasarımı ifade etmektedir. Platformda oluşturulan ara yüz ve görsel tasarım özelliği kapsamında kullanıcılara intro ve introyu atlama, menü tasarımları, arama bulma deneyimi, içerik kategorileri, içerikleri beğenme ya da beğenmeme butonları, içerikleri durdurma, indirilebilir içerikler, içeriği ileri-geri alma, yavaş ya da hızlı izleme, alt yazı değişikliği sağlama, dublajlı izleme, arka fon renkleri ayarlama, yazı tipi boyutu belirleyebilme gibi çeşitli özellikler sunulmakta ve bu özellikler kullanıcı beklentileri doğrultusunda yenilenebilmektedir. Platform kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi düzeyini arttırmak için oluşturduğu tüm ara yüz ve görsel tasarımlarının kullanıcılar tarafından kullanılmasyla kullanıcı hareketlerinden çeşitli veriler elde etmekte ve böylece bu veriler sayesinde kullanıcıların beğenebileceği içerikleri daha isabetli bir şekilde onlara daha kolay sunabilmektedir. (Netflix, 2024). Kullanıcılardan elde ettiği büyük miktarda veriye sahip olan Netflix platformu büyük veri analizini ve yapay zekâ algoritmalarını en iyi şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Platformun büyük veriyi en fazla kullandığı özelliklerin başında kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları gelmektedir. Kullanıcıların platform içerisinde harcadıkları zaman, platforma giriş yapılan cihaz, izleme geçmişleri vb. bilgiler depolanmakta ve öneri algoritmasının geliştirilmesi için kullanılmaktadır. (Netflix, 2024). Büyük veri, yapay zekâ ve makine öğrenmesi iş birliği ile çalışan Netflix öneri algoritması hiper kişiselleştirme yani doğrudan kişi için ve kişiye özel şekilde önerilerin oluşturulmasını sağlayabilmektedir (Abbott & Minasian, 2020).

Geleneksel yayıncılıkta içerik akışları içeriğin en fazla bir bölüm olarak belirlenen gün ve saatte haftalık olarak yayınlanmasına dayanmaktadır. Ancak dijital yayın içeriklerinde bu durum platformlar tarafından kullanıcılara sunulan yeni bir teknik özellik olarak karşımıza çıkan yeni izleme pratiği binge watching ile farklılaşmaktadır. Binge-watching izleme pratiği ile kullanıcı çevrimiçi veya indirilebilir içeriklerde çevrimdışı olarak yer ve zamandan bağımsız olarak istediği içeriğe erişerek içeriğin yayınlanan tüm bölümlerini art arda ve tekrar tekrar izleyebilmektedir. Kullanıcıların beğenisini kazanacak ve ilgisini çekecek içerik üretimlerinin sağlanmasının ardından kullanıcılara bu içerikler tüm bölümler ya da bir sezon içerisinde yer alan bütün bölümler halinde platformda sunulmaktadır. Kullanıcı kendi ilgi ve beğenisine göre herhangi bir içeriğe erişim sağlayıp izlemeye başladıktan sonra bölüm bitişinin ardından platform ara yüzü tarafından

otomatik olarak bir sonraki bölüm içeriğine yönlendirilmektedir. Böylelikle kullanıcı art arda ve uzun süreli içerik tüketimi yaparak platformda daha uzun süre zaman geçirebilmektedir.

Kullanılabilirlik ve Kullanıcı Deneyimi

Kullanılabilirlik kavramı International Standarts Organization (ISO) Türkçe karşılığıyla Uluslararası Standartlar Örgütü tarafından çeşitli kullanım nedenleri bağlamında etkililik, verimlilik ve memnuniyet temelinde istenilen amaca ulaşma olarak tanımlanmaktadır (ISO, 1998). Kullanılabilirlik kavramını onaylı ve ölçülebilir olarak ifade eden ilk kişi olan Shackel, Harvey ve Stanton aktarımlarıyla kullanılabilirliği, kolaylık ve etkili kullanıma dayalı işlevsel özellik olarak kabul etmektedir (Harvey & Stanton, 2013, s. 19). Kullanılabilirlikle ilgili tüm tasarımların hedefinde kullanıcı deneyiminin sağlanması ya da pekiştirilmesi yer almaktadır. Kullanıcı deneyimi Nielsen tarafından kullanıcılar için en doğru, uygun ve uygulanabilir yazılımları tasarlamaktır (Nielsen, 1993). Günümüzde gelişen uygulama ve platformların özellikleri çerçevesinde sadece yazılım odağında değil en doğru, uygun ve uygulanabilir tüm teknik özellikler, ara yüz tasarımları, kullanılan algoritmalar, yayın içerikleri vb. özelliklerin tümü kullanıcı deneyimini etkilediği söylenebilmektedir. Bir diğer tanımlamayla kullanıcı deneyimi ilgili uygulamanın kullanıcısıyla olan etkileşimindeki tüm çıktıların birleşimi olarak tanımlanırken (Kuniavsky, 2010), Hassenzahl (2008) kullanıcı deneyimi tanımını kullanıcıların uygulama ya da platformla etkileşime girmesi ve bu etkileşim sonucunda belirli algıya sahip olması, davranışta bulunması, kendine fayda sağlaması ve ihtiyacını gidermesi olarak ifade ederek kullanıcı deneyiminin subjektif yönünü ortaya çıkararak kullanıcıdan kullanıcıya farklılık gösterebileceğini vurgulamaktadır.

Yazılım ve teknik özelliklerin, ara yüz tasarımlarının, içerik üretim süreçlerinin tamamının bu amaca hizmet eder şekilde kurgulanması kullanıcı deneyiminin sağlanmasında önemli ölçütlerdendir. Platform kullanımından elde edilecek olan kullanıcı deneyimi için; kullanıcının sistemden beklentilerini karşılaması, sistemin kullanıcıya kullanım kolaylığını vermesi, anlaşılır ara yüz tasarımlarının var olması ve platformda geniş içerik çeşitliliğine erişilebilir olması gerekmektedir. Ayrıca geliştirilip iyileştirilecek olan kullanıcı deneyimi çalışmalarında kullanıcıların bireyselliği, sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeyleri, duyu durumları, platform kullanım motivasyonları gibi etkiler göz ardı edilmemelidir. Özetle kullanılabilirlik temelinde ilerleyen kullanıcı deneyimi kavramının kullanıcıların beklentilerini en üst düzeyde karşılayacak şekilde oluşturulması gerekirken, kullanıcıların kişisel özelliklerinin varlığının kullanıcı deneyimi sonuçlarını etkileyebileceği ön görülebilmelidir.

Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Araştırma kapsamında geleneksel yayıncılığın aksine kullanıcı odaklı yayıncılık ve dijital yeniliklerini bünyesinde barındıran dijital yayın platformlarından Netflix'in kullanıcılara sunduğu ara yüz, öneri algoritması, kişiselleştirme, görsel tasarım ve aşırı-seri izleme özellikleriyle temellenen teknik özelliklerinin kullanılabilirlik düzeyine bağlı olarak kullanıcı deneyimine olan etkilerinin belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Netflix platformunun teknik özellikleri platform kullanılabilirliğini pozitif yönde etkilemektedir.

H2: Netflix platformunun kullanılabilirliği kullanıcı deneyimini pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Ölçeklerin Uyarlanması

Çalışma Marmara Üniversitesi rektörlüğü, sosyal bilimler araştırma ve yayın etiği kurulunun, 24.01.2024 tarihli sayı 2024-9 ve 21.02.2024 protokol nolu araştırma izni ile gerçekleştirilmiştir.

Netflix platformunun kullanıcıya sunmuş olduğu tüm özellikler genel çerçevede içerik analizi yöntemiyle belirlenmiş, teknik donanım, yazılım, algoritma ve tasarımla temellenen ara yüz, öneri algoritması, kişiselleştirme, görsel tasarım ve yeni izleme pratiği özelliği olarak aşırı- seri izleme özellikleri ayrıştırılarak teknik özellikler başlığı altında toplanmıştır. Belirlenen özelliklerin kullanılabilirliğe ve platformun kullanılabilirlik düzeyinin kullanıcı deneyimine olan etkisi çeşitli ölçeklere ait boyutlar ve değişkenlerinden uyarlanarak araştırma sorularıyla analiz edilmiştir. İlgili ölçeklerin çalışma amacı kapsamında uyarlanarak katılımcılara anket formu halinde iletilmesiyle 408 platform kullanıcısının katılımıyla ilgili veriler toplanmıştır. Veriler Jamovi paket programıyla analiz edilmiştir. Anket sadece Netflix platformu kullanıcılarına yönelik olduğu için ilk soru sonrasında platform üyesi olmayan katılımcılar için anket sonlandırılmıştır. Ankette beşli likert tipi ölçek kullanılırken, 1'den 5'e kesinlikle katılmıyorum ve kesinlikle katılıyorum ifadeleriyle tasarlanmıştır.

Bu kapsamda platformda sunulan ara yüz özelliklerinin ölçülebilmesi için; Li (2013) ve Özmen (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda "İçerik" boyutu başlığı altında kurgulanan değişkenler, uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde "Ara Yüz Özellikleri" boyutu kapsamında araştırmanın soru formuna uyarlanmıştır. Kişiselleştirme özelliğinin ölçülebilmesi için; Türkçeleştirme ve uyarlama çalışmaları neticesinde Kim ve Son (2009) ve Wan, Lu, Wang, Zhao (2017) çalışmalarında kullanılan "Kişiselleştirme" boyutundaki değişkenler ele alınmıştır. Öneri algoritması özelliğinin ölçülebilmesi için; Tan

ve Hornik (2014) ve Hasan, Jha, Liu (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarından uyarlanarak “Önerilerin Kullanımı” olarak araştırmanın soru formuna uyarlanmıştır. Çakmak, Güneş, Çiftçi ve Üstündağ (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Tasarım” boyutu değişkenleri, uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde “Görsel Tasarım” boyutu kapsamında araştırmanın soru formunda yer almaktadır. Loaber, Reiter, Averbek, Harbarth ve Brand (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Binge Watching Effects Scale” ölçeğinde yer alan “Loss of Control” boyutu uzman görüşmeleri ve gerçekleştirilen pilot grup çalışması neticesinde çalışma kapsamında uyarlanmasıyla “Aşırı ve Seri İzleme” özelliği için ilgili boyut ve değişkenler oluşturulmuştur. Çakmak, Güneş, Çiftçi ve Üstündağ (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada “Erişim Kolaylığı” olarak geçen boyut uzman görüşü ve gerçekleştirilen pilot grup görüşmeleri sonrasında çalışma amacı ve katılımcı algısına daha uygun olması açısından “Erişim Kolaylığı-Kullanılabilirlik” şeklinde uyarlanmıştır. Aynı şekilde literatürde yer alan çalışmada “Kullanım Kolaylığı” olarak geçen boyut uzman görüşü ve pilot grup görüşmeleri sonrasında ilgili bu çalışma amacı ve katılımcı algısına daha uygun olması açısından “Kullanılabilirlik- Kullanım Kolaylığı” şeklinde uyarlanmıştır. Son olarak çalışma kapsamında Lau ve Lee (1999) tarafından literatüre kazandırılan “Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty” çalışmasındaki Brand Competence (Marka Yetkinliği) boyutundaki tüm değişkenler ve Satisfaction with the Brand (Marka Memnuniyeti) boyundaki değişkenler, çalışmanın içeriği ve soru içeriklerine daha uygun olması hedefiyle uzman görüşleri ve pilot grup görüşmeleri neticesinde “Kullanıcı Deneyimi” boyutunda değerlendirilmiştir. Ele alınan değişkenlerin tamamına Netflix ifadesi eklenerek araştırmada kullanılmıştır. Tüm faktörler dil ve anlatım açısından platform kullanıcısı algısı ve çalışma hedefine uygun bir şekilde güncellenmiştir.

Araştırma kapsamında gerekli etik kurul izni Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Etik Kurulu’ndan 27 Şubat 2024 tarihli 2024-9 sayılı karar kapsamında alınmıştır.

Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları

Çalışmalarda yer alan soru grupları arasındaki ilişkilerle ilgili sonuçların anlamlandırarak sadeleştirilmiş halde ortaya konulmasını sağlayan çoklu ifadelerin analizi faktör analizi olarak tanımlanmaktadır (Kurtuluş, 1996). Tablo 1’de dijital yayın platformu Netflix’in kullanıcılarına sunmuş olduğu teknik özellikleri kapsamındaki değişkenler için belirlenen ifadelerin boyutlandırılmasıyla ilgili faktör analizi sonuçları gösterilmektedir. Faktör analizine göre değişkenler beş farklı başlıkta boyutlandırılmıştır.

Tablo 1

Araştırma Değişkenlerinin Faktör Yükleri

Ara Yüz Özellikleri	Faktör Yükü
Netflix izlerim çünkü içeriği durdurma, ileri-geri alma özelliğini kullanırım	0,779
Netflix izlerim çünkü reklamsız izleme özelliği hoşuma gider	0,743
Netflix izlerim çünkü izlemeyi durdurduktan sonra kaldığım yerden devam edebilirim.	0.730
Netflix izlerim çünkü izlenecek içeriklerin listesini özgürce oluşturabilirim	0.638
Netflix izlerim çünkü introyu (jenerik) atla özelliğini kullanırım.	0.634
Netflix izlerim çünkü üyeliğimi istediğim zaman iptal edebilirim.	0.566
Netflix izlerim çünkü indirme özelliğini kullanarak içerikleri çevrimdışı izleyebilirim.	0.374
Kişiselleştirme	Faktör Yükü
Netflix'i ihtiyaçlarımı karşılayacak şekilde uyarlarım.	0.678
Netflix'i istediğim şekilde kullanırım	0.665
Netflix'in sunduğu özellikleri kullanım tarzıma uyacak şekilde seçebilirim.	0.650
Önerilerin Kullanımı	Faktör Yükü
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip yeni içerikler sunduğu için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.862
Netflix'te izleyeceğim içerikleri seçmeme yardımcı olması için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.848
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip benzer içerikleri bulmam konusunda zaman kazandırdığı için çoğunlukla önerilerden yararlanırım	0.826
Netflix'te izleyeceğim içerikleri elememe yardımcı olması için çoğunlukla önerilerden yararlanırım.	0.795
Netflix izleyeceğim içerikler konusunda beni yönlendirip trend ve popüler içerikleri sunduğu için çoğunlukla önerilerden yararlanırım	0.690
Netflix'te izlediğim bir içerik sonrasında önerilen içerikleri çoğunlukla izlerim.	0.625

Görsel Tasarım	Faktör Yüğü
Netflix'te arka plan- metin renk uyumu okumayı kolaylaştırır	0.831
Netflix'teki yazı tipi ve büyüklüğü okumayı kolaylaştırır	0.826
Netflix'te kullanılan yazı tipleri tutarlıdır	0.823
Netflix'teki arka plan renkleri okumayı kolaylaştırır.	0.821
Netflix'te sayfaların ekrandaki yerleşimleri uygundur	0.786
Netflix'te yer alan metinlerin hizalamaları tutarlıdır	0.780
Netflix'te sayfaların yerleşimi tutarlıdır	0.753
Netflix izlerim çünkü interaktif (etkileşimli) içerikleri izleyebilirim.**	0.397
Aşırı- Seri İzleme	Faktör Yüğü
Netflix'te bir bölümü izledikten sonra genellikle planlanmamış başka bir bölüm de izlerim	0.763
Netflix izlemeye bir kez başladığım zaman bölümleri izlemeyi neredeyse bırakamam.	0.702
Netflix'te bir bölümün sonunda diğer bölümü izleme isteği duyarım	0.687
Netflix'te çoğunlukla planladığımdan daha fazla bölüm izlerim	0.616
Erişim Kolaylığı- Kullanılabilirlik	Faktör Yüğü
Netflix farklı tarayıcı ve bağlantılarda aynı şekilde ve sorunsuz çalışır.	0.845
Netflix bağlantıları sorunsuz çalışır	0.831
Netflix farklı ekran çözünürlüklerinde aynı şekilde ve sorunsuz çalışır.	0.716
Netflix uygulaması hızlı yüklenir.	0.616
Kullanım Kolaylığı- Kullanılabilirlik	Faktör Yüğü
Netflix kullanımını öğrenmek çok zaman alır. ^a	0.909
Netflix'i kullanırken teknik desteğe ihtiyaç duyarım. ^a	0.882
Netflix uygulamasını karmaşık bulurum. ^a	0.850
Netflix'te içeriği henüz tamamlanmamış sayfa ve sayfalar vardır. ^a	0.730
Kullanıcı Deneyimi- Marka Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix diğer markalara göre daha etkilidir.	0.845
Netflix diğer markalardan daha iyi performans gösterir.	0.844

Netflix kullanıcı ihtiyaçlarını diğer markalara göre daha iyi karşılar	0.833
Netflix görevini diğer markalara göre daha iyi yerine getirir	0.820
Netflix kendi alanında en iyisidir	0.761
Olumsuz Kullanıcı Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix'i satın alma kararım konusunda kendimi kötü hissediyorum. ^a	0.919
Netflix düşündüğüm kadar iyi sonuç vermedi. ^a	0.777
Diğer markaların çoğu Netflix'ten daha iyidir. ^a	0.552
Olumlu Kullanıcı Deneyimi	Faktör Yüğü
Netflix'i kullanmaktan gerçekten keyif alırım	0.745
Netflix'i kullanmak iyi bir deneyim	0.650
Netflix'i satın alma kararımdan memnunum	0.557

Netflix izlerim çünkü interaktif (etkileşimli) içerikleri izleyebilirim ifadesi çalışmanın ilk aşamasında *Ara Yüz Özellikleri* boyutu değişkeni olarak ele alınırken katılımcı yanıtları ve algısı sonucunda faktör analizi sonuçları neticesinde *Görsel Tasarım* boyutunda yer almıştır. Ayrıca *Kullanım Kolaylığı- Kullanılabilirlik* ve *Olumsuz Kullanıcı Deneyimi* boyutunda yer alan tüm ifadelerin analizi ters kod ile tamamlanmıştır.

Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen demografik veriler ve belirlenen hipotezler kapsamında uygulanan analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %52,7'si erkekler, %47,3'ünü kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %30,1'i 26-34, %21,3'ü 35-43, %20,3'ü 18-25, %14,5'i 44-52, %7,8'i 61 ve üzeri, %5,9'u 53-60 yaşlarındadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımına ilişkin veriler Tablo 15'te sunulmaktadır. Araştırmaya katılan Netflix platformu kullanıcı katılımcıların %39,2'si lisans mezunu, %25,7'si lisansüstü mezunu, 16,4'ü ön lisans/ lisans öğrencisi, 7,4'ü lisans öğrencisi, 6,1'i lise mezunu ve 5,1'i ön lisans mezunu olduğunu ifade etmiştir. Tablo 16'te katılımcıların eğitim seviyelerine ilişkin dağılım sunulmaktadır. Araştırma hipotezleri kapsamında gerçekleştirilen analizler şu şekilde sonuçlanmıştır:

H1: Netflix'in teknik özellikleri kullanılabilirliği pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 2
H1 Sonuçları

		Teknik Özellikler	Kullanılabilirlik
Teknik Özellikler	Spearman's rho	—	
	<u>df</u>	—	
	<u>p-value</u>	—	
Kullanılabilirlik	Spearman's rho	0,109*	—
	<u>df</u>	407	—
	<u>p-value</u>	0,028	—

Note. * $p \leq ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Analiz sonuçlarına göre p değeri 0,028 değerinde bulunmuş ve bu değer $p < ,05$ değerinden küçük olması sonucuyla hipotezin kabul edildiği söylenebilmektedir. İki değişken arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Böylece, Netflix'te kullanıcıya sunulan ara yüz tasarımı, kişiselleştirme, öneri algoritması, görsel tasarım ve aşırı-seri izleme ile temellenen teknik özelliklerin platform kullanılabilirliğini pozitif yönde etkilediği yorumu yapılabilmektedir. Teknik özelliklerin kullanıcıda kabulü ve kullanımı ne kadar artarsa kullanıcı tarafından algılanan platforma ait kullanılabilirlik düzeyinin de artış eğiliminde olabileceği söylenebilmektedir.

H2: Kullanılabilirlik, kullanıcı deneyimini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 3
H2 Sonuçları

		Kullanılabilirlik	Kullanıcı Deneyimi
Kullanılabilirlik	Spearman's rho	—	
	<u>df</u>	—	
	<u>p-value</u>	—	
Kullanıcı Deneyimi	Spearman's rho	0,171***	—
	<u>df</u>	407	—
	<u>p-value</u>	$\leq ,001$	—

Note. * $p \leq ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

Analiz sonucuna göre p değerinin $<,001$ olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü bir etki olduğu söylenebilmektedir. Analizden elde edilene verilere göre, Netflix platformu kullanıcıları için platform kullanımından sağlanan deneyim düzeyi arttıkça, platformun kullanılabilirlik düzeyinin de arttığı ifade edilebilmektedir. Buna göre, platform tarafından ilgili özelliklerin desteklenerek kullanıcı deneyimi performansının iyileştirilmesi ve kullanıcıya daha iyi bir deneyim sağlanabilmesiyle kullanılabilirlik düzeyi algısının da pozitif yönde gelişebileceği düşünülebilmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Dijital yayın platformları, özellikleri ve hitap ettikleri hedef kitlelerin beklentileri doğrultusunda kullanıcı odaklı tasarım ve içeriklerin oluşturulmasına önem vermektedir. Buradan hareketle dijital yayın platformlarının ana hedefinin kullanıcı deneyimini iyileştirerek platform kullanıcısının platformdan aldığı verimi ve kullanım memnuniyetini arttırmak olduğu söylenebilmektedir.

İlgili platformlar için kullanıcı deneyimini sağlamanın yolları arasında platformun kullanılabilirlik düzeyini arttırmak yer almaktadır. Kullanılabilirlik düzeyinin artırılması kullanıcının platformdaki arama bulma deneyiminin iyileştirilmesi, platform ara yüz ve görsel tasarımları ile platformda sunulan yazılım ve algoritma temelli özelliklerin kullanıcı tarafından kolay ve rahat işlem yapılabilir olarak kabul edilmesinden geçmektedir.

Dijital yayın platformu olarak Netflix kullanılabilir düzeyini iyileştirmek ve kullanıcı deneyiminin artırılmasını sağlamak için kullanıcıya yazılım, tasarım ve algoritma temelli çeşitli özellikler sunmaktadır. Araştırma kapsamında bu özellikler Netflix platformu çerçevesinde yapılan içerik analizi sonucunda ara yüz ve görsel tasarımlar, kişiselleştirme ve kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları ile platformda sunulan bir diğer özellik olarak yeni izleme pratiğine dayalı aşırı ve seri izleme pratiği olarak belirlenmiştir. Araştırmanın Verilerin Analizi ve Araştırma Bulguları başlığında da görülebileceği gibi belirtilen ifadelerin Netflix kullanıcılarına yöneltilmesi ile araştırma verileri elde edilmiştir.

Araştırma sonucuna göre Netflix kullanıcısı için Netflix'in; ara yüz ve görsel tasarım, kişiselleştirme ve kişiselleştirilmiş öneri algoritmaları ile aşırı seri izleme özelliği temelinde kullanıcıya sunduğu teknik özelliklerin varlığı ve işlevselliği platform kullanılabilirlik düzeyini etkilemektedir. Netflix'in teknik özellikleri ile platformun kullanılabilirlik düzeyi arasından pozitif yönlü ilişkinin tespiti nedeniyle iki durumun arasında paralel bir artış eğilimi olduğu söylenebilir. Yani, platformda sunulan teknik özelliklerin kullanıcı ihtiyacını karşılaması, bu özellikler sayesinde platformun kullanıcı için daha kolay ve zahmetsiz işlem yapılabilir bir mecra haline dönüşmesinin sağlanması ile kullanıcılar platformu daha fazla kullanılabilir bulabilmektedir. Teknik özelliklerin kullanıcı ihtiyacını en iyi

şekilde karşılması, kullanıcının platform işlemlerini daha kolay hale getirmesi ile özelliklerin kullanıcıdaki kabulü ve kullanımı ne kadar benimsenir ve artarsa platforma ait kullanılabilirlik algısının da aynı ölçüde artacağı ön görülmektedir. Dolayısıyla Netflix platformu örneğinde dijital yayın platformlarının teknik ve algoritma alt yapılarına yapacakları yatırımlarla platformları olabilecek en işlevsel ve zahmetsiz forma kavuşturarak platformlarının kullanılabilirlik düzeyini arttırabilecekleri söylenebilmektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucu Netflix platformunun kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi düzeyi arasında elde edilmiştir. Buna göre Netflix platformunun kullanılabilirliği ve kullanıcı deneyimi arasında pozitif etki bulunmuştur. Yani kullanıcının platformdan elde ettiği deneyimin arttırılması kullanılabilirlik düzeyinin arttırılmasına bağlı görülebilmektedir. Netflix platformunda kullanıcıya sunulan ve deneyim elde edebileceği tüm özelliklerin iyileştirilmesi ve aktif kullanımının sağlanması sayesinde kullanıcı platformu daha işlevsel bulmakta ve bu da platformun kullanılabilir özellikleri taşıdığı algısını oluşturabilmektedir.

Araştırma neticesinde Netflix platformu özelinde platformda sunulan yazılım, tasarım ve algoritma ile temellenen teknik özelliklerin kullanıcıya en kolay ve zahmetsiz tasarımlarla sunulması, platformun kullanımının ve platform dolaşımının kullanıcı tarafından basit bulunması beraberinde platformun kullanılabilir bulunmasının da önünü açabilmektedir. Çeşitli özelliklerin kullanımı ile kullanıcının platform içerisinde en iyi kullanım deneyimini elde edebilmekte ve bu durum sayesinde de platform daha fazla kullanılabilir bulunmaktadır. Dolayısıyla tüm bu özelliklerin birbirini desteklediği, en iyi kullanıcı deneyimini sağlayabilmenin yolunun platform özelliklerinin kullanılabilirlik ilkesi çerçevesinde güncellenerek geliştirilmesine dayandığı söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

Abbott, J., & Minasian, P. (2020). The modern retailer imperative. <https://www.tcs.com/content/dam/tcs/pdf/dss/insights/the-modern-retailer-imperative.pdf> adresinden alındı.

Harvey, C., & Stanton, A. (2013). Usability evaluation for in-vehicle systems. London: CRC Press.

Hasan, R., Jha, A., & Liu, Y. (2018). Excessive use of online video streaming services: Impact of recommender system use, psychological factors, and motives. *Computers in Human Behavior*, 220-228.

Hassenzahl, M. (2008). User experience (UX): Towards an experiential perspective on product quality. 20th International Conference of Association Francophone d'Interaction Homme Machine, 11-15. Metz, France.

International Organization for Standardization. (1998). ISO 9241-11: Ergonomic

requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability. <https://www.iso.org/standard/16883.html> adresinden alındı.

Kılıç Çakmak, E., Güneş, E., Çiftçi, S., & Üstündağ, M. T. (2011). Web sitesi kullanılabilirlik ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik, güvenilirlik analizi ve uygulama sonuçları. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 31-40.

Kim, S., & Son, J. (2009). Out of dedication or constraint? A dual model of post-adoption phenomena and its empirical test in the context of online services. *Management Information Systems Research Center*, 33(1).

Kuniavsky, M. (2010). *Smart things: Ubiquitous computing user experience design*. Amsterdam: Morgan Kaufmann Publisher.

Kurtuluş, K. (1996). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Lau, G., & Lee, S. (1999). Brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 341-370.

Li, N. S. (2013). *Gratifications obtained from television shows on Internet TV and conventional TV*. Iowa: Iowa State University Ames.

Loeber, S., Reiter, T., Averbeck, H., Harbarth, L., & Brand, M. (2020). Binge-watching behaviour: The role of impulsivity and depressive symptoms. *European Addiction Research*, 14-150.

Netflix. (2024). Netflix. <https://www.netflix.com> adresinden alındı.

Nielsen, J. (1993). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Özmen, İ. (2020). *Dijital platformların kullanımlar ve doyumlar bağlamında alınması: Netflix ve Blu TV Örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. Elâzığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.

Sundar, S., & Marathe, S. (2010). Personalization versus customization: The importance of agency, privacy, and power usage. *Human Communication Research*, 298-322.

Tan, A., & Hornik, R. (2014). Measuring exposure to direct-to-consumer advertising: A validation study in the context of cancer-related treatment advertising. *Communication Methods and Measures*, 52-78.

Wan, J., Lu, Y., Wang, B., & Zhao, L. (2017). How attachment influences users' willingness to donate to content creators in social media: A socio-technical systems perspective. *Information & Management*, 837-850.

Weld, D., Anderson, C., Domingos, P., Etzioni, O., Gajos, K., Lau, T., & Wolfman, S. (2003). Automatically personalizing user interfaces. *Proceedings of the International Joint Conference on Artificial Intelligence (IJCAI03)*. Acapulco.

ICD MAKALE HAZIRLAMA KURALLARI

- Makaleler **Türkçe** veya **İngilizce** olarak yazılmalıdır.
- Makale metni **MS-Word** programında yazılmalıdır.
- Metin A4 kâğıda (210 x 297 mm), sayfa kenar boşlukları soldan, sağ-dan, alttan ve üstten 2.5'er cm olacak şekilde, 1.5 satır aralığıyla, **TimesNews Roman** yazı karakterinde ve **12 punto** büyüklükte yazılmalıdır.
- Satırbaşlarında boşluk olmamalıdır.
- Paragraf arası bir satır boşluk bırakılmalıdır.
- Metin iki yandan hizalanmış olmalıdır.
- Eserler içinde kullanılacak kısaltmalar uluslararası kabul gördüğü şekilde olmalıdır.
- Metin içinde sık tekrarlanan ve birçok kelimedden oluşan, makalenin çalışma konusuna özgü isimler için kısaltma yapılabilir. Kısaltılacak isim ilk kullanıldığı yerde açık bir şekilde yazılmalı ve parantez içinde kısaltılmış hali belirtilmelidir. Daha sonraki kullanımlarda sadece kısaltılmış hali kullanılmalıdır. Başlık (title) ve özet (abstract) bölümle-rinde mümkün olduğunca kısaltmalardan kaçınılmalıdır.
- Kesirli sayıların belirtilmesinde ondalık ayırıcı olarak Türkçe metinde virgül, İngilizce metinde ise nokta işareti kullanılmalıdır.
- Yüzde işaretleri yazılırken sayılarla işaret arasında boşluk bırakılmaz. Örnek: %25
- Cümlelere başlarken bir zorunluluk olmadıkça sayısal ifadeler sözcük olarak verilir. Örnek: Kırk beş örnekten 26'sı
- Metnin genel kullanımında parantezden önce boşluk konulmalıdır.
- Üleştirme sayıları rakamla değil yazıyla belirtilir. Örnek: 2'ser değil ikişer
- Birden fazla kelimedden oluşan sayılar ayrı yazılır. Örnek: üç yüz altmışbeş
- Makalede yer alan başlıkların tümü sola yaslanmış olarak koyu harflerle yazılmalıdır. Başlık ve alt başlıklar numaratsız olarak verilmelidir. Mümkün olduğunca kısa olmalıdır. Birinci düzey başlıklarda bütün kelimelerin ilk harfleri büyük yazılmalıdır. İkinci ve üçüncü düzey başlıkların sadece ilk kelimenin baş harfi büyük olmalı; üçüncü düzey başlıklar italik yazılmalıdır. Dördüncü düzey başlık kullanılmamalıdır.
- Metin içinde vurgulanması gereken kısımlar için koyu font (bold) veya çift tırnak (") kullanılmamalı bunun yerine italik (eğik) harfler kullanılmalıdır.
- Latince isimler italik yazılmalıdır.
- Yazılar bir zorunluluk olmadıkça "geçmiş zaman edilgen" kip ile yazılmalıdır.
- Tüm ölçüler SI (Systeme International)'e göre verilmelidir.
- İstatistiksel analizlerde olasılığın büyük harf ve italik yazılması P ile gösterilmesi, P>den sonra boşluk bırakılmış olması gerekir(örneğin P <0,05).
- Sayfa sayısı kaynaklar hariç 5'ten az 12'dan fazla olmamalıdır(Kapsamı geniş

makalelerde yayın kurulunun onayı alındıktan sonra sayfa sayısında artış yapılabilir).

- Metinde kullanılan fotoğraflar, resimler, grafikler, haritalar, şemalar, çizimler vb basım karakterinde yazılamayan bütün görseller şekil adı ile kullanılmalıdır.
- Varsa çizelge ve şekiller kullanım sırasına göre numaralandırılmalı; kısaca açıklayıcı bir başlığa sahip olmalıdır. Çizelge ve şekil başlıkları çizelge ve şeklin üst bölümünde yer almalıdır. Sola yaslanmış olarak önce çizelge ve şekil numarası (düz ve koyu) yazılır. Sonuna nokta konulmamalıdır. Başlıklar, çizelge ve şekil numarasının altına gelecek şekilde ayrı bir satırda yer almalıdır. Başlıklarda ilk kelimenin ilk harfi büyük, diğerleri küçük olacak şekilde sola yaslanmış şekilde italik yazılmalı; koyu harf kullanılmamalıdır. Çizelge ve şekillerin toplam sayısı 10'u geçmemelidir.
- Çizelge içi başlıklar düz ve sadece ilk kelimenin baş harfi büyük olmalıdır. Kullanılan kısaltmalar ve gerekli açıklamalar çizelge ve şekil altında verilmelidir.
- Çizelgelerde punto büyüklüğünde gerektiğinde küçültme yapılabilir ancak 9 puntodan daha küçük olmamalıdır.
- Çizelgelerde dikey çizgiler olmamalı ve mümkün olduğunca en az sayıda yatay çizgi kullanılmalıdır.
- Çizelgeler hazırlanırken aynı ya da benzer veriler birden fazla çizelgede sunulmamalı, 1-2 cümlede özetlenebilecek veriler çizelgeye konulmamalıdır. Mümkün olduğunca bir sayfayı geçmeyecek şekilde tasarlanmalıdır.
- Şeklin içerisinde herhangi bir metnin yer alması durumunda 8 ile 14 punto arasında bir punto büyüklüğünde bir Sans Serif yazı tipinin kullanılması önerilir. Şekilde yer alan verilerin daha anlaşılır olmasını sağlamak için ekstra bilgiler verilmesinin gerekmesi durumunda bu bilgiler şeklin altına eklenmelidir.
- Başka bir kaynaktan alıntı yapılan (yapılan çalışmadan üretilmeyen) çizelge ve şekillerde çizelge ve şekil başlığının sonunda kaynak referans gösterilmeli; kaynakça listesinde yer almalıdır.
- Makalede kullanılan çizelge ve şekillere metin içinde atıf yapılmalıdır. Atıf yapılırken dizgi esnasında oluşabilecek sayfada değişiklikleri ve kaymalar dikkate alınarak “yukarıda/aşağıda” ya da “sayfa X’te yer alan çizelgede/şekilde” gibi ifadeler yerine “Çizelge/Şekil 2’de yer alan verilere göre...” örneğinde olduğu gibi çizelge/şekil numaraları kullanılmalıdır.
- Metin içinde kaynağa gönderme yapmak için dipnot kullanılmamalıdır. Dipnot yerine metin içi atıf yöntemini kullanılmalıdır.
- Cümle sonunda verilen atıflarda nokta, atıf parantezinden sonra konulmalıdır.
- Dergiye gönderilecek makaleler “**Ana Metin**” ve gerektiğinde “**Ek**” kısımlarından oluşmalıdır.

Ana Metin

Bilimsel araştırmaya dayalı özgün nitelikteki araştırma makalelerinde “**Başlık**” “**Öz/Abstract**”, “**Anahtar Kelimeler**”, “**Giriş**”, “**Yöntem**”, “**Bulgular**”, “**Tartışma**”, “**Sonuç**” ve “**Kaynakça**” kısımları mutlaka bulunmalıdır. Gerektiğinde Bulgular ile Tartışma kısımları birleştirilebilir(Bulgular ve Tartışma).

Belirli bir konuyu tanımlamak, ana hatlarıyla özetlemek, alanyazındaki boşlukları vurgulamak gibi amaçlarla yazılan alanla ilgili yeni ve güncel bilgileri içeren derleme makalelerinde “Giriş” bölümünden sonra ana ve alt başlıklar halinde konu detaylandırılır. Derleme makalelerde “Sonuç” bölümü mutlaka yer alır. Derleme makalelerde incelenen kaynaklarınağırlıklı olarak son 5 yıla ait olması gerekir. Derleme çalışmalarında “iyi bir tarama yapılması, tarafsız bir gözle değerlendirilmesi, belirli bir analizve sentez yapılması” gereklidir.

Başlık

Makale konusunu ifade edecek şekilde açık ve anlaşılır olmalı; 14 punto büyüklüğünde yazılmalı; 12 kelimeyi geçmemelidir. Bağlaçlar dışındaki sözcüklerde sadece ilk harfi büyük olmalıdır. Başlığın tamamı koyu harflerle yazılmalıdır.

Öz/Abstract

Türkçe hazırlanmış eserlerde öncelikle Türkçe başlık ve öz; ardındanmakalenin İngilizce başlığı ve özeti (Abstract) yazılmalıdır. İngilizce olarak hazırlanmış eserlerde ise Türkçe başlık ve öz zorunluluğu yoktur. Hazırlanırken göz önünde bulundurulması gereken olgu, okuyucunun özetiokuyarak makalenin içeriği hakkında genel bir fikre sahip olabildesini sağlamaktır. Araştırma makalelerinde öz gerekli detayları içermeli(amaç, gereç ve yöntem, bulgular ve sonuç) ve çalışmayı yansıtmalıdır. Öz/Abstract bölümlerinde kelime sayısı 100’den az olmamalı, 300’ü geçmemeli; kaynak, şekil ve çizelgelere atıf bulunmamalıdır.

Anahtar Kelimeler/Keywords

Türkçe ve İngilizce özetlerin bir satır altına, sayısı 3-5 arasında değişebilen, çalışmayla doğrudan ilgili anahtar kelimeler/keywords yazılmalıdır. Anahtar kelimeler makalenin arama motorlarında kolayca bulunmasına ve hedef kitleye rahatça ulaşmayı sağlaması açısından önemlidir. Makaleninbaşlığında bulunan kelimeler yerine mümkün olduğunca alternatifkelimeler üretilmeli, başlığı tamamlayan kelimelerden oluşturulmalıdır. Başlıktaki kelimelerin eř anlamlıları veya benzerleri de anahtar kelime olarak kullanılabilir. Anahtar kelimeler italik, küçük harfle (ilk anahtar kelimenin ilk harfi büyük) yazılmalı ve aralarına virgül konulmalıdır.

Giriş

Bu bölümde, çalışmanın gerekçesini ve önemini ortaya koyacak şekilde konu ile ilgili yapılmış çalışmalar ve yayınlar irdelenerek ilişkilendirilir. “Giriş” bölü-

mü araştırmakta olduğunuz konuda bir bilgi açığı olduğunu ve makalenizin bu bilgi açığını gidermeye çalışan bir yazı olduğunu göstermelidir. “Giriş” kısmının temel amacı, hazırlanan yayınlara ilgili, araştırmacıya konu veya problem hakkında ön bilgi sunmaktır. Bu n bilgiyi sunarken fazla detaylı ve gereksiz cmlerden kaçınınız. Makalenin “Giriş” kısmının yarım sayfadan az, bir sayfadan fazla olmamasına dikkatedilmelidir. Bölümün sonunda çalışmanın amacı mutlaka yazılmalıdır.

Gereç ve Yöntem

Makale içinde istatistiksel analizler dahil kullanılmış olan yöntem(ler) gerekirse alt başlıklar kullanılarak uygun referanslara atıf yapılarak detaylı bir şekilde verilmelidir. Bilinen, kabul görmüş yöntemler için kısa bir açıklama yaparak kaynak göstermek yeterli olabilir. Etik Kurul izni ve/veya yasal/özel izin alınmasının gerekip gerekmediği makalede belirtilmiş olmalıdır. Eğer bu izinlerin alınması gerekli ise, iznin hangi kurumdan, hangi tarihte ve hangi karar veya sayı numarası ile alındığı açıkça sunulmalıdır.

Bulgular

Araştırma makalelerinde çalışmada elde edilmiş veriler kısa, düzenli ve anlaşılır bir şekilde sunulmalıdır. Çizelge ve şekil verileri metin içinde tekrarlanmamalı, önemli noktalar vurgulanmalıdır.

Tartışma

Çalışmada elde edilen bulgular diğer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırılır, benzerlik ve aykırılıklar yorumlanır, açıklık getirilemeyen noktalar belirtilir. Ancak spekulatif yorumlardan kaçınılmalıdır. Bu bölümde çalışmanın bilime nasıl bir katkıda bulunduğu mutlaka belirtilmeli, çalışmanın zgnkısımları vurgulanmalıdır.

Sonuç

Yapılan araştırma ve inceleme verilerinden yola çıkarak varılan sonuçlar açık ve öz olarak yazılmalı; çalışmanın amacıyla tutarlı olmalı; varsa öneriler belirtilmelidir. Diğer kaynaklara atıf yapılmamalıdır.

Teşekkür

Yazarlar çalışmalarında katkı sağlayan destekçi kurumlara ve/veya şahıslara teşekkür yazılarını bu bölümde belirtebilirler.

Kaynakça

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’nde 2024/NİSAN sayısından itibaren referans sistemi ve kaynakça düzenlenmesinde APA 7stili kullanılmaktadır.

- Kullanılan bütün kaynaklar birinci yazarın soy isminin baş harfine göre alfabetik sıraya göre yazılmalıdır.
- Kaynaklar listesinde yazar isimleri ve yayın yılı koyu harflerle yazılmalıdır.
- Yazar isimlerinin baş harfleri arasında bir boşluk kullanılmalıdır. Örnek:Hafez, A. A.
- Kaynakçada aynı yazarın çok sayıda kaynağı varsa, kaynaklar eskiden yeni tarihe doğru sıralanarak yazılır.
- Yirmi yazara kadarki çalışmalarda tüm yazarlar künyede yer almalıdır. Yirmi bir veya daha fazla yazar söz konusu olduğunda ilk 19 yazarın adı ve ardından son yazarın listelenmesi yeterlidir. Son yazardan önce “...” eklenir.
- Örnek: Smiths, J. D., ... Chrissy, S. (2017).
- Aynı yazara ait aynı tarihli kaynaklarda harf ile sıralama yapılır.Örnekler:
- Lopesi, L. (2018a). Beyond
- Lopesi, L. (2018b). False divides
- Aynı yazarın birden fazla çalışmasının bazılarında farklı yazarlar da varsa, yayın yılı gözetilmeksizin, yazarın tek başına yaptığı yayın önce yazılır. Diğerlerinde ikinci yazarın soyadına göre alfabetik sıralama yapılır. İkinci yazarlar da aynıyasa üçüncü yazarın soyadına göre sıralama yapılır...
- Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski tarihli olsa bile adının ilk harfialfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilir.
- Yazar adında tire varsa, tire olduğu gibi bırakılmalıdır.
- Örneğin: Jean-Baptise Lamour, kaynakçada Lamour, J.-B. (2018).....
- Yazar olarak bir grup/tüzel kişi (dernekler, şirketler, devlet kurumları vb) ifade ediliyorsa bu gruba ilişkin ad bilgisi açık biçimde verilmeli; kısaltmayapılmamalıdır
- Bir makaleye atf yapıyorsa cilt sayısının tarihi, bir kitaba atf yapıyorsa telif hakkı tarihi, bir internet sitesine atf yapıyorsa telif hakkı tarihi veya içeriğin en son güncellendiği tarih kullanılır. Web dokümanlarında (pdf, word vb) oluşturma tarihi veya değiştirme tarihi yazılır. Tarih bilgisine ulaşamıyorsa tarih kısmına parantez içerisinde tarih yok anlamında Türkçe çalışmalarda (t.y.), İngilizce çalışmalarda ise (n.d.) kısaltması yazılmalıdır
- Dergi isimleri kısaltma yapılmadan açıkça yazılmalıdır.
- Sayfa aralıkları için tire değil uzun tire kullanılmalıdır (Microsoft Word’de uzun tire işareti eklemek için Control tuşu ile birlikte sayısal tuş takımında “-“ işaretine basılır). Tire işaretinden önce ve sonra boşluk bırakılmamalıdır. Örnek: 21–27.
- İnternette alınan kaynaklar için (akademik dergi makaleleri ve bir veritabanından alınan kitaplar hariç) bir URL eklenmelidir. URL, mümkün olduğunda doğrudan belirtilen sayfaya bağlanmalıdır. Çevrimiçi olarak okuyucunun kaynağa tıklayabilmesi için bağlantının aktif olması gerekir.
- Çevrimiçi kaynak gösterilmesi durumunda “DOI:” ve “Erişim adresi:” ifadeleri yerine doğrudan http:// ile başlayan link yazılmalıdır.

Kaynaklar aşağıdaki şekilde yazılmalıdır:

a. Kaynak bilimsel bir dergide yayımlanmış makale ise

Yazar(lar)ın soyadları, adlarının ilk harfleri, basım yılı, makale adı, derginin italik olarak yazılmış olan tam adı, cilt, sayı ve başlangıç ile bitişsayfa numaraları yazılmalıdır. Dergi cilt sayısı italik ancak sayı no paranteziçinde düz olmalıdır. Sayı numarasının ardından virgöl konarak sayfa aralığı verilir. İtalik değildir ve bitiminde nokta konur. Bazı yayınlarda çalışma sayfa aralığı yerine makale numarası verilir. Bu durumda sayfa aralığı kısmına makalenin numarası yazılır. En sona varsa DOI veya URLbilgisi verilir. DOI adresi URL şeklinde biçimlendirilmelidir.

Örnekler

Hafez, A. A. (2012). Physico-chemical and sensory properties of cakes supplemented with different concentration of marjoram. *Journal of Applied Sciences*, 6(13), 463–470.

Bordin, K., Kunitake, M. T., Aracava, K. K., Trindade, C. S. F. (2013). Changes in food caused by deep fat frying- A review. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 63, 5–13.

Wan, J., Cao, A., Cai, L. (2019). Effects of vacuum or sous-vide cooking methods on the quality of large mouthbass (*Micropterus salmodies*). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100181. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100181>

Dilkes-Frayne, E., Savic, M., Carter, A., Kakanovic, R., Lubman, D. I. (2019). Going online: The affordances of online counseling for families affected by alcohol and other drug issues. *Qualitative Health Research*, 29(14), 2010–2022. <https://doi.org/10.1177/1049732319838231>

Bostan, K., Ünver Alçay, A., Yalçın, S., Eren Vapur, U., Nizamlıoğlu, M.(2017). Identification and characterization of lactic acid bacteria isolated from traditional cone yoghurt. *Food Science and Biotechnology*, 26(6), 1625–1632. <https://doi.org/10.1007/s10068-017-0222-z>

Prathikanti, S., Rivera, R., Cochran, A., Tungol, J. G., Fayazmanesh, N., Weinmann, E. (2017). Treating major depression with yoga: A prospective, randomized, controlled pilot trial. *PLoS ONE*, 12(3), e0173869. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0173869>

Erbil, S., Tümerdem, Y., Kıyak, M., Hacıoğlu, S. (2001). İstanbul Küçükçekmece ilçesinde fırınların hijyenik yönden değerlendirilmesi. *Türk Hijyen ve Deney-*

sel Biyoloji Dergisi, 58(3), 93–96. https://jag.journalagent.com/turkhijyen/pdfs/THDBD_58_3_93_96.pdf

Cilt numarası yoksa dergi adından sonra sayı aynı şekilde parantez içinde verilir

Örnek:

Stegmeir, M. (2016). Climate change: New discipline practices promotecollege access. *The Journal of College Admission*, (231), 44–47.

b. Kaynak kitap ise

Yazarların soyadları ve adlarının ilk harfi yazılmalıdır. Devamında sırasıyla kitabın basım yılı, kitabın adı (özel isimler dışında sadece ilk harf büyük olacak şekilde ve italik) ve yayınevi veya kuruluş (ilk harfleri büyük) belirtilmelidir. Yalnızca yayıncının adının yazılması yeterli olup ayrıca şehir, eyalet ya da ülke gibi yerleşim yeri bilgisine gerek yoktur.

Örnekler:

Lawless, H. T., Heymann, H. (2010). *Sensory evaluation of food-principles and practice*. Springer.

Jackson, S. L. (2015). *Research methods: A modular approach* (3rd ed.). Cengage.

Moses, J. W., Knutsen, T. L. (2019). *Ways of knowing: Competing methodologies in social and political research* (3rd ed.). Red Globe Press.

Toussaint-Samat, M. (2008). *A history of food*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444305135>

Editörlü bir kitabın kendisi kaynak gösterilirken yazar isminden sonra parantez içinde (Ed.) yazılır.

Timothy, D. J. (Ed.). (2018). *Heritage cuisines: Traditions, identities and tourism*. Routledge

Altuğ, T. (Ed.). (2009). *Gıda katkı maddeleri* (3. baskı). Sidas.

Kaynak, kitaptan bir bölüm ise bölüm yazarlarının isminden sonra sırasıyla bölümün adı, bölümün alındığı kitabın adı, gerekli ise ek bilgiler (cilt numarası, basım sayısı, sayfa aralığı gibi), yayınevi veya kuruluş yazılmalıdır. Başlıktan sonra verilmesi gereken ek bir bilgi parantez içinde yazılır. Başlık ile bu ek bilgi arasında nokta konmaz. Ek bilgi ve kısaltmalar makalenin yazıldığı dilde olmalıdır. Editörlü kitap bölümlerinde ise bölüm isminden sonra editör ismi yazılır. Editör isimleri yazılırken önce ismin baş harfi sonra soy isim yazılır. Editörün soy isminden sonra

parantez içinde “Ed.” kısaltması yazılır (birden fazla editör olması durumunda İngilizce yazılmış makalelerde “Eds.” kısaltması kullanılır). Türkçe hazırlanmış makalelerde kitap adından sonra “içinde”; İngilizce hazırlanmış makalelerde ise kitap adından önce (editörlü kitaplarda editörden önce) “In“ kelimesi yazılır.

Örnekler:

Luck, S. J. (2014). A broad overview of the event-related potential technique. In *An introduction to event related potential technique* (2nd ed., pp.1–34). The MIT Press.

Erol, İ. (2007). Hayvansal gıdalardan kaynaklanan sağlık riskleri. *Gıda hijyeni ve mikrobiyolojisi* (s. 37–47) içinde. Pozitif Matbaacılık.

Li-Chan, E. C. Y., Kim, H. O. (2008). Structure and chemical composition of eggs. In Y. Mine (Ed.), *Egg bioscience and biotechnology* (pp. 1–96). John Wiley and Sons.

Aktay, S. (2015). Teknoloji destekli fen bilimleri öğretimi. Ş. S. Anagün, N. Duban (Ed.), *Fen bilimleri öğretimi içinde* (s. 425–454). Anı Yayıncılık.

Hedberg, C. W. (2019). Epidemiology of foodborne illnesses. In M.P. Doyle, F. Diez-Gonzalez and C. Hill (Eds.), *Food microbiology: Fundamentals and frontiers* (pp. 207–224). ASM Press.

Sharma, R., Mehta, M., Dhawan, A. (2015). Treatment of substance-abusing adolescents. In M. Mehta, R. Sagar (Eds.), *A practical approach to cognitive behaviour therapy for adolescents* (pp. 331–361). Springer. https://doi.org/10.1007/978-81-322-2241-5_16

Çeviri kitaplarda çeviriyi yapanın ismi, makale/kitap başlığından hemen sonra ve parantez içinde verilir. Çevirmenin önce isminin baş harfi, ardından soyadı yazılarak virgül konur ve Türkçe hazırlanmış makalelerde “çev.” İngilizce hazırlanmış makalelerde ise “trans.” yazılır. Çeviri kitaplarda künyenin sonunda parantez içinde biliniyorsa orijinal eserin yayımlanma tarihi ve kaçınıcı baskı (Makalenin yazıldığı dilde) olduğu yazılır. Çeviri kitapta bölüm söz konusu olduğunda sıralama orijinal kitabın bölüm yazarının soyadı, adının baş harfi, yıl, kitap bölümünün adı, editörün adının baş harfi, soyadı (Ed.), çevirenin adının ilk harfi, soyadı (Çev.), kitabın adı (baskı sayısı, sayfa aralığı), yayınevi şeklinde olmalıdır.

Örnekler:

Pichhardt, K. (2004). *Gıda mikrobiyolojisi* (Y. Sekin, N. Karagözlü, Çev.). Literatür Yayıncılık. (Orijinal eserin basım tarihi 1998, 1. baskı).

Ciccarelli, S.K., White, J. N. (2016). Duyum ve algı. D. N. Şahin (Çev. Ed.), A. Kapucu (Çev). Psikoloji: Bir keşif gezintisi içinde (2. baskı, s. 88-129). Nobel Tıp Kitabevi. (Orijinal eserin yayın tarihi 2015, 3. baskı).

E-kitaplar da basılı kitaplarla aynı formatta listelenmelidir. E-kitapları için veri tabanı bilgilerine gerek duyulmamaktadır. Elektronik format ya da cihaz tipinin belirtilmesine gerek yoktur. Yayıncı bilgisi eklenmelidir. Eğer varsa, DOI veya veri tabanı olmayan URL bilgisi dahil edilmelidir. “Erişim adresi:” ifadesi olmadan, doğrudan linki verilmelidir.

Örnekler:

Aron, L., Botella, M., Lubart, T. (2019). Culinary arts: Talent and their development. In R. F. Subotnik, P. Olszewski-Kubilius, F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (pp. 345–359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Fiske, S. T., Gilbert, D. T., Lindzey, G. (2010). *Handbook of social psychology* (5th ed., Vol. 1). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9780470561119>

Lessig, L. (2011). *Republic, lost: How money corrupts – and a plan to stop it*. Twelve. <https://lesterland.lessig.org/pdf/republic-lost.pdf>

c. Kaynak bilimsel toplantıda sunulmuş bir bildiri ise

Bildirilerde yazarların soyadı ve adının baş harfinden sonra sırasıyla toplantının tarihi, bildirinin başlığı (italik), köşeli parantez içinde sunumun çeşidi (sözlü sunum, poster sunum vb.), toplantının adı, toplantı yeri sırayla yazılır. Varsa URL eklenir.

Örnek:

Muştu, Ç., Bostan, K. (2020, 17-19 Eylül). Nevruz geleneğinin Türk mutfağına yansımaları ve Uğut tatlısı [Sözlü sunum]. Uluslararası Aşçı Dede Ateşbaz-ı Veli Sempozyumu, Konya

Bingöl, E. B., Bostan, K., Varlık, C. (2014, October 29-30). Effects of chitosan treatment and antimelanogenesis agents on discoloration of chilled and frozen stored shrimp (*Parapenaeus longirostris*) [Poster presentation]. Food Analysis Congress, Barcelona, Spain.

Mason, I., Missingham, R. (2019, October 21–25). Research libraries, data curation, and workflows [Paper presentation]. eResearch Australasia Conference, Brisbane, QLD, Australia. <https://bit.ly/2v1CjRg>

Craig, S. (2019, April 10–14). The cultural importance of obsidian in the upper Gila area [Poster presentation]. Society for American Archaeology, Albuquerque, NM, United States. <https://www.archaeologysouthwest.org/free-resources/conference-posters/>

Bildiri bir dergide yayımlanmışsa kaynakçada bir makale gibi gösterilir. Bildiri kitabı olarak yayımlanan bildirilerinin formatı ise editörlü kitap bölümleriyle aynıdır.

Duckworth, A. L., Quirk, A., Gallop, R., Hoyle, R. H., Kelly, D. R., Matthews, M. D. (2019). Cognitive and noncognitive predictors of success. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 116(47), 23499–23504. <https://doi.org/10.1073/pnas.1910510116>

Bedenel, A.-L., Jourdan, L., Biernacki, C. (2019). Probability estimation by an adapted genetic algorithm in web insurance. In R. Battiti, M. Brunato, I. Kotsireas and P. Pardalos (Eds.), *Learning and Intelligent Optimization* (pp. 225–240). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05348-2_2

Yılmaz, H., Yalçın, E., Demiral, Y. M. (2017, December 7-9). The effects of music on restaurant customers: A descriptive study. In B. Öztürk, T. Bucak (Eds.), *3rd International Gastronomic Tourism Congress Proceedings Book* (pp. 124–139). İzfaş.

Edge, M. (1996). Lifetime prediction: Fact or fancy? In M. S. Koch, T. Padfield, J. S. Johnsen, U. B. Kejser (Eds.), *Proceedings of the Conference on Research Techniques in Photographic Conservation* (pp. 97-100). Royal Danish Academy of Fine Arts.

Üçok, G., Demir, M. K., Kılınç, M. (2015, 28-30 Nisan). Yulaf kepeği ikamesinin kek özelliklerine etkisi. N, Aktaş, K.E. Gerçekaslan (Ed.), *İç Anadolu Bölgesi 2. Tarım ve Gıda Kongresi Bildiri Kitabı içinde* (s.377). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

d. **Kaynak bir tez ise**

Yayımlanmamış tezler (tezin basılı halinin yazardan veya üniversiteden temin edildiği): Tezi yazan kişinin soyadı ve adının ilk harfi, yılı, tezin başlığı (sadece ilk harf büyük, italik), köşeli parantez içinde tezin türü (yayımlanmadığı belirtilerek), üniversitesi (Kısaltmadan, ilk harfler büyük olacak şekilde) sırasıyla yazılır.

Örnekler:

Saraç, Y. (2015). İstanbul’da satışa sunulan içme sütlerinde antibiyotik kalıntı düzeyleri üzerine bir araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisanstezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Stewart, Y. (2000). Dressing the tarot [Unpublished master's thesis]. Auckland University of Technology.

Lim, A. L. (2020). Spatial cognitive implications of user interfaces in virtual reality and route guidance [Unpublished doctoral dissertation]. Iowa State University.

Bir veri tabanındaki bir tezden alıntı yapıldığında sırasıyla tezi yazan kişinin soyadı ve adının ilk harfi, yılı, tezin başlığı (sadece ilk harf büyük, italik), yayın no (parantez içinde), tezin türü ve üniversite (köşeli parantez içinde), veri tabanı adı yazılır. URL veya DOI dahil edilmez.

Ford, L. (2015). The use of experiential acceptance in psychotherapy with emerging adults (Publication No. 3731118) [Doctoral dissertation, Pepperdine University]. ProQuest Dissertations and Theses Global.

Kian Pour, N. (2019). Elmanın kuruma kinetiğinin incelenmesi (Tez no. 563809) [Doktora tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Bir üniversite arşivinde (genellikle PDF biçiminde) veya kişisel bir web sitesinde yayımlanan bir tez veya tezden alıntı yapmak için format farklıdır. Yayın numarası dahil edilmez. Yayımlandığı yer veya arşiv adı, erişim adresi (URL) eklenir

Behrens, B. (2020). Linguistic markers of maternal focus within emotional conversations: The role of depressive symptoms and maltreatment [Master's thesis, University of Notre Dame]. CurateND. <https://curate.nd.edu/show/9k41zc80w8w>

Miller, T. (2019). Enhancing readiness: An exploration of the New Zealand Qualified Firefighter Programme [Master's thesis, Auckland University of Technology]. Tuwhera. <https://openrepository.aut.ac.nz/handle/10292/12338>

Azizoğlu, R. O. (2011). Kültürün örgütsel iletişim üzerine etkisi: İki farklı ülkede faaliyet gösteren iki işletme arasında karşılaştırmalı bir araştırma [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi]. Ankara Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi. <http://hdl.handle.net/20.500.12575/29956>

Zambrano-Vazquez, L. (2016). The interaction of state and trait worry on response monitoring in those with worry and obsessive-compulsive symptoms [Doctoral dissertation, University of Arizona]. UA Campus Repository. <https://repository.arizona.edu/handle/10150/620615>

e. **Kaynak bir web sitesi ise**

Yazarların soyadları ve adının ilk harfi (Yazar adı yoksa web sitesinin veyakaynağın adı) yazılır. Daha sonra sırasıyla yılı, çalışmanın adı (italik), internet (web) sitesinin adı, erişim adresi (URL) belirtilir. Pdf, Word gibi web dokümanlarında da aynı sıra izlenir. Yazar ve web sitesi aynı olduğuzaman web sitesinin adı yazılmaz.

Örnekler:

Monaghan, E. (2019, December 10). 5 reasons modern slavery at sea is still possible in 2019. Greenpeace. <https://www.greenpeace.org/new-zealand/story/5-reasons-modern-slavery-at-sea-is-still-possible-in-2019/>

Sparks, D. (2019, November 21). Women's wellness: Lifestyle strategies ease some bladder control problems. Mayo Clinic. <https://newsnetwork.mayoclinic.org/discussion/womens-wellness-lifestyle-strategies-ease-some-bladder-control-problems/>

National Institute of Mental Health. (2023, April). Anxiety disorders. <https://www.nimh.nih.gov/health/topics/anxiety-disorders/index.shtml>

World Health Organization. (2020, July 29). Brucellosis. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/brucellosis>

Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü. (2017). Ramazan ayında sağlıklıbeslenme önerileri. T.C. Sağlık Bakanlığı. <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenmehareket-haberler/ramazan-ayinda-saglikli-beslenme-onerileri.html>

New Zealand Medicines and Medical Devices Safety Authority. (2014, May 28). Important changes to the definition of medicines and medical devices effective 1 July 2014. Ministry of Health. <https://www.medsafe.govt.nz/Medicines/policy-statements/definition-of-med.asp>

Sayfanın içeriğinin zaman içinde değişme olasılığı bulunan ve sık güncelleme yapılan web sayfaları söz konusu olduğunda alıntı tarihi aşağıdaki formata göre eklenmelidir.

<https://.....> (URL) adresinden..... tarihinde alınmıştır” ifadesi eklenir

(Retrieved, from <https://.....>).

Türk Psikologlar Derneği (2019, 26 Kasım). Mesleki mevzuat. <https://www.psikolog.org.tr/tr/kurumsal/meslekimevzuat-x654/> adresinden 2

Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

World Health Organization. (2020). Coronavirus. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 adresinden 2 Eylül 2020 tarihinde alınmıştır.

U.S. Census Bureau. (n.d.). U.S. and world population clock. U.S. Department of Commerce. Retrieved January 9, 2020, from <https://www.census.gov/popclock/>

Fagan, J. (2019, March 25). Nursing clinical brain. OER Commons. Retrieved January 7, 2020, from <https://www.oercommons.org/authoring/53029-nursing-clinical-brain/view>

Yazarı (kişi veya kurum) olmayan kaynaklarda yazar kısmına makalenin başlığı yazılır.

Whales likely impacted by Great Pacific garbage patch. (2019, April 10). The Ocean Cleanup. <https://www.theoceancleanup.com/updates/whales-likely-impacted-by-great-pacific-garbage-patch/>

Web sayfasında bir tarih belirtilmemişse tarihsiz olarak kabul edilir.

Scribbr. (n.d.). Academic proofreading & editing service. <https://www.scribbr.com/proofreading-editing/>

f. Kaynak gazete, dergi (magazin) vb yayımlanan bir makale ise

Yazar (soy ismi ve isminin baş harfi), yılı ve ayı (parantez içinde), makalebaşlığı (sadece ilk harf büyük), gazetenin/derginin ismi (italik), varsa cilt numarası (italik), sayfa numarası (başına “s.” gibi ekler getirilmeden). Çevrim içi haber makalelerinden kaynak gösterirken derginin isminden sonra bağlantı linki verilmelidir. Yazar belli değilse yazar yerine makale başlığı yazılır.

Örnekler:

Harlan, C. (2013, 2 Nisan). North Korea vows to restart shuttered nuclearreactor that can make bomb grade plutonium. The Washington Post, A1, A4.

McIlroy, T. (2021, March 24). Medical device research gets big funding jab. The Australian Financial Review, 8.

Krystal, B. (2023, 9 Mart). A soda bread with currants and caraway pairs with tea and savory foods. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/food/2023/03/08/irish-soda-bread-recipe-american/>

Johanson, S. (2019, November 13). World’s most sustainable shopping centre takes roots. The Sydney Morning Herald. <https://www.smh.com.au/business/companies/world-s-most-sustainable-shopping-centre-takes-root-in-the-suburbs-20191112-p539rf.html>

Bilger, B. (2019, 25 Kasım). Can babies learn to love vegetables? The New Yorker. <https://www.newyorker.com/magazine/2019/11/25/can-babies-learn-to-love-vegetables>

Eaquad, S. (2019, October/September). Generation rent revisited. Metro, (425), 64–77.

Henry, W. A. (1990, 9 Nisan). Making the grade in today's schools. Time, 135, 28–31.

Stobbe, M. (2020, January 8). Cancer death rate in U.S. sees largest one-year drop ever. Chicago Tribune.

Mogelson, L. (2021, January 25). The storm. The New Yorker, 5–12. Free exchange: Regression to the memes. (2021, February 27). The Economist, 438(9234), 69.

f. Diğer

Resmi Gazete'de yayımlanan kanun, yönetmelik vb. resmi belgeler: Başlık, tarih (Yıl, gün, ay), Resmi Gazete (Sayı: xxx) ve internet adresi sırasıyla yazılır

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, 20 Nisan). Resmi Gazete (Sayı: 29690). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Makale içinde alıntı yapılan şekil ve çizelgelerin alındığı kaynağın referanslistesine yazılmasında kitap formatı kullanılır. Yazarın soyadı, adının ilk harfi, yıl, şekil veya çizelgenin başlığı, tipi (köşeli parantez içinde; şekil veya çizelge), kaynağın adı, yayımcı sıralamasıyla yazılır.

Kaplan, R. S., Norton, D. P. (2004). Internal processes deliver value over different time horizons [Figure]. In Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes (p. 48). Harvard Business School.

Metin İçerisinde Gönderme (Atıf) Yapılması

Alıntı yapılan her çalışma kaynakçada yer almalı ve kaynakçadaki her çalışmaya metinde (veya bir çizelge, şekil veya ekte) gönderme (atıf) yapılmış olmalıdır.

Metin içi alıntı; parantezle alıntı veya anlatsal alıntı olmak üzere iki farklı şekilde yapılabilir. Parantez içindeki alıntılarda yazar adı ve yayım tarihi parantez içinde yer alır. Örnek: ...bildirilmiştir (Barham, 2018). Anlatsal alıntılarda yazar adı cümlenin bir parçası olarak metne dahil edilir ve yıl parantez içinde yazılır.

Örnek:

Barham (2018) tarafından ...
Barham'a (2018) göre

Çok nadir olarak yazar soyadı ve tarih bilgisinin ikisi de parantezsiz ve metnin bir parçası şeklinde kullanılabilir. Örnek: Konuyla ilgili olarak Soysal'ın 2008 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışma örnek gösterilebilir.

Metin içinde genel bir referans söz konusuysa ve metnin bütününe gönderme yapılıyorsa (yazarın soyadı, yıl) yazmak yeterlidir. Bir kaynağın belirli bir bölümüne, sayfasına ya da bu kaynaktaki belli bir şekil, çizelgeye da denkleme gönderme yapılacaksa söz konusu sayfanın numarası (takip eden sayfalarda tire işareti, farklı sayfalar için virgül işareti ile) göndermede belirtilir.

Örnekler:

... dir (Soysal, 2018, s. 42).
....dir (Soysal, 2018, s. 42–48).
..... (Soysal, 2018, s. 42,44).
Soysal (2018) tarafından.....miştir (s .42).

E-kitaplar vb. bazen sayfa numaralarını içermediğinden metin içinde atıf yaparken satır numarası yerine paragraf numarası kullanılabilir.

Örnek:

.....dır (Burns, 2018, para. 15).

Metin içinde iki yazarlı bir kaynak belirtiliyorsa her seferinde iki yazarın soyadı da belirtilir. Türkçe metinlerde yazar soyadları arasında 've' kullanılır. İngilizce metinlerde ise parantezle alıntılmalarda iki yazarlı yazar isimleri arasında "&", anlatsal alıntılarda ise "and" bulunur.

Örnek:

Vollrath ve Torgersen (2022)
.....(Vollrath ve Torgersen, 2022).Vollrath and Torgersen (2022)
..... (Vollrath & Torgersen, 2022).

Üç veya daha fazla yazarı olan bir kaynak için, ilk alıntıdan itibaren tüm kaynak gösterimlerinde ilk yazarın soyadını ve "ve diğerleri" anlamına gelen "vd." (İngilizce metinlerde "et al.") kısaltmasının eklenmesi gerekmektedir.

Örnek:

Soysal vd. (2018) tarafından...;
.... dır (Sosyal vd., 2018).

Soyadları aynı olan iki yazar söz konusu olduğunda soy isimden önce isimlerinin baş harfi eklenir. Anlatsal alıntılarda yazarın adı da yazılır.

Örnek:

.... (A. Smith, 2020).

..... (B. Smith, 2019).

Alexandra Smith (2020) tarafından....Brian Smith (2019) tarafından.....

Soyadları ve adlarının ilk harfleri aynı olan farklı iki yazar söz konusu isegönderme yazarların ad ve soyadlarına yapılmalıdır.

Örnek: (Gözde Soysal, 1996), ...(Güleda Soysal, 2010). Bu durumda yazarların adları kaynakçada köşeli parantez içerisinde verilmelidir. Örnek: Soysal, G. [Gözde]. (1996).; Soysal, G. [Güleda]. (2010).)

Aynı yazara ait farklı çalışmalar aynı parantezde verilecekse, geçmişten güncel yıl sırası takip edilir ve yazar soyadı göndermenin en başına bir kez yazılır.

Örnek: (Soysal, 2000, 2004).

Aynı yazar(lar)ın aynı yıl yayınları söz konusu ise her biri “a” harfinden başlayarak küçük harflerle işaretlenmelidir. Örnekler: (Barham, 2009a; Barham, 2009b).

Eğer bir paragraf içerisinde belli bir çalışmaya atıf yapılmış ve aynı paragraf içerisinde tekrar bu çalışmadan bahsetmek gerekiyorsa yazar soyadını vermek yeterlidir, tarih bilgisini eklemeye gerek yoktur. Ancak yazar adı bilgisinin de yıl bilgisinin de parantez içinde olduğu atıflar için bu kural geçerli değildir.

Birden çok kaynağa atıf yapılması durumunda (parantez içinde) önce alfabetik sonra kronolojik sıralama yapılmalı, aralarına noktalı virgül konulmalıdır. Örnekler: ...bildirilmiştir (Barham, 2005; Barham, 2006; Brownell ve Horgen, 2009; Doyle vd., 2015; Nielsen ve Engberg, 2006).

Telefonla, yüz yüze ya da başka biçimlerde yapılan kişisel görüşmelere dayalı bilgiler, metin içinde gösterilir, ancak kaynakçaya yazılmazlar.

Örneğin:

Aslı Baysal,söyledi (kişisel görüşme, 22 Mayıs 2021).

Aslı Baysal (kişisel görüşme, 22 Mayıs 2021).....
söyledi.

..... dır (Aslı Baysal, kişisel görüşme, 22 Mayıs 2021).

Mümkünse, ikincil bir kaynaktan alıntı yapmak yerine birinci kaynak (orijinal) bulunup okunmalı ve doğrudan alıntı yapılmalıdır. İkincil kaynaklar ancak orijinal (birincil) kaynağın baskıdan kaldırıldığı, bilinen kaynaklardan erişilemediği ve orijinal dilinin Türkçe ya da İngilizce olmadığı gibi istisnai durumlarda kullanılabilir. İkincil kaynak, kaynak listesinde bütün künye bilgileri ile yer alır, birincil kaynak almaz. İkincil kaynak “aktaran” (İngilizce metinlerde “as cited in”) şeklinde belirtilir. Birincil kaynağın yılı bilinmiyorsa, metin içi alıntıdan çıkarılmalıdır.

Örnekler:

.....dır (Goffman, 1962, aktaran Ress, 2019).

Goffman’ın 1962 yılında yapılan çalışmasında (aktaran Ress, 2019)

.....

Allport’un günlüğü (aktaran Nicholson, 2020)

Seidenberg and McClelland’s study, conducted in 1990 (as cited in Coltheart, 2022), shows that ...

... as some studies show (Seidenberg & McClelland, 1990, as cited in Coltheart, 2022).

Graeber (2019, as cited in Churcher & Talbot, 2020, p. 31) argued that the employee is ‘obliged to pretend that this is not the case’ as part of their ‘conditions of employment’

Yazar olarak bir grup/tüzel kişi (dernekler, şirketler, devlet kurumları ve diğer çalışma grupları gibi) ifade ediliyorsa bu gruba ilişkin ad bilgisi metin içindeki göndermede her defasında kısaltma yapılmadan açık biçimde verilmelidir. Eğer grup adı uzunsa, kısaltma herkesçe anlaşılır oluyorsa veya ada yönelik zaten bilinen bir kısaltma var ise ilk kullanımda hem açık hali hem kısaltma hali kullanılıp, sonraki kullanımlarda ise sadece kısaltmak kullanılabilir. İsim kısa ise veya kısaltmanın anlaşılması zor görünüyorsa, bu adı her geçtiğinde kısaltmadan yazılmalıdır.

Örnek:

Gönderme cümleinin sonunda yapılıyorsa;

İlk gönderme:dır (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2023).

İkinci ve sonraki göndermeler:

.....dır (TÜBİTAK, 2023)

First time: (Australian Institute of Health and Welfare [AIHW], 2009) Subsequent citations: (AIHW, 2009)

Gönderme cümle içerisinde (anlatısal) yapılıyorsa;

İlk gönderme: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK,

2023) tarafından.....

İkinci ve sonraki göndermeler: TÜBİTAK (2023) tarafından

Genel olarak bir web sitesinden bahsediliyorsa, referans listesinde yer verilmez; metinde ilgili yere Web Sitesinin adı ve parantez içinde erişim adresi (URL) yazılır.

Örnek: Bu anket SurveyMonkey (<https://www.surveymonkey.com>) kullanılarak oluşturuldu.

Yazarı olmayan veya yazarı bilinmeyen kaynaklar metin içinde alıntılanırken tırnak içinde kaynağın başlığı (mümkün olduğunca kısaltarak) yazılmalıdır.

Örnek:

.... (“Whales likely”, 2019).

“Whales likely” (2019)

Tarih bilgisine ulaşılamayan kaynaklar için tarih kısmına Türkçe çalışmalarda (t.y.), İngilizce çalışmalarda ise (n.d.) kısaltması yazılmalıdır

Örnek:

..... (Scribbr, t.y.) veya Scribbr (t.y.)

..... (Scribbr, n.d.) veya Scribbr (n.d.)

Yorumlama (Paraphrasing) başka birinin fikirlerini kendi kelimelerimizi kullanarak tekrar ifade etmektir. Bir veya birden fazla kaynaktaki bilgiyi sentezleme, özetleme veya karşılaştırma yapılabileceğinde, etkili bir yöntemdir. Bu nedenle, doğrudan alıntı yapmak yerine genelde yorumlamak kullanılır. Yorumlama yapılırken alıntı yapılan kaynak parantez içinde veya anlatsal olarak verilebilir. Doğrudan alıntılama (Quoting) başka bir kaynaktan veya daha önceki çalışmalarımızdan bir bölümü aynen almaktır. Genelde metin içine daha iyi entegre edilmesi için yorumlama önerilir, fakat tanım veya akılda kalıcı cümleler gibi aynı kelimelerin kullanılması gereken durumlarda kullanılabilir. Doğrudan alıntılama yapılırken tırnak içine alınır ve metin içi alıntılama sayfa numarası da belirtilir. Eğer alıntılanan bölüm 40 kelimeyi geçerse blok alıntı olarak yazılmalıdır. Blok alıntıda çift tırnak kullanılmamalı, bir tab (1,27 cm) ek bir girintiyle alıntı verilmelidir.

Örnek

Çünkü, “Hücre duvarında lignin miktarı çok fazla olduğundan bu tip hücrelerde etken maddeler zor ekstrakte olur” (Yılmaz vd., 2022, s. 327).

Kalaycı (2022) tarafından konu ile ilgili bildirilen görüş aşağıdaki gibidir: Fenolik bileşikler, bitkisel besinlerde bulunan ikincil metabolitlerdir. Genellikle serbest

radikallerden, reaktif oksijen türlerinden ve prooksidanlardan türetilen oksidatif stresle mücadele ederek, onları oksidasyondan korumak için antioksidan görevi görmektedirler. Diyetimizdeki doğal fenolik bileşiklerin antioksidan özellikleri, insan sağlığını geliştirmedeki çok yönlü işlevleriyle bağlantılıdır. Tahıl ve bakliyat ürünleri, insan diyetine en büyük kalori ve protein kaynağını sağlayan ilk iki bitkisel besindir. İnsanlar ve hayvanlar üzerinde yapılan son müdahale araştırmaları, tahıl ve bakliyat mahsullerinin biyolojik olarak aktif, ancak nispeten düşük miktarlarda fenolik bileşikleri içerdiğini ve fenolik bileşiklerin kronik hastalık riskinin azalmasıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. (s. 2)

Yayın yılı tam olarak bilinmeyen klasik eserler için yayım yılı kısmında çev. kısaltması ile birlikte çeviri yılı ya da sür. kısaltması ile birlikte kullanılan sürümün (versiyonun) yılı verilir. Klasik eserin orijinal tarihi biliniyorsa o da gönderme içinde kullanılır (Aristotle, çev. 1931) (Balzac, 1836, çev. 1941).

