



Communicata

Formerly: Journal of Atatürk Communication
Official Journal of Atatürk University Faculty of Communication

Issue 29 • March 2025

EISSN 2822-3713

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/communicata>

Communicata

EDITOR IN CHIEF / BAŞ EDITÖR

Ülhak ÇİMEN 

Department of Radio, Cinema and Television,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

FIELD EDITOR / ALAN EDITÖRLERİ

Gülhanım KARAOĞLU 

Department of Journalism,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

Sait Sinan ATILGAN 

Department of Public Relations and Publicity,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

Taşkın ERDOĞAN 

Department of Radio, Cinema and Television,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

STATISTICS EDITOR / İSTATİSTİK EDITÖRÜ

Kamber KAŞALI 

Department of Basic Medical Sciences Biostatistics and
Medical Informatics, Atatürk University, Faculty of
Medicine, Erzurum, Türkiye

SECRETARIES / SEKRETERLER

Emirhan GÖL

Department of Public Relations and Publicity,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

Fatima Sümeyye PALAZ

Department of Radio, Cinema and Television,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

Muhammet Burak KAYGUSUZ

Department of Journalism,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

LAYOUT EDITOR / DİZGİ EDITÖRÜ

Alper ÇOLAK 

Department of Journalism,
Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum,
Türkiye

FOREIGN LANGUAGE EDITOR / YABANCI DİL EDITÖRÜ

Emine YARIM 

Atatürk University, School of Foreign Languages, Erzurum,
Türkiye



Contact (Editor) / İletişim (Editör)

Ülhak ÇİMEN

Department of Radio, Cinema and Television, Atatürk
University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

✉ ulhak.cimen@atauni.edu.tr

🌐 <https://dergipark.org.tr/en/pub/communicata>

Contact (Publisher) / İletişim (Yayıncı)

Atatürk University

Atatürk University, Erzurum, Turkey

Atatürk Üniversitesi Rektörlüğü 25240 Erzurum, Türkiye

✉ ataunijournals@atauni.edu.tr

🌐 <https://bilimseldergiler.atauni.edu.tr>

☎ +90 442 231 15 16

Communicata

EDITORIAL BOARD / YAYIN KURULU

Adem YILMAZ

Department of Radio, Cinema and Television, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

Ahmet TAYLAN

Department of Information and Information Technologies, Mersin University, Faculty of Communication, Mersin, Türkiye

Başak AĞIN

Department of English Language and Literature, TED University, Faculty of Communication, Ankara, Türkiye

Besim YILDIRIM

Department of Journalism, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

Fahira Fejzić-čengić

Department of Media and Communication, Sarajevo University, Faculty of Political Sciences, Sarajevo, Bosnia and Hercegovina.

Glenn MUSCHERT

Department of Sociology of Communication, Khalifa University, Faculty of Sociology, Abu Dhabi, United Arab Emirates

Laze TRIPKOV

Department of Communication, International Balkan University, Faculty of Art and Design, Skopje, North Macedonia

Naci İSPİR

Department of Radio, Cinema and Television, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

Mustafa AKDAĞ

Department of Public Relations and Publicity, Erciyes University, Faculty of Communication, Kayseri, Türkiye

Ömer ALANKA

Department of Journalism, Hatay Mustafa Kemal University, Faculty of Communication, Hatay, Türkiye

Ömer ÖZER

Department of General Journalism, Anadolu University, Faculty of Communication Sciences, Eskişehir, Türkiye

Raci TAŞÇIOĞLU

Department of Public Relations and Publicity, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

Ruggero EUGENI

Department of Communication and Performing Arts, Università Cattolica del Sacro Cuore, Faculty of Arts and Philosophy, Milan, Italy

Seçkin ÖZMEN

Department of Department of Radio, Television and Cinema, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye

Sevimece KARADOĞAN DORUK

Department of Interpersonal Communication Department of Public Relations and Publicity University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye

Suat GEZGİN

Department of Journalism, Yeditepe University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye

Yavuz BAYRAM

Department of Journalism, Trabzon University, Faculty of Communication, Trabzon, Türkiye

Yusuf DEVİRAN

Department of Visual Communication Design, İstanbul Commerce University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye

Yusuf YURDİGÜL

Department of Radio, Cinema and Television, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Türkiye

Zakir AVŞAR

Department of Radio, Cinema and Television, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, Ankara, Türkiye

Zümre Gizem YILMAZ

Department of English Language and Literature, Ankara Social Sciences University, Department of English Language and Literature, Ankara, Türkiye.

Communicata

ABOUT THE COMMUNICATA

Communicata is a peer-reviewed, open access, online-only journal published by Atatürk University. It is a biannual journal that is published in English and Turkish in March and September.

Journal History

As of 2022, the journal has changed its title to Communicata.

Current Title (2022-...)

Communicata

EISSN: 2822-3713

Previous Title (2011-2021)

Atatürk İletişim Dergisi/Journal of Atatürk Communication

ISSN: 2146-1538

Abstracting and Indexing

Communicata is covered in the following abstracting and indexing databases;

- CNKI
- DOAJ
- EBSCO
- ERIH PLUS
- GALE CENGAGE

Aims, Scope, and Audience

Communicata aims to contribute to the literature by publishing manuscripts at the highest scientific level in communication. The journal accepts and publishes original articles, reviews, and book reviews that adhere to ethical guidelines. It covers a broad range of topics including, but not limited to, radio, television, cinema, journalism, public relations, advertising, new media, and more.

The target audience of the journal comprises researchers and specialists who have an interest in or are actively engaged in various aspects of communication across different disciplines.

You can find the current version of the Instructions to Authors at <https://dergipark.org.tr/en/pub/communicata>

Editor: Ülhak ÇİMEN

Address: Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, Turkey

E-mail: ulhacimen@atauni.edu.tr

Publisher: Atatürk University

Address: Atatürk University, Yakutiye, Erzurum, Turkey

E-mail: ataunijournals@atauni.edu.tr

Communicata

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

RESEARCH ARTICLES

- Western'e Japonya'dan Bir Bakış: Sukiya Western Django** 1
A View to the Western from Japan: Sukiya Western Django
Volkan ÇELİK
- Siyasal İletişim Aracı Olarak Yeni Medya ve Siyasal Katılımdaki Rolü** 12
New Media as a Political Communication Tool and Its Role in Political Participation
Oğuz Han ÖZTAY
- Türkiye'de Enformasyon Obezitesi ile Mücadele Politikalarına Yönelik Uzman Görüşleri** 25
Bağlamında Bir Değerlendirme
An Evaluation in the Context of Expert Opinions on Policies to Combat Information Obesity in Turkey
Ayşegül BABAOĞLU
- Filistin Sineması Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmalar: Sistematiik Bir Literatür Taraması** 37
A Systematic Literature Review of Academic Studies on Palestinian Cinema
Murat ŞAHİN
- Türkiye'de Dijital Platformlarda Yayınlanan İnteraktif Yapımların İncelenmesi** 48
An Examination of Interactive Productions Broadcasted on Digital Platforms in Türkiye
Türkan ÜNLÜ- Onur AKYOL
- Dil, Söylem ve İdeoloji Perspektifinde 'Yoksul' Filminin Eleştirisi** 60
Criticism of the Film Yoksul "The Poor" from the Perspective of Language, Discourse and Ideology
Yusuf DEVRAN- Burak DUMAN
- Çevrimiçi Kamusal Alanda Bireysel Kimliğin Akıbeti: Warcraft Oyunu Ekseninde Etnografik Bir İnceleme** 71
The Status of Individual Identity in Online Public Space: A Ethnographic Analysis in the Case of the Warcraft Game
Onur GEDİK
- Dijital Oyunlarda Yapay Zeka Kullanımı ve 'F.E.A.R' Oyunu Örneğinde Güncel Yönelimler** 87
Use of Artificial Intelligence in Digital Games and Current Trends in The Example of The 'F.E.A.R' Game
Petek SANCAKLI- Ümit SARI

Western'e Japonya'dan Bir Bakış: Sukiyakini Western Django

A View to the Western from Japan: Sukiyakini Western Django

Volkan ÇELİK¹ 

Sivas Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Uzaktan
Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, Sivas,
Türkiye



ÖZ

Hollywood endüstrisi, klasik anlatı ve tür sineması gibi kalıplaşmış anlatı yöntemleri ile hem kendi üretim standardını oluşturmuş hem de dünya sinemasını etkilemiştir. Bu etkinin çarpıcı örneklerinden birisini ise aslında yerel bir anlatı olan Western filmleri oluşturur. Vahşi Batı ve kovboy miti üzerine kurulan bu tür, ABD sınırlarını aşarak tüm dünyada yeniden ve yeniden üretilmiştir. Özellikle İtalyan sineması, Spagetti Western olarak anılan filmleri ile ön plana çıkmıştır. Ancak İngiltere'den Fransa'ya, İspanya'dan Avustralya'ya ve Türkiye'ye kadar başka birçok ülkede de Western örnekleri görülmektedir. Bu makale ise Japon sinemasından verilen bir Western örneğini inceleme konusu yapmıştır; *Sukiyakini Western Django* (2007). Aslında bu film, bir "Western üzerine Western üzerine Western" olarak da adlandırılabilir çünkü Hollywood Western kodları ile üretilmiş *Django* (1966) adlı Spagetti Western filminin bir yeniden üretimidir. *Sukiyakini Western Django* (2007), hem *Django* (1966) ile karşılaştırmalı bir şekilde değerlendirilerek hem de Hollywood Western anlatı öğeleri (tema, karakter ve ikonografi gibi) ile incelenerek bir film eleştirisine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak makaleye konu olan filmin hem bir yorumlayarak uyarlama film örneği hem de Western anlatısına uyan ancak Japonya'dan gelen bir örnek olarak da kendi kültürünü türe adapte eden bir film olduğu ortaya koyulmuştur. Yönetmen Takashi Miike, türün kodlarını başarılı bir şekilde kullanıp uyarlama yaptığı orijinal filmin iskeletine sadık kalırken kendi tarih ve kültüründen beslenerek de özgün bir Western filmi, bir Sukiyakini Western filmi yaratmıştır.

Anahtar Kelimeler: Western, Spagetti Western, Sukiyakini Western, Tür Sineması, Uyarlama, Django.

ABSTRACT

The Hollywood industry has both established its own production standards and influenced the world cinema with its stereotypical narrative methods such as classical narrative and genre cinema. One of the striking examples of this influence is Western films, which are actually a local narrative. Based on the myth of the Wild West and cowboys, this genre has been reproduced and reproduced all over the world beyond the borders of the USA. Especially Italian cinema came to the spotlight with its films known as Spaghetti Westerns. However, examples of Westerns can also be seen in many other countries from England to France, Spain to Australia and Turkey. This article analyzes an example of a Western from Japanese cinema; *Sukiyakini Western Django* (2007). In fact, this movie can be called a "Western upon Western upon Western" because it is a reproduction of the Spaghetti Western *Django* (1966), which was produced with Hollywood Western codes. *Sukiyakini Western Django* (2007) has been subjected to a film criticism by both comparing it with *Django* (1966) and analyzing it with Hollywood Western narrative elements (such as theme, character and iconography). As a result, it has been revealed that the film that is the subject of the article is both an example of a film that is adapted by interpretation and a film that fits the Western narrative but adapts its own culture to the genre as an example from Japan.

Geliş Tarihi/Received 08.07.2024
İlk Revizyon/First Revision 09.07.2024
Son Revizyon/Last Revision 09.08.2024
Kabul Tarihi/Accepted 12.08.2024
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Volkan ÇELİK

E-mail: celikvolkan58@gmail.com

Cite this article: Çelik, V. (2025) A View

to the Western from Japan: Sukiyakini
Western Django. *Communicata*, 29, 1-11



Content of this journal is licensed under a Creative
Commons Attribution-Noncommercial 4.0
International License.

Director Takashi Miike, while successfully using the codes of the genre and remaining faithful to the structure of the original film he adapted, has also created an original Western film, a Sukiyaiki Western film, by feeding on his own history and culture.

Keywords: Western, Spaghetti Western, Sukiyaiki Western, Genre Cinema, Adaptation, Django.

Giriş

Western, klasik bir söylemle, neredeyse sinemanın kendisi ile yaşıttır. İlk Western filmi olarak kabul edilen *The Great Train Robbery/Büyük Tren Soygunu*, 1903 gibi erken bir tarihte, film teknolojisinin öykü anlatma gücünün keşfinin çok başlarında çekilmiştir. Western, sinema tarihindeki öykülü filmler ile yaşıt bir türdür (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 160). 1900'lerin başında doğan ve 1910'lar ile birlikte popülerliği giderek artan bu tür, temelini yerliler ile yerleşimcilerin çatışmalarından, Batı'ya göçten ve Amerikan coğrafyasının gerçekliğinden alır ancak bu gerçekliği ve çatışma unsurlarını sadece yansıtmaz; onları yorumlar ve bir mit haline dönüştürür. Yerleşimciler için bir köken inşası sağlar (Bordwell & Thompson, 2012, s. 337). Western'i Amerikan mitolojisi olarak konumlandırmak veya yorumlamak yanlış olmayacaktır.

Western'in ilk dönem temaları ağırlıklı olarak doğa (yerliler) ile medeniyet (yerleşimciler) arasındaki çatışma üzerine kuruludur. Batı'ya hücum günlerinde her türden insan, bu "vahşi" geniş arazilere gelerek yerliler ile yüzleşip çatışmışlardır. Western, bu temel çatışmanın zıtlıkları üzerine inşa edilmiştir. Bir yanda tabanca, diğer yanda ok ve yay; bir yanda atlar, diğer yanda tren yolu. Verilen ikili karşıtlıkları daha fazla arttırmak mümkündür. Bu karşıtlıklar ortamında ise ilk dönem Western kovboyu ön plana çıkar; o hem yabancı ve doğaya aittir hem de medeniyetin bir parçası ve Vahşi Batı'daki taşıyıcısıdır. Özellikle ilk dönem Western filmleri, Avrupa kökenli beyaz yerleşimcilerin Batı'ya ilerleyişini meşrulaştırma çabası içerisindedir. Bu sebeple, yerliler (Kızılderililer) ve Hispanik kökenliler (Meksikalılar) ile alakalı çok fazla basmakalıp fikirler üretilmesini sağlamışlardır; yerliler vahşidir veya Meksikalılar tembeldir gibi (Bordwell & Thompson, 2012, s. 338).

Western'in ortaya koyduğu bu basmakalıp karakterler ve kendini sürekli tekrar eden çatışmalar zamanla türe özgü dilin ve üretim kodlarının önemli motiflerini oluştururlar. Kızılderililer tarafından saldırıya uğrayan konvoylar, haydutların posta arabası soymaları, kovboyların kasaba meydanında düello yapmaları, kasaba şeriflerinin yıldız şeklinde rozet takmaları vs. birçok unsur, sonrasında İtalyan sineması başta olmak üzere birçok ülke sinemasında tekrar tekrar kullanılmışlardır (Bordwell & Thompson, 2012, s. 338). Özellikle 1960'lardan itibaren farklı ülke sinemaları

klasik Western kodları ile İtalyan yönetmen Sergio Leone'nin *The Good, the Bad and the Ugly/İyi, Kötü ve Çirkin* (1966) adlı filminde olduğu gibi üretim yapıp türe farklı bir bakış getirirken; Hollywood ise geçmişe farklı yaklaşımlar sergilemiştir. Medeni/modern beyaz yerleşimcilerin aslında o kadar da medeni olmayan yönlerine odaklanan filmler üretilmiştir. Yaşanan ırkçılık ve üretilen "vahşi" yerli algısı üzerine yeni baştan düşünölmeye çalışılmıştır (Bordwell & Thompson, 2012, s. 338).

Amerikan tarihini ve kültürünü temel alan bir tür olarak ortaya çıkan ancak zamanla dünya sineması içerisinde de farklı farklı yorumlar ile gelişen Western'i üç dönem ya da kısım halinde değerlendirmek mümkündür; II. Dünya Savaşı'na kadar gelen dönem, II. Dünya Savaşı sonrası dönem (Soğuk Savaş yılları) ve Western üzerine Western filmleri. İlk kısım ya da dönem *The Big Trail* (1930) veya *Stagecoach/Cehennemden Dönüş* (1939) gibi film örnekleri ile ön plana çıkmaktadır. Her iki filmde de John Wayne tarafından canlandırılan kovboy tipi; güçlü, özgüvenli, intikamcı, iyi silah kullanan, doğa ile medeniyet arasındaki beyaz erkektir. Bu dönem filmleri, Batı'ya göç, yerleşme, yerliler ile mücadele ve altın arayışı gibi temalar ile kökeni oluşturur. Savaş sonrası dönemde ise *High Noon/Kahraman Şerif* (1952) ve *Rio Bravo/Kahramanlar Şehri* (1959) gibi ana karakterin artık eskisi kadar mükemmel olmadığı, yaşlanıp yardıma muhtaç olduğu, yalnızlaştığı, geniş ovalarda at koşturmak yerine küçük kasaba mekanlarına sıkıştığı, onurlu düelloların yerini ihanetlere ve pusu kurmalara bıraktığı filmler artış göstermiştir. *Seven Samurai/Yedi Samuray* (1954) uyarlaması konumundaki 1960 yapımı *The Magnificent Seven/Yedi Silahşörler* de bu dönemin özelliklerini taşıyan bir filmidir. Western üzerine Western dönemi, başta "Spagetti Western" olarak anılan İtalyan Western filmleri olmak üzere dünya genelinde yapılan kovboy filmlerini kapsar. Bu filmler, türün biçimsel ve içeriksel tüm özelliklerini karşılasalar dahi ABD tarihinin filmlere katmış olduğu arka plandan yoksundurlar.

Çalışmanın örnek filmi olarak seçilen *Sukiyaiki Western Django/Düello* (2007) tam olarak bir Western üzerine Western üzerine Western'dir. Western kodları ile üretilen bir "Spagetti Western" filminin, *Django/Cango'nun İntikamı* (1966) adlı filmin Japon uyarlamasıdır. Bu bağlamda; yönetmenliğini Takashi Miike'nin yaptığı, Japon Westerni konumundaki film, tür kapsamında, türün tema, çatışma,

ikonografi gibi kodları içerisinde değerlendirilmeye tabi tutulacaktır. Bu amaçla; öncelikle tür filmi nedir sorusu cevaplanıp ardından da Western'in daha ayrıntılı bir tanımı sunulacaktır. Teorik ve tarihi bilgilerin verilmesinin ardından ise *Sukiyaki Western Django* (2007) ile *Django* (1966) filmleri karşılıklı olarak değerlendirilip uyarıların orijinali ile benzerliği, türe uygunluğu ve özgün yorumlanışı unsurları üzerinden film tür kapsamında eleştirileceklerdir.

Tür Film Nedir?

Sinema, bir sanat olduğu kadar da ticari ve popüler bir tüketim ürünüdür. Tür filmi ise düzenli tekrar eden belli kodlar ve temalar üzerine inşa edilen ticari filmleri tanımlamak ve gruplandırmak için kullanılan bir ifadedir. Özellikle Hollywood gibi endüstri sinemaları, ilk dönemlerden itibaren binlerce kişilik (günümüzde milyonlarca ve hatta milyarlarca) seyirci gruplarına ulaşabilecekleri bir bant üretim yolunu tercih etmiş ve seyircinin talep ettiği, izlediği filmleri tekrar tekrar üretmişlerdir. Bunun ilk başarılı örneğini ise bir Fransız film yapım şirketi olan Pathe Frères gerçekleştirmiş ve I. Dünya Savaşı sonuna kadar da piyasaya hâkim olmuştur. Ancak savaş sonrasında yerini hızla Hollywood'a bırakmak zorunda kalmıştır (Abisel, 2016, ss.17-18).

Fransızca kökenli "genre" kelimesinden gelen tür kavramı, belirli ortak özellikler taşıyan/gösteren şeylerin aynı grup içerisinde toplanmasını ifade etmektedir. Ancak bu sınıflamanın sinema özelinde uygulanması oldukça zorlu ve de yorum farklarına açık bir durumdur. Özellikle seri üretim içerisindeki kurmaca film havuzunda tüm filmlerin incelenmesinin imkanının olmayışı, bu durumu daha da zorlaştırmıştır. Ancak zamanla, belirli örnekler üzerinden yapılacak bir değerlendirme ve varılacak sonucun sonraki tüm filmlere uygulanması düşüncesi gelişmiştir. Yine de tam anlamıyla kesin sınırlar çizmek mümkün değildir çünkü kültürel ve dönemsel farklılıklar, türün sınırlarının belirsizleşmesine sebep olmaktadır (Abisel, 2016, s. 27-28).

Warren Buckland, tür filmlerini Hollywood'un endüstri sinemasının seri üretimi olarak tanımlar. Tür filminde yaratıcı yönetmen değil, film ekibinin (set ekibi ve oyuncular) kolektif çalışması ön plandadır. Yaratıcı yönetmenin filmi tek ve biriktir ancak tür filmi, çeşitli ortaklıklar üzerinden bir gruplama gerçekleştirir (2018, s. 132-133). Her ne kadar Buckland, yaratıcı yönetmenin filmini biriciklik; tür filmini ise genellemeler üzerinden değerlendirmiş olsa bile Abisel'in belirttiği sınırların belirsizliği meselesini de farklı bir açıdan kabul eder. Herhangi bir filmin tür ya da yönetmen üzerinden değerlendirilmesinin yapılması mümkündür (2018, s. 133). Alfred Hitchcock gibi birçok yönetmen de tür

filmleri içerisinde biricikliği olan eserler üretmişlerdir.

Bilimsel bir alanda, örneğin zooloji alanında, bir hayvanın hangi türe ait olduğu oldukça net veriler ile ifade edilebilmektedir; vücut yapısı, beslenme alışkanlıkları, üreme şekli, gen haritası vs. birçok veri ile bu gruplandırma değişmez bir şekilde yapılmaktadır. Ancak sinema alanında aynı şey mümkün değildir. Film türlerinin belirlenmesinde, yönetmenlerin, yapımcıların, eleştirmenlerin ve seyircilerin çeşitli yorumları ve değerlendirmeleri ortak bir bakış açısı geliştirmektedir. Ancak tür filmlerinin sınırları net değildir ve her yeni üretilen film ile birlikte değişime uğrar (Bordwell & Thompson, 2012, s. 328).

Günümüzde ise tür filmleri arasındaki sınırlar giderek daha belirsiz hale gelmişlerdir. Yine de bir ya da birkaç filmi bir türe dahil etmek için sahip oldukları ortak temalar göz önünde bulundurulabilir. Örneğin; bilimkurgu filmlerinde şimdiki zamandan daha üstün bir teknoloji bulunması ve kullanılması, genelleme yapılabilecek bir temadır. Kullanılan tema dışında; filmlerin hissettirdiği korku ve güldürme gibi duygular da türün belirlenmesinde başvurulacak verilerdir. Ancak bir film hem hissettirdiği duygu hem de başvurduğu tema yönünden farklı türlere dahil olabilmektedir. Üstelik türlerin kendi içlerinde de alt-türleri bulunmaktadır. Komedi türü, kendi içinde kaba komedi, parodi ve romantik komedi gibi alt-türlere bölünmektedir. Ancak tür filmlerinin inkâr edilemez sınırları da mevcuttur; örneğin, müzikal filmlerde şarkı söylenir. Tür ile ilgili bir diğer mesele ise yıllar içinde değişen algıdır. Seyirci tercihleri, yıllar içinde hangi filmlerin türe dahil olacağı sorusunu sordurur. Örneğin *Büyük Tren Soygunu* (1903), seyirciye silah çekme sahnesinin etkisiyle, o dönem seyircisi için bir korku filmi örneğidir ancak günümüzde Western türünün başlangıç filmi olarak kabul görür. Bir başka durum ise film üretiminde farklı tür özelliklerinin birleştirilmesidir. Bir film aynı anda hem Western hem de gerilim filmi olabilir. Örneğin; *Kahraman Şerif* (1952), bir Western'dir ama gerilim filmi içerisinde de yer alabilecek bir hikâye sarmalına sahiptir. Bir diğer örnek olarak Hitchcock'un *Psycho/Sapık* (1960) filmi gösterilebilir. Film hem korku-gerilim hem de dedektiflik hikayesi olarak değerlendirilmek mümkündür (Bordwell & Thompson, 2012, s. 328-329).

Tür filmi kavramı, endüstri sineması ile doğmuştur ve temel olarak filmleri sınırlar içerisinde değerlendirip seyircinin hangi filmleri izlemeyi tercih ettiğini ortaya koymaya çalışmıştır. O dönem hangi tür popüler ve tercih edilen ise yapım şirketleri de o türe uyan senaryoların filme çekilmesini sağlamışlardır. Tür kavramı, seyirci açısından da filmi tanımlamanın kolay bir yoludur. Filmin türü Western ise çatışmaların, ölümlerin filmde yer alacağı kesindir; komedi

ise güldürmeyi vaat etmektedir, korku filmleri de elbette korkma duygusunu. Seyirci, bu sınırlamalar dahilinde izleyeceği filmi tercih eder. Tür kavramının sınırlar çizmeye çabalaması, birçok eleştirmen tarafından olumsuz karşılanan ve tür filmlerinin eleştirilmesini sağlayan bir sebeptir. Elbette tür kodları içinde, geniş çaplı üretimde ortaya çıkan vasat ve kötü filmler vardır. Ancak *The Godfather/Baba*, *Star Wars/Yıldız Savaşları* veya *Psycho/Sapık* gibi sinema tarihi açısından çok önemli birçok film, tür filmi içerisinde yer almaktadırlar. Tür kavramı, temalar ve de hitap ettiği duygular üzerinden, seyircinin izleyeceği filmi tercih etmesini ve de yapımcıların da bu doğrultuda film üretmesini kolaylaştırmaktadır (Bordwell & Thompson, 2012, s. 329).

Tür Olarak Western

Western, temalarını, çatışmalarını, görsel arka planını, ikonografisini² ve karakterlerini Amerikan coğrafyası ile tarihinden alan Hollywood çıkışlı bir sinema türüdür. Bu türün temelini/temalarını Amerika'ya göç eden yerleşimciler ile adanın yerli halkı arasındaki çatışmalar ki bunlar yerleşimcilerin gözünden bir bakışla sunulur, İç Savaş yılları, Batı'ya göç, demiryolu inşası, sığır sürüleri, posta arabaları ve de elbette kovboyar oluşturmaktadır.

Avrupa kıtasındaki yoksulluğundan, giderek kapitalistleşen dünyadaki çaresizliğinden kurtulmak umuduyla Yeni Dünya'ya göç eden kolonyalistler, türün ilk ayağını oluşturmaktadırlar. Onlar, yeni bir kıtada, yeni bir fırsat için yolculuğu göze almış olanlardır. Bireyselliğin yükselişinin öncüleridirler (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 147). İlk öncüler gelip de Batı'ya yolculuğu tamamladıktan ve keşfedilecek tüm topraklar sahiplenildikten sonra ortaya çıkan bu yeni ülkenin önemli bir kırılma noktası da İç Savaş'tır. En genel tanımıyla pamuk tarlalarında siyahileri köle olarak çalıştıran Güneyliler ve köleliği kaldıran Kuzeyliler arasındaki savaştır bu ve elbette kazanan tarafın (Kuzeylilerin) gözüyle filmlere konu olan bir diğer temeldir (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 150-151). Türün temelinde yatan bir diğer unsur ise elbette yerliler, bir diğer şekilde de Kızılderililerdir. İlk kolonyalistler ile yerliler arasında bir sorun olmamıştır ve birlikte yaşanılabilirliğinin örnekleri sunulmuştur. Ancak zamanla din üzerinden bir çatışma başlamıştır. Yerlilerin kültürü ve inanışları, beyaz Avrupalı yerleşimcilerin inançlarını temelden sarsan bir yapıdadır. Onlar, Hristiyanlık hakkında bir şey bilmeyen paganlardır. Böylece hem kıtayı fethetmek hem de dini yerliler arasında

yaymak için çatışmalar başlamıştır (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 151-152). Elbette türün temelindeki en başat unsur kovboyardır. Kovboyar, Western türünün/mitolojisinin kahramanlarıdır. Onlar, doğa ile medeniyet arasındaki bireyler olarak Batı'ya yolculuğa ve medeniyetin bakir topraklara taşınmasına öncülük ederler. Filmlerin güçlü beyaz erkek figürleridir onlar (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 158-159).

İlk dönem Western filmleri, adeta yerleşimcilerin Batı'yı ele geçirme destanlarıdır. Bu destanların baş kahramanları da kovboyardır. *Büyük Tren Soygunu* (1903), ilk Western filmi olarak kabul edilir ancak ilk kovboy daha sonrasında kendine bir isim yapacaktır. Gilbert M. Anderson tarafından yaratılan ve sonrasında da tekrar tekrar farklı yönetmenlerce filme uyarlanan "Broncho Billy", kovboy mitinin ilk güçlü örneğidir (Atayman ve Çetinkaya, 2016, s. 161). Sessiz dönemde çıkışını yapan Broncho Billy'nin ardından, 1930'ların sesli filme geçiş sürecinin sancıları ve Amerika'nın yaşadığı 1929 Büyük Buhranı sebebiyle göçün yönünün taşrandan kente dönmüş olmasıyla Western gerilemiş olsa dahi (Atayman-Çetinkaya, 2016, s. 164), *The Big Trail* (1930) ve *Stagecoach* (1939) gibi filmlerde John Wayne'nin canlandığı intikamcı kovboy tipi giderek güç kazanır. Güçlü, adil, özgüvenli, öncü ve iyi silah kullanan beyaz adamdır bu karakterler veyahut tipler.

1930'ların sonlarından itibaren, özellikle *Stagecoach* (1939)'un etkisiyle, Western türü tekrar hız kazanmış ve John Ford, Raoul Walsh, Fritz Lang, King Vidor gibi yönetmenlerin çektikleri filmler ile Western üzerinden mitolojileştirilen Amerikan tarihi tekrar tekrar üretilip pekiştirilmiştir. 1940'ların başında, artık bir Western filminin neler içermesi, nasıl çekilmesi gerektiği *Stagecoach* örneği ile birlikte netleşmiştir; miti destekleyen ve bireysel kahramanı yücelten hikâyeler önem kazanmıştır (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 167). Western filmleri, beyaz erkeği yüceltirken, onları mutluluğun peşine de düşürmektedir. Ancak Batı'da aranan tek mutluluk ekonomik değildir. Beyaz erkek, erotik bir mutluluğun da peşindedir ama kadın ile erkek nüfusları arasındaki aşırı orantısızlık, bu mutluluğa engel olmaktadır. Batı'da, Batı'ya yolculukta, kadınlar çok nadirdir ve bu sebeple kutsallaştırılırlar. Kahraman kovboyar, kadının şövalyesi olmaya soyunurlar; onu koruyup kollamaya çalışırlar. Tıpkı yine *Stagecoach* örneğinde Ringo Kid adlı ana karakter ile posta arabasında tanıştığı Dallas adlı kadın arasında gelişen ilişki gibi (Atayman

² İkona: Bir kişi, düşünce, akım veya herhangi bir şeyi tek başına simgeleyen ve anlatan şekil veya resim. (İkona, Türk Dil Kurumu Sözlükleri; <https://sozluk.gov.tr/>, 09/12/2020-13:41)

İkonografi: İkonların tanıtılması ve açıklanması. (İkonografi, Türk Dil Kurumu Sözlükleri; <https://sozluk.gov.tr/>, 09/12/2020-13:42)

& Çetinkaya, 2016, s. 171).

1940’larda mitolojisini iyice güçlendiren Western, 1950’lerde ise olgun bir tür halini almış, kurallarını oturtmuş ve kendi özgün dilini bulmuştur. Ancak bu yıllar, Soğuk Savaş dönemidir ve hem liberal (sol) hem de muhafazakâr (sağ) görüşlü sinemacılar Hollywood içerisinde film çekmektedirler. Sovyetler Birliği ve komünizm tehdit olarak görüldüğü için bir “cadı avı” başlatılır bu yıllarda; liberal görüşlü birçok isim sektörden uzaklaştırılır ve hatta bazılarının ABD’ye girişi dahi yasaklanır; Charles Chaplin, bu durumun en dikkat çeken mağdurlarından birisidir (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 181). Bu cadı avı ortamı elbette Western’i de etkiler ve filmsel yansımalar kendini gösterir; en dikkat çeken örneklerden birisi *High Noon/Kahraman Şerif* (1952) filmidir. *Stagecoach*’un Ringo Kid’i gibi kahraman kovboy yoktur bu filmde. Ana karakter yaşlı bir şerif, adaletin bekçisidir ama yalnız bir bekçi. Göz göre göre gelecek olan bir şiddet ile yüzleşmek üzeredir; kasaba halkı ise adeta üç maymun oynar ve şerifi kaderi ile baş başa bırakır (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 183). Filmin kahraman şerifi Kane, adeta dönemin mağdur sinemacılarının filmdeki bir izdüşümü gibidir. Önündeki korkunç gerçek (haydutlar) ile tek başına mücadele edecek kadar güçlü değildir artık ama toplumdan yardım alma umudu da yoktur. Tek başına hayatta kalmak ve adalet/düzene sahip çıkmak zorundadır (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 184). Bir diğer taraftan; Western filmlerinde kadın, kahramanın koruyacağı bir kutsal haline getirilmiştir ilk dönemden itibaren ancak yine de tür içerisinde güçlü kadınlara da rastlamak mümkündür. Bu kadınlar, çoğunlukla ya bir çiftlik ya da salon sahibi olarak konumlandırılırlar (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 192). Western mitolojisi, yerleşimcinin tarihinin haklılaştırılması süreci ve de aracıdır ancak 50’li yıllarda, *Apache/Asi Cengâver* (1954) gibi örnek filmler ile birlikte yerlilerin karşılaştıkları zorbalık, özgürlüklerinin kısıtlanması ve kendi topraklarında yabancı oluşları da mesele edilmeye başlanır (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 197). Yine bu dönem içerisinde başta Anthony Mann olmak üzere yönetmenler, filmlerini topluma yabancılaşmış, ideal beyaz kovboy algısından uzaklaşmış karakterler ile doldurmaktadırlar (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 199).

1960’lı ve 70’li yıllarda Western, Hollywood’da eski gücünü yitirmiş ve son çırpınışlarını sergilemektedir. Bu çırpınışlar içerisinde kimi yapımcılar hala Western’in popülerliğini sürdürdüğü inancı ile hareket etmiş; kimisi, Western mitolojisinin ve Amerikan kültürünün geçmiş ve gelenek bağlarına güvenmiş; kimisi yaşanan değişimi ve yitirilen popüleriteyi görmezden gelmiş; kimisi ise Western’i politik bir mesaj aracı olarak kullanmak istemiştir (Atayman &

Çetinkaya, 2016, s. 201). 1960’ların sonu ve 70’lerin başı, geç Western dönemidir. Bu dönem filmlerinde, hem yüceltilen kahraman beyaz kovboy sorgulanır hem de Batı’nın kendisi. Bu filmlerde artık, 30’lu ve 40’lı yıllar filmlerinde sunulan bakir topraklar ve zenginlik yoktur. Her yer keşfedilmiş ve de sahiplenilmiştir. Bu ülkede kovboya yer kalmamıştır artık (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 204). Geç dönem Western filmleri, yıkık dökük bir Batı ve de dürüstlüğü yitirmiş kovboy tasvirleri sunarlar. Öncülere vaat edilen topraklar değildir artık bunlar ve kovboy da düşmanıya bile dürüstçe kasaba meydanında çarpışan kahramanlar değildir; gerektiğinde düşmanını sırtından vurmaya bile göze alırlar (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 207).

Geç dönem Amerikan Western filmleri, ahlak, tarih ve politika gibi temalar etrafında şekillenip de eğlence yönünden eksik kalmaya başladıklarında türün imdadına Avrupa sinemaları yetişir. İngilizler, oyuncular ve set ekibi Amerikalı olan Western filmleri çekerler ama bunlar Amerikan yapımlarından çok farklı olmaz. Ardından, sessiz sinema yıllarında da Western filmi yapmış Fransız sineması dikkat çeker ama asıl etkiyi İtalyan filmleri gösterecektir (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 224). İtalyan Western filmleri, türün üretim kodlarını başarılı bir şekilde kullanır ve Amerikan yapımlarında eksilen eğlendiricilik yönünü de güçlendirirler ancak motivasyonu belirli olmayan kahramanlar ve şiddeti yücelten bir akış ön plana çıkar bu filmlerde; çoğunlukla asıl motivasyonları para olarak şekillenir Spagetti Western kovboylarının. Onlar ne Batı’yı keşfeden öncülerdir ne de Amerikan mitosunun arda kalan hayaletleri. Eli silahlı kopyalardır Spagetti Western kovboyları sadece. Ancak yine de Amerikan ve dünya sinemasını etkileyip Django ve Sartana gibi karakterleri de Western külliyyatına kazandırmıştır Spagetti Western (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 225). Django, hem Amerikan sinemasında *Django Unchained* (2012) hem de Japon sinemasında *Sukiyaki Western Django* (2007) ile tekrar üretilen, yorumlanan bir karaktere dönüşmüştür. Spagetti Western olarak anılan İtalyan Western filmlerinin en dikkat çeken yönetmeni ise çektiği şiddet yüklü filmler (örneğin; *Once Upon a Time in the West/Bir Zamanlar Batı’da* (1968)) ve yarattığı toplum dışı karakterler ile Sergio Leone’dır. Yönetmenin filmleri, 68 kuşağının genç izleyicileri arasında da oldukça popüler olmuş ve toplum dışı karakterleri, bu asi genç gruba da hitap etmiştir (Atayman & Çetinkaya, 2016, s. 231).

Son olarak, türün ikonografik öğelerinden de bahsederek Western’in tanımını sonlandırmak gerekmektedir. Bir filmi Western türü içine dahil eden görseller/semboller/öğeler olarak; çöl, nehir veya dağlar gibi Vahşi Batı coğrafyasına ait öğeler, doğal (dağ ya da çöl veya nehir) yahut siyasi (Meksika

sınırı) sınırları geçmek, başta tabancalar olmak üzere silahlar, iki kovboy arasında gerçekleşen düello sahneleri, barlar, genelevler, salon kadınları (fahişeler), tren ve demiryolu inşası, at arabaları (posta arabaları), yerli ve yerleşimci kıyafetleri (tüylü başlıklar, şapkalar, bandanalar, yelekler, çizmeler vs.), cenaze levazımatçıları, yıldız şeklinde rozet takan şerifler, binicilik aksesuarları (kement, eyer vs.), idam için kurulan darağacı ve büyük sığır sürüleri sayılabilir. Elbette her filmde bu öğelerin tamamına rastlamak güçtür ama tür sınıflandırılmasında, sayılan bu öğelerden birkaçını barındıran bir filmin Western içinde yer aldığını söylemek olası ve güçlü bir yorumdur (Abisel, 2016, s. 128-133).

Western'e Japonya'dan Bir Bakış: Sukiyaki Western Django

Sukiyaki Western Django/Düello, yönetmen Takashi Miike tarafından 2007 yılında çekilen Western türündeki bir Japon filmidir ve Spagetti Western filmi olan *Django/Cango'nun İntikamı* (1966) adlı filmde uyarlanmıştır.

Filmin yönetmeni olan Takashi Miike, özellikle şiddet içerikli filmleri ile Japon sinemasında ön plana çıkmaktadır. 1960 yılında doğan yönetmen, ismini daha çok *Odishon/Audition* (1999) adlı korku-gerilim türündeki film ile duyurmuştur. Buna karşın çocuklar için anime film ve müzikal yönetmenliği çalışmaları da bulunmaktadır (Karasoy, 2016, s. 151).

Filmin Konusu

Film, iki farklı haydut çetesi tarafından işgal edilen bir kasabadaki olayları anlatmaktadır. Ülkenin kuzeyinde (Hokkaido'da³) yer aldığı varsayılabilir bir kasabada (filmin sonundaki kar yağışı ve kasaba yakınında yaşayan ve muhtemelen bir Ainu⁴ olan yerli adamın varlığı bunu desteklemektedir) hazine olduğu dedikodusu sebebiyle birçok altın avcısı bu kasabaya hücum eder. Buldukları her yeri kazarlar, insanları da huzursuz ederler ama asıl tehlike, Kızıllar olarak anılan Heike (Taira) çetesinin/klanının kasabaya gelmesi ile başlar. Kasabayı işgal eden çete, altın

arayıcılarını kovup şerifi de kendi tarafına çeker. Sonrasında ise kasaba halkına işkence edip öldürerek altının yerini öğrenmeye çabalarlar. Ancak altının peşinde olan sadece onlar değildir. Beyazlar olarak bilinen Genji (Minamoto) çetesi/klanı da kasabaya gelir ve yerleşir. Niyetleri ise Kızıllar altını bulduktan sonra ellerinden almaktır. Böylece bu iki grup arasında kalan kasaba halkı ya kaçır ya da öldürülür ve kasaba hayalet bir kent halini alır. Ancak iki çete arasında kasabada kurulan denge, yabancı bir kovboyun gelişi ile bozulur. Kovboy da tıpkı çeteler gibi altının peşindedir ve kendisine en iyi fiyatı verene katılmayı teklif eder. Silah kullanmadaki yeteneğini de sergiledikten sonra her iki tarafın da ilgisini çekmeyi başarır (Miike, 2007).

Kasabada çeteler dışında bir avuç insan kalmıştır. Bunlar, Heike için çalışan şerif, yaşlı bir kadın olan Ruriko, Genji çetesi ile çete liderinin metresi olarak kalan Ruriko'nun gelini Shizuka, Shizuka'nın oğlu Heihachi ve birkaç diğer kasabalıdır. Gunman (silahlı soyguncu) olarak anılan kovboy, herhangi bir çete ile anlaşmadan Ruriko araya girer ve onu kendi evine götürüp çay ikram ederken kasabanın durumunu açıklar. Torunu Heihachi'den de bahseder. Çocuğun babasını Heike öldürmüş, annesi ise Genji tarafından alınmış ve çocuk da bu olaylardan sonra konuşmayı bırakmıştır. Çocukluğunda kendi ailesini de kaybetmiş olan Gunman, küçük Heihachi ile özdeşlik kurar ve kasabayı çetelerden kurtarmak için harekete geçer. Gunman'ın artık farklı bir motivasyonu vardır; intikam almak. Para motivasyonu ile altın bulmak için geldiği kasabada intikamcı bir figür haline gelir. Bu amaçla Genji salonuna gider ve anlaşmaya karşılık Shizuka'yı ister. Ancak çete lideri Minamoto no Yoshitsune'nin⁵ adamlarından birisi olan Yoichi, Shizuka'yı kendisi için istediğinden olay çıkarır; Gunman ile kavga eder ancak kaybeder. Kavgayı kazanan kişi Gunman olduğu için Yoshitsune, Shizuka'yı ona verir ve kadın geceyi Gunman ile geçirir. Bu sırada Genji çetesi, yeni ve güçlü bir silah getirerek kasabadaki hakimiyetlerini kesinleştirmeye karar vermişlerdir. Shizuka, bu bilgiyi Gunman ile paylaştı, Gunman de bilgiyi yine Shizuka

³ Hokkaido: Japonya'nın dört büyük kara parçasından birisi ve en kuzeyde olanıdır. Soğuk bir iklimi vardır ve az nüfusu bulunur (Meyer, 2019, s. 2). Hokkaido, Japonya'nın hem bir adası hem bir bölgesi hem de bir vilayettir. Vilayetin başkenti ise Sapporo'dur (Meyer, 2019, s. 17).

⁴ Ainu: Ainular veya Emishiler, Japonya'da yaşayan, farklı dil, din ve kültüre sahip azınlık bir topluluktur. Geleneksel Dönem'de (MS 1185'e kadar) Honshu ve Hokkaido adalarında yaşayan bu topluluk, Japonya'nın temelini oluşturan Yamato Devleti büyüyüp genişledikçe Honshu adasındaki yerlerini kaybederek kuzeye çekilmek zorunda kalmıştır. Hiçbir zaman yoğun bir nüfusa sahip olmayan Ainular, asimilasyona uğrayarak Japonlaşmış ve giderek ortadan kaybolmuştur. Günümüzde, kültür turizmi çerçevesinde geleneklerini

korumaları sağlanan 18 bin civarında Ainu kökenli insan Hokkaido'da yaşamaktadır (Ashkenazi, 2018, s. 110-111).

⁵ Minamoto no Yoshitsune: Tarihi ve mitolojik bir figürdür. Sadakatini sembolü olan mükemmel şövalye olarak anılır. 1180-1185 yılları arasında Minamoto ile Taira klanları arasında yaşanan Gempei Savaşı'nda abisi Yoritomo'nun yanında savaştı. Savaş sonrasında ise şogun olan abisi Yoritomo'nun, yerinde gözü olduğuna yönelik şüpheleri sebebiyle öldürülmüştür. Ancak bir inanışa göre ise ölen kişi Yoshitsune değil, sadık hizmetkârı Benkei'dir (bir karakter olarak filmde de yer alır). Yoshitsune ise Asya'ya kaçıp burada Temuçin adlı Moğol prensine ve sonrasında da Cengiz Han'a ya da Cengiz Han'ın babasına dönüşmüştür (Ashkenazi, 2018, s. 442-445).

üzerinden şerife iletir. Şerif de bu bilgiyi Heika lideri Taira no Kiyomori'ye⁶ ulaştırır (Miike, 2007).

Böylece Kızılar, pusu kurarak Beyazların getirdiği yeni silahı yani makineli tüfeği ele geçirmeye çalışır ve iki çete arasında çatışma çıkar. Çatışma başladığında ise Gunman'ın telkinine uyan Shizuka, kayınvalidesini ve oğlunu alarak kasabadan kaçmaya karar verir ama eşi ile birlikte diktikleri gülü almayı unuttuğu için geri döner. Çeteler savaşıırken durumu anlayan Yoichi, gelip Shizuka'yı bulur ve onu okla vurur. Bu sırada kasabayı terk etmek üzere olan Gunman ise kadınları ve çocuğu kurtarmak için geri döner ama Yoichi ve adamları onu da yakalar. Yoichi, Gunman'i döverken kasabalı bir adam (Ruriko'ya aşiktir) yardıma gelir ve Ruriko'ya bir silah verir. Ruriko, bu silah ile hem Yoichi'yi hem de iki adamını öldürür. Aslında o, yıllardır gerçek kimliğini gizleyen Benten⁷ adlı efsanevi bir silahşordur. Çeteler savaşıırken Ruriko ve yardıma gelen adam, Shizuka'yı, çocuğu ve Gunman'i kasabadan çıkararak dağlara, orada yaşayan yerlinin (Ainu'nun) yanına kaçırlırlar. Bu sırada çatışma da sona erer. Kızılar makineli tüfeği ele geçirir ancak çok adam kaybederler ve Beyazlar kasabanın yeni hâkimi olur (Miike, 2007).

Shizuka, aldığı yara yüzünden ölür ama Gunman iyileşir. Bu sırada Ruriko ise eski sevgilisi ve çocuğunun babası, aynı zamanda da ustası olan Pringo adlı eski silahşora haber yollayarak ondan cephanesini alır. Hazine ile ilgili gerçeği de Gunman ile paylaşır. Kasabanın gerçekten altını vardır ve Ruriko da bu altının koruyucusudur. Altının yarısı karşılığında Gunman ile anlaşır ve iki silahşor kasabaya dönerek çetelere savaş açarlar. Altın sandığını kasaba meydanına yerleştirerek pusu kurarlar ve Genji çetesini kaldıkları mekânın (otel/bar) dışına çekerler. Ancak gelen sadece Genji olmaz. Aynı zamanda, sayıları azalan ama makineli tüfeği ele geçiren Heike de ortaya çıkar. Kanlı bir çatışma yaşanır. Bütün çete üyeleri ölür; Ruriko, oğlunun intikamını alır ve Taira Kiyomori'yi öldürür; altının peşinde fırsat kollayan şerif de Ruriko'yu öldürür ama kendisi de ölür. En son hayatta kalanlar, Gunman, Yoshitsune, Heihachi ve altına bekçilik eden yerli adam olur (Miike, 2007).

Gunman ile Yoshitsune, son çarpışma olarak düello yapmaya karar verirler. Gunman tabancasına sarılır ama Yoshitsune (mükemmel şövalye), çok iyi tabanca ve tüfek kullandığı halde, samuray kılıcını çeker. Tabanca ile kılıcın savaşı yaşanır; Yoshitsune, Gunman'ın sıktığı tüm kurşunları saptırır

ve son darbeyi vuracak kadar ona yaklaşır ama Gunman onu tabancası ile durdurur ve ceket kolunda sakladığı diğer silahını çıkararak Yoshitsune'yi vurup öldürür. Herkes öldükten sonra ise Ruriko ve Shizuka mezarlığa, Heihachi'nin babasının yanına gömülürler. Gunman ise sadece bir avuç altın alıp gerisini çocuğa bırakarak kasabadan ayrılır (Miike, 2007).

Filmin Tür Kapsamında Eleştirisi

Hikayesi bu şekilde başlayıp biten *Sukiyaki Western Django*'yu tür sınırları içerisinde değerlendirdiğimizde; filmin öyküsü, neden-sonuç ilişkisine dayanmaktadır. Kasabada hazine olduğu söylentisi çıktığı için (neden) haydutlar kasabaya gelir (sonuç); haydutlar geldiği için kasabalılar ölür veya kaçır; kendi ailesi de çocukken öldürüldüğü için Gunman haydutları yok etme girişiminde bulunur vs. gibi örnekler film boyunca sürdürülebilmektedir. Film, aynı zamanda klasik anlatı düzenini takip eder; “giriş-gelişme-çatışma-çözüm” formülünü uygular. Haydutların kontrolündeki kasabada bir düzen hakimdir. Gunman'ın kasabaya gelişi ve Genji çetesinin bir makineli tüfek elde etmesi düzeni bozan unsurlar olur. Olaylar gelişir ve gerilim tırmanır. Karakterler daha yakından tanıtılır, şimdiki hareketlerini motive eden geçmiş olaylar sunulur. Gunman ile haydutlar arasında, kırılma noktası olan, son çatışma kasaba meydanında yaşanır ve hem altını hem de küçük çocuğu kurtaran Gunman, dengeyi yeniden sağlayarak kasabadan ayrılır. Film boyunca, Western türünde sıkça görülen, çatışma, şiddet ve ölüm sahneleri de yer alır.

Bu film, Western'in sık başvurduğu haydut çetelerinden kurtulma ve altın arama temalarını da içermektedir. Film, altın arama teması ile başlar ama hızla haydutlardan kurtulma temasına geçiş yapar. Yine aynı şekilde Western'in intikam teması da filmi ileriye taşıyan itici bir güçtür. Ruriko ve Shizuka'nın eylemlerinin motivasyonu intikamdır ve kasabaya geldikten sonra Gunman de aynı motivasyonu üstlenir. Western filmlerinin türe özgü Doğu-Batı, uygarlık-doğa, cemaat-birey, tren-at ve yerleşimciler-yerliler gibi klasikleşen çatışmaları bu filmde tam olarak Amerikan Westerni tarzında yer almaz ama yerleşimciler ile yerliler arasındaki ırk temelli çatışmanın bir benzeri Heike (Taira) ve Genji (Minamoto) çeteleri/klanları arasında yaşanır. Kızılar Heike, Beyazlar ise Genji klanına mensuptur ve aralarındaki temel çatışmayı yüzlerce yıl önce yaşanan klan savaşı oluşturmaktadır. Aynı şekilde Ruriko ve oğlu Akira da Heike

⁶ Taira no Kiyomori: Gempei Savaşı'nı kaybeden Taira klanının lideridir. Taira klanı, Minamotolar karşısında mağlup olurken, Kiyomori de bizzat Yoshitsune tarafından bozguna uğratılmıştır (Ashkenazi, 2018, s. 393-394).

⁷ Benten: Nehir ve deniz ilahı ve de “Yedi İyi Talih ilahı”nın tek kadın üyesidir. Benzaiten veya Benten, aynı zamanda aşk ve dişil başarılar ilahıdır (Ashkenazi, 2018, s. 200).

klanındanlardır ama Shizuka bir Genji'dir. Bu sebeple Heihachi de bir melez konumundadır. Shizuka'nın geri almak için canını verdiği gül de kırmızı-beyaz açmasıyla Heihachi'yi ve iki klanın bir olabilme ihtimalini simgelemektedir.

Film Heike ve Genji çeteleri/klanları üzerinden Japon tarihindeki önemli kırılma noktalarından birisi olan Taira-Minamoto mücadelesini yeniden yorumlamaktadır. Gerçek olay/süreç, Heian Dönemi (794-1185) olarak adlandırılan ve ülkenin imparator idaresinde olduğu ama imparatorun yönetim gücünü farklı gruplara kaptırdığı yıllarda yaşanmıştır. Ülkede iç karışıklık hakimdir. Ainular isyan halindedir, korsanlar ve haydutlar halka huzur vermez, Budist rahipler kendi silahlı birliklerini kurmuş ve imparator iktidardaki söz hakkını Fujiwara gibi klanlara kaptırmıştır. Öte yandan merkezi otoritenin yaşadığı çöküş sebebiyle taşra bölgelerinde kalan diğer klanlar da silahlanmışlardır. Böylece bu klanlar, iktidarda söz sahibi olabilmek için güç savaşına girerler ve imparatorluk hanesi ile uzaktan akraba olan Taira ile Minamoto klanları mücadelede ön plana çıkarlar. 1156 Hogen ve 1159 Heiji⁸ Savaşları'nı Taira klanı kazanır ve başkent Kyoto'da yönetimi kontrol altına alarak 20 yıl boyunca konumunu korur ancak bu sırada taşraya yeterli önemi vermediği için Kamakura kentinde güçlenen Minamoto klanı tekrar saldırıya geçer ve 1180-1185 yılları arasında süren Gempei Savaşı'nı kazanarak Feodal Dönemi ve Japonya'nın ikili yönetim devrini başlatır. Klan lideri Minamoto no Yoritomo, imparatora ve başkent Kyoto'ya dokunmayıp onları sembolik bir yönetim haline getirerek ilk Kamakura Şogunu⁹ olarak başa geçer (Meyer, 2019, s. 60-61).

Ashkenazi ise Taira klanının imparatorluk hanesi ile uzaktan akraba değil de doğrudan aynı soydan geldiği iddiasını hatırlatmaktadır (Ashkenazi, 2018, s. 393). Bu noktada; Taira'nın ülke iktidarındaki söz hakkı Minamotolardan daha kuvvetli hale gelmektedir ki filmde de buna gönderme yapılır; Heike çetesi kasabaya (Kyoto'nun yani başkent in göstereni konumundadır bu yer) geldiğinde kasabalılar soydaşlarının gelişine ve altın aracıları kovmalarına sevinmiş ama sonrasında Heike tarafından daha büyük zulme uğramışlardır.

Filmde, Western'in önemli parçalarından birisi konumundaki düello sahnesi de yer almaktadır. Son çatışmada, Gunman ve Yoshitsune bir düello ile hesaplaşırlar ve bu Western'e

uygundur ama yine de yönetmen bu sahnede Japon kalmayı başarır. Taraflardan birisi tabancaya karşı kılıç çeker. Burada iki adamın kapışmasının ötesinde bir modern-geleneksel çatışması da kendine yer bulur. Çatışmayı kazanan Gunman ve dolayısıyla modernleşme olur ama bunu dürüstlikle yapmaz. Sakladığı ikinci bir silahı daha vardır ve onu kullanarak Yoshitsune'yi öldürür. Gunman'ın bu tavrı, onu 30'lu ya da 40'lı yılların değil, 50'lerin ve 60'ların Amerikan kovboyları ile özdeşleştirmektedir. O, kazanmak için ahlaklı olanı değil, yapılması gerekeni seçmiştir.

Film çevre olarak değerlendirildiğinde de savaş sonrası Western filmlerine benzer bir havası vardır. Geniş ovalarda ya da çöllerde at koşturamaz karakterler; bunun yerine dar alana, bir kasabaya sıkışmış olarak mücadele ederler. Ne yeni bir toprak keşfetme amacı vardır ne de yerliler ile mücadele. Film, aslında yerliler ile Japonya'da yaşayan azınlık halk Ainuları özdeşleştirir ama tıpkı Kızılderililer gibi onlar da bir zamanlar sahip oldukları topraklardan çoktan sürülmüşlerdir. Yönetmenin bu noktada kendi tarihi ile ilgili eleştirel bir bakış sergilediğini söylemek mümkündür. Aynı tarihsel dokunuş Heike ve Genji çete liderlerinin isimlendirilmesinde de kendini göstermektedir.

Kızıkların lideri Kiyomori, gerçekten de Taira lideri Kiyomori'nin adını taşımaktadır ama Beyazların lideri Yoshitsune, gerçek Minamoto lideri değildir. Gerçek lider ve ilk Kamakura Şogunu Yoritomo'nun kardeşidir. Ancak yönetmenin bu seçimleri temelsiz değildir. Hem Kiyomori hem de Yoshitsune tarihsel olarak kaybeden karakterlerdir ve isimlerini taşıyan ve film içerisindeki gösterenleri konumundaki kişilerin de kaderini yönlendirmektedirler. Filmin sonunda hem Kiyomori hem de Yoshitsune, tarihi öncüleri gibi kaybeder ve ölürler.

Ana karakter Gunman değerlendirildiğinde ise, son düelloya kadar, Western'in Ringo Kid gibi mitolojik kovboyları ile özdeşleşmektedir. Özgüveni sağlamdır, özgürdür, cesur, güvenilir ve dürüsttür. Hem toplum dışı marjinal bir tiptir hem de her şeyi en iyi şekilde yapan; iyi ata binen, iyi silah kullanan bir adamdır. Atından, silahından ve kıyafetlerinden başka bir şeyi olmadan gelir ve sadece bir avuç altın alarak geri gider kasabadan. Filmin sunduğu çevre buna uygun olmasa bile doğa ile medeniyet arasında kalmış Amerikan kovboyu havasını üstünde taşır. Her ne kadar ilk başta Spagetti Western kovboyları gibi para motivasyonu yüksek

⁸ James Huffman, Heiji Savaşı'nın tarihini 1160 olarak belirtir. Bu savaşta imparatoru kaçırap başkenti yakan Minamotoları yenen ve imparatoru kurtaran Kiyomori önderliğindeki Tairalar, başkentteki yeni hâkim klan ve imparatorluk makamının arkasındaki güç olmuşlardır (2020, s. 52).

⁹ Şogun/Shogun: Barbar-boyun eğdiren general; Kamakura Dönemi ile birlikte Japon imparatorluk tahtının arkasındaki asıl güç (Meyer, 2019, s. 313).

olsa bile olaylar geliştikçe bu motivasyon da intikam ile yer değiştirir. Gunman, tam anlamıyla Western'in üç döneminin özelliklerini tek başına bünyesinde barındıran bir kovboydur.

Güçlü kahramanın karşısında her daim kötü karakterler konumlandırır Western filmleri ve bunlar genel olarak yerliler, haydutlar, altın arayıcıları, kiralık katiller, büyük sürü sahipleri, ahlaksız "kötü" kadınlar ve Meksikalılar olarak sınıflandırılır. Bu filmde ise kötünün karşılığı haydutlardır. Kahraman ve destekçileri bu kötülerı kasabadan kovmak için mücadele verirler.

Takashi Miike'nin filmi, Western ikonografisini de bolca kullanır. Western filmlerinde tekrar ve tekrar görülen tabancalar, düello sahneleri, barlar, salon kadınları (Shizuka), at arabası, kasaba şerifi, yıldız şekilli rozet, kovboy çizmeleri, şapkalar, bandanalar, bar kapıları ve binicilik gereçleri gibi türün ikonografisini oluşturan unsurlar filmde kendine bolca yer bulur ancak bu bir Japon filmidir ve kendi kültürünün ikonografik öğelerini de hikâyeye eklemeyi unutmaz. Samuray kılıcı, kasabanın girişinde yer alan torii¹⁰ ve Kami Raijin¹¹ görseli, Tarantino'nun sahnelerinde arka planda yer alan Fuji Dağı görseli gibi kimi unsurlar ile filmin Japon yönü sürekli olarak hatırlatılır.

Sukiyaki Western Django, aynı zamanda da uyarlama bir filmidir. Takashi Miike, Sergio Corbucci'nin 1966 tarihli *Django/Cango'nun İntikamı* adlı Spagetti Western filmini yeniden çekerek Japon sinemasına uyarlamış ve filmine de buna ithafen bir yemek adı olan sukiyakiyi vermiştir. Ancak yöntemen, filmi doğrudan değil, yorumlayarak uyarlamıştır.¹² Asıl filme birçok açıdan sadık kalınmış ama farklılaşan yönler de ortaya konulmuştur.

Orijinal filmin hikayesi Amerikan İç Savaşı sonrasında geçmektedir; arkasında bir tabut sürükleyen bir adam (Django), ABD'nin Meksika sınırına yakın bir kasabaya gelir. Kasabaya varmadan önce ise bir kadını Klux Klux Klan (KKK) üyesi Güneyli askerlerden kurtarır. Django'nun gittiği kasaba, hayalet bir kenttir; bunun sebebi ise Güneyli eski ordu komutanı, aynı zamanda da "KKK" üyesi Jakson ve

adamları ile Meksikalı devrimciler arasındaki mücadeledir. Kasabada devrimciler ile ırkçılar arasında bir savaş vardır ama bar ve aynı zamanda genelev olan mekân, tarafsız bölgedir. Hem Meksikalılar hem de Güneyliler buraya gelerek eğlenirler. Django kurtardığı kadın ile kasabaya geldikten sonra Jakson ve bazı adamları ölen üyelerinin intikamını almak ve onu öldürmek için bara gelirler ama Django çok iyi ve hızlı silah kullandığı için Jakson'ın tüm adamlarını öldürür fakat komutana dokunmaz. Sonrasında ise komutan tüm askerleri ile birlikte geri gelir. Böylece sürüklenen tabutun marifeti de ortaya çıkar; Django, tabutta makineli bir tüfek taşımaktadır. Bu son teknolojik silahtan haberi olmayan Jakson ve adamları Django'nun üzerine at sürerler; bu süreçte Django Jakson'ın çoğu adamını öldürür. Adamlarının büyük bölümünü kaybeden Jakson kasabadan kaçınca Meksikalılar çıkıp gelir. Çetenin lideri, Django'nun eski bir arkadaşısıdır ve Django ona bir iş teklifinde bulunur. Görevleri, Meksika sınırını geçip orada Jakson ile iş birliği yapan bir Meksika ordu karargahını soymaktır. Soygunun başarılı olması halinde devrim için kullanabileceği on makineli tüfek sözü verir Django çete liderine. Böylece genelev arabası ile kendilerini kamufle ederek kaleye girerler ve sürpriz saldırı sonrasında bir çuval altın ile kaçmayı başarırlar. Meksikalılar, bu altını devrim için kullanmak istemektedirler ama Django, onlara ihanet eder ve altını çalar. Maria'nın da yardım etmesi ile birlikte kasabadan kaçarlar ama yolda durdukları bir anda ürken at arabayı salladığı için altın dolu tabut bataklığa gömülür. Altını kurtarmak için boğulma tehlikesi yaşayan Django'yu Maria kurtarır ancak ikiliye yetişen Meksikalılar, Maria'yı vurup yaralar ve Django'nun da hırsızlık cezası olarak ellerini kırarlar. Sonrasında da para ve silah olmadığı halde devrim için yola koyulurlar ama Jakson ve Meksika ordusunun pususu sonucu yok edilirler. Bu sırada Django ise Maria'yı kasabaya götürür ve tedavi edilmesi için bar sahibine teslim edip kasabanın mezarlığına gider. Burada İç Savaş zamanında Kuzey için savaşırken öldürülen sevgilisinin mezarı vardır ve katil de Jakson'dır. Meksikalılar sorununu çözen Jakson da kendi adamları ile bara gelip hem Django'nun yerini öğrenir hem de bar sahibini öldürür. Ancak Maria'yı fark etmediği için kadın ölümden kurtulur.

¹⁰ Torii: Şinto tapınakları ile gündelik dünyanın sınırlarını ayıran sembolik bir kapıdır. Eskiden yaygın olarak kullanılan bu kapılar zamanla sadece Şinto tapınaklarına, imparator türbelerine ve bazı mezarlıklara özel hale gelmişlerdir. Genel olarak ahşaptan yapılan, iki sütun ve iki kirişten oluşan yapılardır (Ono, 2004, ss. 38-39).

¹¹ Kami Raijin: Raiden olarak da anılan iblis başlı gök gürültüsü ilahıdır. Erkeklerin göbek deliklerine düşkünlüğü ile bilinir (Ashkenazi, 2018, s. 362).

¹² Zeynep Çetin Erus, doktora tezinde, her ne kadar edebiyattan sinemaya şeklinde de olsa, üç çeşit uyarlamadan bahseder; bunlar,

doğrudan uyarlama, yorumlayarak uyarlama ve esinlenme şeklindedir. Doğrudan uyarlamada, orijinal esere sadık alınarak bir yeniden üretim yapılır. Yorumlayarak uyarlamada ise orijinal eserin kimi yönleri korunur ama yönetmen kendi yorumu çerçevesinde ekleme, çıkarma ve değişimler gerçekleştirir. Esinlenme ise oldukça serbest yapılan bir uyarlamadır (1999, s. 152). Bu bağlamda; Takashi Miike, esinlenerek uyarlamaya yaklaşabilecek bir yorumlayarak uyarlama gerçekleştirmiştir.

Django, elleri kırık olmasına rağmen mezarlıkta siper alıp bekler ve Jakson geldiğinde bulduğu ilk fırsatı değerlendirir. Jakson ve adamlarının hepsini öldürür.

Miike'nin filmi, birçok yönüyle orijinal filmi düzenli olarak hatırlatır. Talan edilmiş ıssız kasaba arka planını tam anlamıyla aynı şekilde kurgular ve yine iki karşıt gücün çatışması üzerinden hikâyeyi ilerletir. Irkçılar ile devrimcilerin yerini Kızıllar ile Beyazlar almıştır ki bu iki grup üzerinden "Gempei Savaşı" ve Feodal Dönem'in başlamasına gönderme yapılır. Django'nun haç dolu Hristiyan mezarlığı bu filmde de yer alır ama aynı şekilde kasaba girişinde de kocaman bir torii bulunur; toriinin varlığı ve kasabaya buradan giriş, üstelik hemen girişte bir ilah/kami görseli ile karşılaşmak, farklı/fantastik bir dünyanın içine girildiğini ve de haç dolu mezarlığa karşın Japonya'nın yerel inanışı olan Şinto'yu kodlamaktadır. Orijinal filmde Django'nun kahraman olarak motivasyonları intikam ve para olarak sunulur; uyarlamadaki izdüşümü olan Gunman de aynı motivasyonlara sahiptir. Aynı şekilde her iki adam da bozulan düzeni onarmaya ve adaleti sağlamaya çabalarlar. Orijinal filmde melez kişi Maria olarak konumlanır; uyarlamada ise Maria konumundaki Shizuka değil, onun oğlu Heihachi'dir melez kişi. Yine orijinal filmin ikonografik unsuru olan tabut içindeki makineli tüfek değişmeden kalmış ve uyarlamada da sürüklenerek kasabaya getirilip iki karşıt güç arasındaki dengeleri değiştiren unsur olmuştur.

Orijinal film hikayesini Amerika'da konumlandırmakta ve Amerikan tarihini kendi gerçekliği olarak sunmaktadır ancak uyarlamada böyle bir iddia yoktur. Uyarlama film, mekân olarak bir Amerikan kasabası görüntüsü çiziyor olsa dahi, karakter isimleri, samuray kılıcı gibi unsurlar ile Japonlaşmakta ve yer yer de gerçeklik algısını kırmaktadır. Örneğin filmin sonunda Heihachi'nin kaderinden bahsedilir. Kasabada yaşanan olayların ardından çocuk İtalya'ya gidecek ve Django olarak kendine isim yapacaktır. Bu Spagetti Western'e apaçık bir göndermedir. Heihachi, Django olmak için Amerika'ya değil İtalya'ya gider, gitmek zorundadır çünkü Spagetti Western filmleri orada çekilir. Ayrıca Quentin Tarantino tarafından canlandırılan Pringo karakteri de hem filmin başında yer aldığı yapay sahne ortamında (arka plandaki Fuji Dağı ile) hem de sonrasında yardım istemeye gelen kasabalıya kendini anime sever bir otaku olarak tanıtmamasıyla filmin gerçeklik algısını kırmaktadır. Miike, orijinal filmin iskeletini (kasaba, karşıt iki güç, dengeyi bozan yabancı, altın ve makineli tüfek) almış ve onu Japonlaştırarak yorumlayıp yeniden uyarlamıştır.

Bir ek olarak yeniden belirtmek gerekir ki; *Sukiyaki Western Django* (2007), *Django* (1966)'nın tek uyarlaması değildir. Western türü ve külliyatında kendine bir yer edinmiş olan

Django figürü, bu ilk filminde sonra başka birçok Spagetti Western filmine daha konuk olmuştur. *Django The Last Killer* (1967), *Django, Prepare A Coffin* (1968), *Django the Bastard* (1969) ve *Django Defies Sartana* (1970) gibi filmler, birçok Spagetti Western Django filminden birkaç örnek oluştururlar. Aynı zamanda Takashi Miike'nin filminde oyuncu olarak yer alan Quentin Tarantino da 2012 yılında *Django Unchained/Zincirsiz* adlı bir film çekerek karakterin en güncel ve Hollywood versiyonunu ortaya koymuştur.

Değerlendirme ve Sonuç

Takashi Miike'nin Sukiyaki Western örneğinin tür kapsamındaki eleştirisini sunmak üzere başlanan bu çalışmada, öncelikli olarak endüstri sinemasının ortaya çıkardığı bir kavram olarak "tür filmi" ele alınmıştır. Tür filmi kavramı, popüler endüstri sineması içinde filmlerin sınıflandırılma çabasını tanımlamaktadır. Filmler, hitap ettikleri duygular, içerdikleri çatışmalar ve temalar, barındırdıkları tipler ve de ikonografik, görsel unsurları üzerinden belli grupların içine dahil edilmişlerdir. Bu sınıflandırma ise hem yapımcılar hem de popüler sinema izleyicisi açısından bir kolaylık sağlamaktadır çünkü sinema bir sanat olduğu kadar da eğlence ve ticaret alanıdır; özellikle popüler sinema ise tam anlamıyla ticaridir. Yapımcılar, tür sınırlamaları içerisinde seyircinin en çok hangi filmleri izlediğini, neleri tercih ettiğini öğrenip zarar etmeyeceği senaryolara yatırım yaparken, seyirci ise vaktini ve parasını boşa harcamamak adına isteklerine hitap eden türde filmler seçer ve türün kodları sayesinde az çok ne izleyeceğini bilerek filme başlar.

Tür kavramına yapılan tanımlamanın ardında ise bir tür olan Western detaylandırılarak açıklanmıştır. Western, kökeni Amerikan kültürüne ve tarihine dayanan bir Hollywood film türüdür ama popülerliği zamanla aratarak, doğrudan veya dolaylı olarak, dünya sinemasında da kullanılır hale gelmiştir. Kullandığı temalar, içerdikleri çatışmalar, oluşturduğu ikonografik görsel dil ve elbette barındırdığı kovboy tipi ile Western, sadece ABD'ye özel bir tür olmaktan çıkıp dünya sineması ile kaynaşmıştır. Özellikle İtalyan sinemacılar, Western kodlarını doğrudan kullanarak Spagetti Western olarak anılan kovboy filmleri üretmişlerdir ancak her ülke türün kodlarını aynı şekilde doğrudan kullanmamış, bazıları bu kodları yorumlayıp farklı kalıplara uydurmuşlardır. Örneğin Avustralyalı yönetmen George Miller'ın *Mad Max/Çılgın Max* serisi, çeşitli açılardan bir Western filmidir çünkü yalnız kovboy tipini yeniden üretir. Türkiye özelinde ise, özellikle 1960'lı yıllardan 1970'lerin başlarına kadar olan dönemde Yılmaz Güney'in rol aldığı filmlerin Western türü içerisinde değerlendirilmelerini sağlayacak birçok ortak kod bulunmaktadır. Örneğin *Çirkin* ve *Cesur* (1971) filminde

Yılmaz Güney, giydiği kıyafetler, belindeki silahı ve altında atıyla köy köy dolanan bir yalnız kovboydur. Doğrudan böyle bir söylem yoktur ama türün ikonografisine uygun bir tip/karakter yaratımı vardır. *Sukiyaki Western Django* (2007) da Japon sinemasının Western filmlerine bir örnek oluşturmaktadır.

Bu kapsamda filmin ilk önce hikayesi ayrıntılı olarak ortaya konulmuştur ve elde edilen ayrıntılı hikâye üzerinden, filmin tür kodlarının ne kadarını karşıladığı değerlendirilmiştir. Film, Western'in tema, çatışma, ana karakter (kovboy), kötüler ve ikonografi gibi birçok unsurunu tam anlamıyla karşılayan bir yapıda inşa edilmiştir. Bir Western olduğu, tür kodları çerçevesinde kabul edilebilirdir. Ancak bu film, aynı zamanda da Japon kalmayı başarmaktadır. Kendi kültürel, tarihi ve sinematografik ikonografisini de hikâyeye dahil eder. Tabanca ile kılıcı çarpıştırır.

Filmi önemli kılan bir diğer yönü ise uyarılma olmasıdır. 1966 tarihli Spagetti Western filmi *Django*'dan uyarlanan bu film, "Western üzerine Western üzerine Western" yakıştırmasını tam anlamıyla hak etmektedir. Yönetmen Takashi Miike, orijinal filmin temasını (haydutlar ile mücadele), çatışmasını (ırksal farklılıklar), arka planını (kasaba) ve ikonografisini (tabuttaki makineli tüfek) alır ama bu iskelet yapıyı Japon bir hikâye ile yeniden yorumlayarak filmi kendi ülkesine, tarihine ve kültürüne yaklaştırıp uyarlamasını ortaya koyar.

Sukiyaki Western Django, Western türü kapsamında değerlendirildiğinde, türün tema, çatışma, karakter ve ikonografi gibi unsurlarını genel anlamda karşılayan ama üretildiği ülke dolayısıyla da Japon kalmayı başaran bir filmidir. Takashi Miike, hem türün sınırlarına sadık kalıp Western kodlarını filmine yerleştirmiş hem de filmi Japonlaştıran tarihsel ve ikonografik dokunuşlar sergilemiştir. Bu film, bir Western'dir ama Japon Westerni'dir; nasıl İtalyan Westerni kendine Spagetti Western olarak bir isim yaptıysa, Sukiyaki Western kavramı da bu film ile başarılı bir örneğini sunmuştur.

Kaynaklar

- Abisel, N. (2016). *Popüler sinema ve film türleri*. De Ki Basım Yayım.
- Ashkenazi, M. (2018). *Japon mitolojisi* (Ö. Özarpacı, Çev.). Say Yayınları.
- Atayman, V., & Çetinkaya, T. (2016). *Popüler sinemanın mitolojisi komedi, Western, melodram ve korku*. Ayrıntı Yayınları.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2012). *Film sanatı* (E. Yılmaz ve E. S. Onat, Çev.). De Ki Basım Yayım.
- Buckland, W. (2018). *Sinemayı anlamak* (T. Göbekçin, Çev.). Hayalperest Yayınevi.
- Çetin, Z. (1999). *Bir anlatı formu olan romanın sinemaya uyarlanması* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Huffman, J. L. (2020). *Japonya tarihi* (C. Yücel, Çev.). İnkılap Kitabevi.
- Karasoy, O. (2016). Japon korku sineması ve anime dünyasına bakış. G. Kuloğlu (Edt.), *Başlangıcından günümüze Japon sineması*. Japon Yayınları, 134-163.
- Meyer, M. W. (2019). *Japonya tarihi-hanedanlık döneminden günümüz Japonyası'na* (L. Deadato, Çev.). İnkılap Kitabevi.
- Miike, T. (2007). *Sukiyaki western django*. Dentsu-Geneon Entertainment.
- Ono, S. (2004). *Şinto-Kamilerin yolu* (S. Ertüzün, Çev.). Okyanus Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2020, Aralık 12). *İkona ve ikonografi*. <https://sozluk.gov.tr/>

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Siyasal İletişim Aracı Olarak Yeni Medya ve Siyasal Katılımdaki Rolü

New Media as a Political Communication Tool and Its Role in Political Participation

Oğuz Han ÖZTAY¹ 

Van Yüzcü Yıl Üniversitesi, Van Meslek
Yüksekokulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya
Yapımcılığı Bölümü, Van, Türkiye



Öz

Yeni medyanın temelini oluşturan öğelerden biri olan sosyal medya platformları sayesinde zaman ve mekân farkı gözetilmeksizin daha kolay ve hızlı bir şekilde siyaset hakkında da etkileşim kurulabilmektedir. Son yıllarda yeni medya ve siyasal iletişimi konu edinen çalışmaların sayısı artmaktadır. Yeni medya ve siyasal iletişim arasındaki ilişkinin incelenmesi, bireylerin siyasi süreçlere katılımı, yeni medyanın siyasal süreçlerdeki rolü ve özellikle seçim süreçlerinde seçim kampanyalarının etkilerinin incelenmesi açısından önemlidir. Bu çalışmanın amacı, bireylerin yeni medya üzerinden karar alma mekanizmalarında siyasal katılımlarındaki etkilerini ortaya çıkarmaktır. Bu araştırmanın yöntemi ilişkisel tarama modeli olup, çalışma için nicel veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini İstanbul ilinde yaşayan 18 yaş üstü 429 birey oluşturmaktadır. Çalışmada, araştırmacılar tarafından oluşturulan demografik bilgi formu ve Gürbüz tarafından geliştirilen “Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeği” kullanılmıştır. Bu çalışma kapsamında veriler, betimleyici ve çıkarımsal istatistik analizleri, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile analiz edilmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre veriler üç faktörlü yapıyı desteklemiştir: Siyasal ilgi, Siyasal eylem ve siyasal kanaat. Yeni medyada siyasal katılım düzeyleri incelendiğinde kadınların erkeklere kıyasla siyasal katılım düzeyleri daha yüksektir. Siyasal ilgi, Siyasal eylem ve Siyasal kanaat bakımından, siyasete karşı ilgili olmayan ve az ilgili olan katılımcıların siyasal katılım düzeyleri, siyasete karşı ilgili ve çok ilgili olanlara göre daha yüksektir. Siyasal eylem açısından karşılaştırıldığında seküler politik tutuma sahip kişilerin diğer tüm politik tutumlara kıyasla en yüksek siyasal eyleme sahip olduğu ve siyasal kanaat açısından karşılaştırıldığında liberal politik tutuma sahip kişilerin diğer politik tutumlara kıyasla en düşük siyasal kanaate sahip olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasal iletişim, Siyasal katılım, Yeni medya, Sosyal medya

ABSTRACT

Owing to social media platforms, one of the elements that form the basis of new media, it is possible to interact with politics more easily and quickly, regardless of time and place. The number of studies on new media and political communication has been increasing in recent years. Examining the relationship between new media and political communication is important in examining individuals' participation in political processes, the role of new media in political processes, and the effects of election campaigns, especially in election processes. This study aims to reveal the effects of individuals' political participation in decision-making mechanisms through new media. The method of this research is the relational survey model, and the survey method, one of the quantitative data collection methods, was used for the study. The study sample consists of 429 individuals over 18 living in Istanbul. The study used the demographic information form created by the researchers and the “Political Participation and New Media Scale” developed by Gürbüz . Within the scope of

Geliş Tarihi/Received 12.01.2025
İlk Revizyon/ First Revision 29.01.2025
Son Revizyon/Last Revision 21.02.2025
Kabul Tarihi/Accepted 07.03.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 15.03.2025

SorumluYazar/Corresponding author:

Oğuz Han ÖZTAY

E-mail: o.oztay @yyu.edu.tr

Cite this article: Öztay, O. H. (2025).

*New Media as a Political Communication
Tool and Its Role in Political Participation*
29, 12-24.



Content of this journal is licensed under a Creative
Commons Attribution-Noncommercial 4.0
International License.

this study, the data were analyzed using descriptive and inferential statistical analyses, Exploratory Factor Analysis (EFA), and Confirmatory Factor Analysis (CFA). According to the factor analysis results, the data supported a three-factor structure: Political interest, Political action, and political opinion. When the levels of political participation in new media are analyzed, women have higher political participation levels than men. In terms of political interest, political action, and political opinion, participants who are not interested in politics and those who are less interested in politics have higher levels of political participation than those who are interested and very interested in politics. Regarding political action, it was found that people with secular political attitudes had the highest political action compared to all other political attitudes. Regarding political opinion, people with liberal political attitudes had the lowest political opinions compared to other political attitudes.

Keywords: Political communication, Political participation, New media, Social Media.

Giriş

M.Ö IV. ve V. yüzyılda eski Yunan'da demokrasi deneyimi demokrasi tarihinin başlangıcı olarak kabul edilir. O dönemlerde Agoralar gibi yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler siyasal iletişimin ilk örnekleridir. O dönemlerden günümüze politikacıların halk ile doğrudan iletişim kurma ihtiyacı devam etmiştir. 15. yüzyılda matbaanın icadı ile politikacılar daha geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamıştır. 19. ve 20. yüzyılda ise radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile politikacılar seçmenlerle radyo ve televizyon yayınları aracılığı ile daha geniş kitlelere seslenme imkânı bulmuştur. 21. yüzyılda ise bilgi ve iletişim teknolojilerinde gerçekleşen hızlı gelişim neticesinde ortaya çıkan yeni medya platformları aracılığı hedef kitlelerine doğrudan ulaşma fırsatı bulmuştur. Başka bir deyişle, bu platformlar politikacılar ile seçmenler arasındaki mesafeyi kısaltmıştır.

Yeni medyanın ortaya çıkışı, siyasi katılımı önemli ölçüde etkilemiştir (Güçdemir & Göksu, 2015, s. 45). Bireyler özellikle sosyal medya platformları aracılığıyla siyasi aktörlerle daha kolay etkileşim kurabilmekte, benzer düşünen insanlarla bağlantı kurabilmekte ve görüşlerini daha geniş bir kitleyle paylaşabilmektedir (Gürbüz, 2022). Başka bir deyişle, sosyal medya platformları bireylerin siyasal süreçlere katılımını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, sosyal medya platformları, seçmenlerin siyasi adaylar ve etkinlikler hakkında bilgiye daha hızlı erişimini sağlamıştır. Örneğin, politik olayların anlık paylaşımı ile bireyler, olaylar hakkında hızlı bir şekilde bilgi edinmekte ve böylelikle bireylerin siyasal farkındalıkları artmaktadır. Bununla birlikte, siyasal iletişimin aktörleri olan siyasi partiler, liderler ve adaylar, seçmenler ile etkili iletişim kurmak için sosyal medya platformlarından önemli ölçüde istifade etmektedir (Güçdemir & Göksu, 2015, s. 45).

Son yıllarda yeni medya ve siyasal iletişimi konu edinen çalışmaların sayısı artış göstermiştir (Sezgin, 2014, s. 212). Yeni medya ve siyasal iletişim arasındaki ilişkinin

incelenmesi, bireylerin siyasi süreçlere katılımı, yeni medyanın siyasi süreçlerdeki rolü ve özellikle seçim süreçlerinde seçim kampanyalarının etkilerinin incelenmesi açısından önemlidir. Bu çalışmanın amacı, bireylerin yeni medya üzerinden karar alma mekanizmalarında siyasal katılımlarının etkilerini ortaya koymaktır. Bu çalışma kapsamında 429 kişiden anket yoluyla veri toplanmış ve istatistiksel analiz yöntemleri ile analiz edilmiştir.

Siyasal İletişim

İletişim araçlarının gelişmesi sonucunda insanlar daha sosyal ve politik hale gelmiştir. İletişim araçlarına duyulan ihtiyaçla birlikte, siyaset bilimciler siyasal iletişim fikrini ortaya atmışlardır. Siyasal iletişim artık siyaset biliminde anahtar bir fikirdir; bu olmadan herhangi bir siyasal sistemin tüm kapsamını kavramak zordur (Öcal & Fidan, 2020, ss.350-351). Siyasal iletişim bir bireyin ya da toplumun siyasallaşmasını sağlayan bir kavramdır. Bunun ışığında, bu fikir siyasi sistem içinde daha da önemli hale gelmiştir. Siyasal sistem artık siyasal iletişim sayesinde yeni bir yönelime sahiptir. Siyasal iletişimin önemi, insanların giderek artan siyasal katılımı ile ortaya çıkmaktadır. Günümüzde hiçbir lider, aday ya da siyasal parti siyasal iletişim kavramı olmadan amaç ve hedeflerine ulaşamaz.

Siyasi iletişimin kapsamı geniştir ve birincil odak noktası kamuoyunun etkisidir (Özkan, 2007, s. 26). Gerek yüz yüze gerekse geleneksel ve yeni medya araçları vasıtasıyla siyasal aktörlerin seçmenle kurduğu iletişim olan siyasal iletişim sürecinde politika yapıcılar kamuoyunu şekillendirmek ve ikna etmek için reklam ve tanıtım stratejilerine ihtiyaç duyar. Temel amacı siyasi aktörlerin katılmış oldukları seçimleri kazanmaktır. Adaylar, belirli hedeflere ulaşmak, özellikle de politika gündemlerini tanıtmak ve kamuoyu oluşturmak amacıyla iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu süreçte, mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmak ve hedef kitleleriyle etkili bir bağlantı kurmak için kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadırlar. Siyasi aktörlerin siyasal iletişimdeki başarısının ölçütlerinden biri,

seçmene ne kadar hitap edebildiğidir (Damlapınar, 2016, s. 22). Siyasi aktörler ve toplum arasında bir köprü görevi gören medya, kitleleri seçimlere teşvik ederek demokratik sürece katkıda bulunur. Bu bağlamda, medya siyasal iletişim sürecinde önemli bir role sahiptir (Öztay, 2022a, s. 1986).

Siyasal iletişim, yalnızca medya ile sınırlı kalmayıp, medya, politik iletişimin en kritik ve etkili aracıdır (Öztay, 2022b, s. 124). Siyasal aktörler, seçmenlerin algısını etkilemek ve geniş kitlelerle etkili iletişim kurmak amacıyla duygusal çağrılar, anlatılar ve retorik stratejiler kullanmaktadırlar. Bu stratejiler medya mecralarının yanı sıra mitingler, seçim konuşmaları, birebir görüşmeler ve kamuya yönelik söylemler gibi çeşitli iletişim yöntemleri aracılığıyla gerçekleştirilir. Bu yöntemler, siyasal aktörlerin mesajlarını seçmenlere iletmeleri ve kamuoyunu etkilemeleri açısından önemli bir rol oynar.

Siyasal Katılım

Siyasal katılım, vatandaşlar açısından hem kendilerini ifade etme hem de ülkedeki siyasetin gidişatını belirleme açısından önemlidir. Siyasal katılım ile ilgili alan yazında farklı tanımlar bulunmaktadır. Verba ve Nie (1987) siyasal katılımı, vatandaşların kendilerini yönetecek kişileri seçmeleri ve bu kişilerin eylemlerini etkilemeye yönelik tüm eylemler olarak tanımlamaktadırlar. Benzer şekilde, Kalaycıoğlu'nun (2014, s. 1) ise siyasal katılım kavramını "siyasal yetkililerin (otoritelerin) ürettiği kararları etkilemek, ya da karar alınma sonrasında onun uygulamasını erteletmek, durdurmak, değiştirmek veya toptan ortadan kaldırmak için yapılan bireylerin kendi özgür iradeleriyle yaptıkları, değerlendirmelere dayanan davranışlar" olarak ifade etmektedir. Turan'a göre ise (1986, s. 37), siyasal katılma "bireylerin ve bireylerin oluşturduğu birimlerin kendilerini yönetecek kadroların seçim ve eylemlerini etkilemek için giriştikleri çabalarıdır". Meyer (1991) ise benzer bir tanım yaparak, siyasal katılımı seçmenlerin temsilcilerini seçme ve kamu politikasını etkileme süreci olarak açıklıyorlar. Siyasal katılım ile ilgili tanımların ortak noktası vatandaşlıktır. Ayrıca, siyasal katılım sadece oy verme ile sınırlı değildir, seçmenlerin protesto etme, toplanma, yürüyüş gibi farklı eylemleri de kapsamaktadır (Keskin, 2014, s. 215-216). Siyasal katılım gönüllülük esasına dayanır ve bireysel özgürlüklerin güçlendirilmesi ile ilişkilidir. Başka bir deyişle, siyasal katılım, seçimlerde oy vermektan daha geniş bir kavramdır ve sadece seçim dönemindeki eylemlerle sınırlı değildir; toplumun genel yönetimine etki etmeyi amaçlayan eylemleri içerir (Demir & Özdemir, 2024).

Yeni Medya ve Siyasal İletişim

Yeni medya, geleneksel medya araçlarından farklı olarak web tabanlı portallar ve sosyal medya platformları (Instagram, Twitter (X) vb.) iletişim alanı olarak tanımlanabilir. Her gün milyonlarca insan gerek bilgi almak gerek gündemi takip etmek gerekse vakit geçirmek ve sohbet etmek için zaman mevhumu gözetilmeksizin yeni medya araçlarını kullanmaktadır. Yeni medya, "internetin etkileşimli gücünü artırmak için kullanılan soyut bir kavramdır" (Eren & Aydın, 2014, s. 197) ve sosyal medya araçları ile bu güçlü etkileşimi kullanılır. Günümüzde sosyal medya kullanım amacı haberleşme ve sohbet etmenin ötesine geçmiştir ve sosyal medya platformları insanların kendini ifade ettiği, bilgilerini ve fikirlerini paylaştığı, birbirine yakın düşüncelere sahip bireylerin gruplaştığı platformlar haline gelmiştir (Boyd & Ellison, 2008, s. 213).

Yeni medyayı oluşturan öğelerden biri olan sosyal medya platformları siyasal iletişim açısından da önemli bir role sahiptir. Siyasal partiler özellikle seçim dönemlerinde seçmenlerle etkileşime girme gibi siyasal faaliyetlerini sosyal medya üzerinden yürütmektedir. Seçmenlerin demokratikleşme sürecine dahil olmasında siyasal iletişim kanallarının verimliliği çok etkilidir (Coleman, 1999). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile yeni medya ağları, hızı, karşılıklı etkileşimi teşvik etme yeteneği, artan paylaşımı, görselliği ile bireylere siyasi süreçlere katılma imkânı vermektedir (Yurdakul, 2016, s. 88). Yeni medya ve sosyal medya platformları, sağladığı karşılıklı etkileşim imkânı sayesinde, siyasal faaliyetlere kısa sürede geniş kitlelerin katılımını kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya, tüm kullanıcılarına içerik üretme ve yayma olanağı tanıyan yapısıyla, siyasi liderler ve partiler tarafından da stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişim yapısının aksine, sosyal medya, kullanıcılarına daha özgür, katılımcı ve interaktif bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu durum, siyasi liderler ve aktörlerin iletişim stratejilerinde sosyal medya platformlarına yönelmelerine ve bu platformları siyasal iletişimin merkezi bir unsuru haline getirmelerine neden olmaktadır (Ulusal & Özdemir, 2024, s. 37-38). Ayrıca, bu platformlar seçim dönemlerinin dışında da bireylere siyasi konularda bilgi sahibi olma ve fikir bildirme imkânı sunmaktadır (Balcı vd., 2021, s. 225). Sonuç olarak, yeni medya araçları, geleneksel medya araçlarında görüşlerini ve fikirlerini ifade imkânı bulamayan siyasal aktörlerin kendilerini ifade etmesine olanak sağlamasının yanı sıra çift yönlü yapısı sayesinde siyasal tartışmaların gelişimine zemin hazırlayarak demokratikleşme sürecine önemli ölçüde katkı sağladığı ifade edilebilir.

Alan yazına bakıldığında, yeni medyanın siyasal iletişim aracı olarak görüldüğü ve bu alanlarda çalışmalar yürütüldüğü görülmektedir. Bu alanda yürütülen çalışmaların seçim dönemlerinde siyasal partilerin sosyal medya hesaplarındaki performansları (Arıcı, 2015; Bayraktutan vd., 2014) ve kullandıkları web sitelerindeki faaliyetler (Çağlar & Köklü, 2017) üzerine odaklandıkları söylenebilir. Bu çalışmanın amacı, seçim dönemlerinin dışında ve siyasal partilerin sosyal medya mecralarından bağımsız olarak, bireylerin yeni medyayı siyasal katılım süreçlerinde nasıl kullandıklarını ortaya koymaktır.

Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın modeli ilişkisel tarama modeli olup, çalışma için nicel veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca, veri toplamak için araştırmacılar tarafından alan yazından faydalanılarak geliştirilen demografik bilgi formu, yeni medya kullanım anketi ve Gürbüz (2022) tarafından geliştirilen “Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeği/Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi Ölçeği” kullanılmıştır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, İstanbul ilinde ikamet etmekte olan 18 yaş üstü yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın İstanbul ilinde yürütülmesinin sebebi, öncelikle Yüksek Seçim Kurulu (YSK) verilerine göre, Türkiye’de en fazla seçmenin bulunduğu il İstanbul’dur (www.ysk.gov.tr). Ayrıca, İstanbul Türkiye’nin en kozmopolit ve büyük şehri olması sebebiyle farklı siyasal görüşe, sosyo-ekonomik seviyeye ve eğitim seviyelerine sahip bireyler bulunmaktadır. Çalışma kapsamında, İstanbul ilini temsil edebilmesi için, 15 ilçeden veri toplanmıştır. Evrenden çalışma örnekleme seçilirken, rastlantısal örneklem alma yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, anket çalışmasına 431 kişi katılmıştır. Betimsel, çıkarımsal ve faktör analizlerinden önce, veride aykırı değer tespiti için analizler yapılmış ve toplamda iki aykırı değer tespit edilmiştir. Bu aykırı değerlerin analizleri etkileme durumundan dolayı, belirlenen iki katılımcı analizden çıkarılmıştır. Nihai olarak, bu çalışma için 429 katılımcının verileri analiz edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada, araştırmacılar tarafından alan yazından faydalanılarak oluşturulan demografik bilgi formu ve Gürbüz (2022) tarafından geliştirilen “Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeği/Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi Ölçeği” kullanılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerini elde etme

amacıyla oluşturulan demografik bilgi formu sekiz maddeden oluşmaktadır. Ayrıca, 21 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum; 5-Kesinlikle Katılıyorum) olan “Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeği/Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi Ölçeği”, dört faktörden oluşmaktadır; *siyasal ilgi*, *siyasal kanaat*, *siyasal karar* ve *siyasal eylem*. Araştırmacılar tarafından ölçeğin güvenirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,89 olarak raporlanmıştır (Gürbüz, 2022). Belirtilen veri toplama aracını uygulamak için, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Yayın Etik Kurulu’ndan 2024/24-32. Karar numaralı ve 25.11.2024 tarihli kurul onayı almıştır. Araştırma verileri, yüz yüze görüşmeler ile toplanmıştır. Katılımcılar aydınlatılmış onam formunu okumuş ve imzalamıştır.

Veri Analizi

Bu çalışma kapsamında veriler, betimleyici ve çıkarımsal istatistik analizleri, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile analiz edilmiştir. Bu amaçla, IBM SPSS Programı’nın 28.0 sürümü ve LISREL Programı kullanılmıştır. Örneklemde bulunan katılımcılardan elde edilen demografik bilgilerin analizi için betimleyici analiz kullanılmıştır. Ayrıca, araştırma sorularının test edilmesi için çıkarımsal analiz yöntemleri kullanılmıştır. Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeğinin faktör yapısını, verinin toplandığı bağlamda doğrulamak için gerekli varsayımlar kontrol edilmiş ve hem açıklayıcı faktör analizi hem de doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

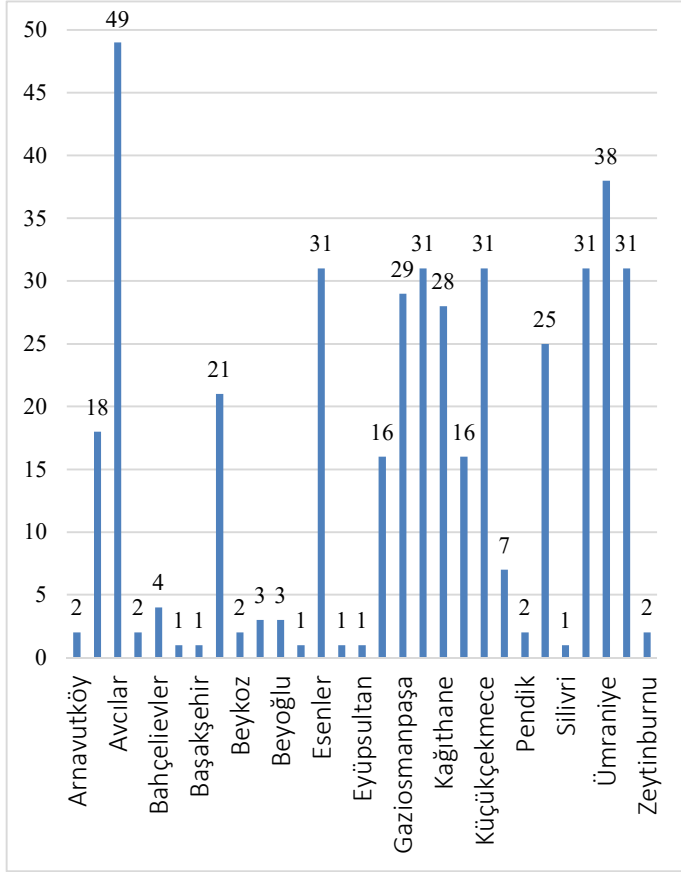
Bulgular

Demografik Bilgiler

Bu araştırmaya katılan bireylerin %51,7’si kadın (N=222) ve %48,3’ü ise erkektir (N=207). Katılımcıların %21,9’u 18-24 yaş aralığında (N=94), %21,2’si 25-34 yaş aralığında (N=91), %26,6’sı 35-44 yaş aralığında (N=114), %20,5’i 45-54 yaş aralığında (N=88), %8,6’sı 55-64 yaş aralığında (N=37) ve %1,2’si ise 65 yaş üzerindedir (N=5). Katılımcıların yaşadığı ilçelere göre dağılımı Figür 1’de verilmiştir. Bu bağlamda, en çok katılımcı İstanbul’un Avcılar ilçesinden (N=49), en az katılımcı ise Bakırköy, Başakşehir, Büyükçekmece, Esenyurt, Eyüp Sultan ve Silivri ilçelerindendir. İlçelere göre katılımcıların dağılımı Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1

İlçelere Göre Katılımcıların Dağılımı



Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %0,2'si ilkokul terk (N=1), %5,4'ü ilkokul mezunu (N=23), %22,4'ü ortaokul (N=96), %43,1'i lise (N=185), %3,3'ü meslek lisesi/imam hatip mezunudur (N=14). Ayrıca, %4,2'si 2 yıllık yüksek okul (N=18), %2,6'sı üniversite açık öğretim (N=11), %17,9'u lisans (N=77) ve %0,9'u lisansüstü mezunu olduğu görülmüştür (N=4).

Katılımcılar, meslek gruplarına göre incelendiğinde %1,4'ü güncel olarak çalışmadığını, ek geliri olmadığını ve yardım aldığını belirtirken (N=6), %0,7'si güncel olarak çalışmadığını ancak düzenli ek geliri olduğunu belirtmiştir (N=3). Öte yandan, araştırmaya katılan bireylerin %15,9'u ev kadını ve düzenli ek geliri olduğunu belirtirken (N=68), %2,8'i ev kadını olduğunu ancak ek geliri olmadığını ve yardım aldığını belirtmiştir (N=12). Katılımcıların %21'i öğrenciyken (N=90), %0,9'u yevmiyeli çalışan işçi (N=4), %24,2'si maaşlı çalışan işçi (N=104) ve %3'ü kendine bağlı çalışan olan usta/kalfa olduğunu (N=13) belirtmiştir. Bireylerin %11,7'si yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman iken

(N=50), %2,1'i 1-5 çalışanı olan yönetici (N=9), %0,2'si 11-20 çalışanı olan yönetici (N=1) olarak bildirmiştir. Katılımcıların %1,9'u ücretli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vb.) (N=8), %0,2'si dükkânı olmayan ancak kendi işini yapan seyyar (N=1), %4,7'i tek başına çalışan, dükkân sahibi ve esnaf olduğunu (N=20) belirtmiştir. Bireylerin %1,2'si 1-5 çalışanı olan işyeri sahibi olduğunu belirtirken (N=5), %0,7'si serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.) olduğunu belirtmiştir (N=3). Katılımcıların %2,1'i emekli ancak çalıştığını bildirirken (N=9), %5,4'ü emekli olduğunu ancak çalışmadığını (N=23) bildirmiştir. Katılımcıların aylık gelir durumu incelendiğinde ise, %1,9'u aylık 10.000₺ ve altı gelire sahipken (N=8), %14,9'sı 10.001-20.000₺ arası (N=64), %47,8'i 20.001-30.000₺ arası (N=205), %24,7'si 30.001- 40.000₺ arası (N=106) ve %10,7'si ise 40.001₺ ve üstü aylık gelire sahip olduğu (N=46) görülmüştür.

Katılımcıların siyasete karşı ilgi durumları incelendiğinde ise, %27,5'i siyasete karşı hiç ilgili olmadığını (N=118), %35,2'si siyasete karşı az ilgili olduğunu (N=151), %32,4'ü siyasete karşı ilgili olduğunu (N=139), %4,9'u ise siyasete karşı çok ilgili olduğunu (N=21) belirtmiştir. Ayrıca, katılımcıların %8,2'si siyasi parti üyeliği olduğunu belirtirken (N=35), %91,8'i ise siyasi parti üyeliği olmadığını (N=394) belirtmiştir.

Katılımcıların kendilerini hangi politik tutumla tanımladıkları sorusuna ise, katılımcıların %10'u kendisini muhafazakâr (N=43), %14,9'u sosyal demokrat (N=64), %3,7'si liberal (N=16), %5,8'si sosyalist/komünist (N=25), %11,7'si demokrat (N=50), %11,9'u milliyetçi (N=51), %3,3'ü İslamcı (N=14), %14'ü apolitik (tarafsız) (N=60), %14'ü seküler olarak tanımlarken (N=60), katılımcıların %10,7'si bu soruya yanıt vermemiştir (N=46). Demografik değişkenlere bağlı olarak frekans ve yüzde değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1

Katılımcıları demografik bilgileri

Değişken	Frekans	%
Cinsiyet		
Kadın	222	51,7
Erkek	207	48,3
Yaş		
18-24	94	21,9
25-34	91	21,2
25-44	114	26,6
45-54	88	20,5
55-64	37	8,6
65 yaş üstü	5	1,2
Okuryazarlık		
İlkokul terk	1	0,2
İlkokul	23	5,4
Ortaokul	96	22,4
Lise	185	43,1
Meslek lisesi/İmam Hatip	14	3,3
Yüksekokul	18	4,2
Üniversite açık öğretim	11	2,6
Lisans	77	17,9
Lisansüstü	4	0,9
Gelir durumu (aylık)		
10.000₺ ve altı	8	1,9
10.001-20.000₺	64	14,9
20.001-30.000₺	205	47,8
30.001- 40.000₺	106	24,7
40.001₺ ve üstü	46	10,7
Meslek		
İşsiz (ek gelir yok, yardım alıyor)	6	1,4
İşsiz (düzenli ek gelir var)	3	0,7
Ev kadını (düzenli ek gelir var)	68	15,9
Ev kadını (ek gelir yok, yardım alıyor)	12	2,8
Öğrenci	90	21
İşçi/hizmetli (yevmiyeli)	4	0,9
İşçi/hizmetli (maaşlı)	104	24,2
Ustabaşı/kalfa - kendine bağlı işçi	13	3
çalışan	50	11,7
Yönetici olmayan memur/teknik		
eleman/uzman	9	2,1
Yönetici (1-5 çalışanı olan)	1	0,2
Yönetici (11-20 çalışanı olan)	8	1,9
Ücretli Nitelikli uzman (avukat,	1	0,2
doktor...)	20	4,7
Seyyar (Kendi işi; ancak dükkânı yok)		
Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf	5	1,2
(taksi şoförü dahil)	3	0,7
İşyeri sahibi- 1-5 çalışanlı	9	2,1
Serbest nitelikli uzman (avukat,	23	5,4

mühendis...)

Emekli – çalışıyor

Emekli – çalışmıyor

Siyasete karşı ilgi		
İlgi yok	118	27,5
Az ilgili	151	35,2
İlgili	139	32,4
Çok ilgili	21	4,9
Siyasi parti üyeliği		
Var	35	8,2
Yok	394	91,8
Politik tutum		
Muhafazakâr	43	10
Sosyal demokrat	64	14,9
Liberal	16	3,7
Sosyalist/Komünist	25	5,8
Demokrat	50	11,7
Milliyetçi	51	11,9
İslamcı	14	3,3
Apolitik (tarafsız)	60	14
Seküler	60	14
Belirtmeyen	46	10,7

Faktör Analizi

AFA öncesinde aykırı ve uç değerler, normallik, örneklem büyüklüğü ve küresellik varsayımları kontrol edilmiştir (Tabachnick & Fidell, 2013). Normallik için histogramlar, çarpıklık ve basıklık değerleri ile Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri kullanılmıştır. Tüm testlerde verilerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiş olup, AFA için temel eksen faktörleştirme (Principal Axis Factoring) yöntemi kullanılmıştır (Costello & Osborne, 2005). AFA’da uygun örneklem büyüklüğüne ulaşmak için madde başına en az 5 veya 10 katılımcı önerilmektedir (Çokluk vd., 2021). Dolayısıyla 21 madde için en az 210 katılımcıya ihtiyaç duyulmuş olup, bu araştırma 429 katılımcı ile gerçekleştirilerek örneklem büyüklüğü faktör analizi yapmak için uygun kabul edilmiştir. Benzer şekilde örneklem yeterliliğini teyit etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik ölçütü .97 olarak analiz edilmiş ve örneklem büyüklüğü yeterli olarak değerlendirilmiştir (Kaiser, 1970). Son olarak küresellik varsayımı Bartlett’s Küresellik Testi ile kontrol edilmiş ve testin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($\chi^2=6321,115$, $df=210$, $p<.001$) bulunmuştur. Sonuç olarak veriler, faktör analizi yapmak için uygun bulunmuştur.

AFA, sosyal bilimlerdeki yapılar genellikle birbiriyle ilişkili olduğundan dolayı eğik rotasyon (directoblmin) kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Field, 2013). Faktör sayısının belirlenmesinde Kaiser’in eigen value>1 kriteri ve

çizgi grafiği kullanılmıştır. Bu kritere göre, toplam varyansın %66,91'ini açıklayan 3 olası faktör belirlenmiştir. Benzer şekilde çizgi grafiği de 3 faktörü işaret etmiştir. AFA'da elde edilen sonuçları doğrulamak ve faktör yapısını belirlemek için DFA yapılmıştır. DFA sonuçları AFA'da ortaya konan üç faktörlü yapı ile uyum göstermiştir ($\chi^2=526,05$, $df=186$, $p=0,00$, $RMSEA=0,06$, $SRMR=0,05$, $NNFI=0,94$, $CFI=0,95$, $GFI=0,89$, $AGFI=0,86$). Uyum iyiliği indekslerinde, χ^2/df oranının 2,82 olduğu görülmüş ve bu sonucun iyi bir uyum olduğu değerlendirilmiştir (Sümer, 2000). Sonuç olarak, uyum iyiliği indeksleri, ölçeğin genel değerlendirme açısından kabul edilebilir olduğunu göstermiştir. Ayrıca, tüm gözlemlenen değişkenlerin örtük değişkene yüklendiği tespit edilmiştir. Yapılan faktör analizleri sonucunda, uygulanan Siyasal Katılım ve Yeni medya ölçeğinin, verinin toplandığı bağlam için 3 faktörlü bir yapıya sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Faktör analizi sonuçlarına göre ölçek faktörleri ve maddeleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Faktörlerin iç tutarlık katsayıları hem Cronbach Alpha hem de McDonald's Omega yöntemleri kullanılarak hesaplanmıştır. Analizler sonucunda Faktör 1 için hem Cronbach Alpha hem de McDonald's Omega güvenirlik katsayısı .93 olarak hesaplanmıştır. Yine aynı şekilde, Faktör 2 için hem Cronbach Alpha hem de McDonald's Omega katsayıları .91 olarak hesaplanmıştır. Son olarak Faktör 3 için hem Cronbach Alpha hem de McDonald's Omega güvenirlik katsayıları .90 olarak hesaplanmıştır. Tüm katsayılar, .80 olan kabul edilebilir düzeyin (Field, 2013) üzerinde çıkmış olup, bu nedenle, faktörlerin güvenilir olduğu ortaya konmuştur.

Tablo 2

Faktör Analizi Sonuçlarına Göre Ölçek Faktörleri ve Maddeleri

Faktör	Maddeler
Siyasal İlgil	Madde 5- Yeni medya politik kararlarımı etkilemede önemlidir. Madde 4- Arkadaş listemde bulunanlardan gelen siyasi içerikli gönderiler ilgimi çeker. Madde 7- Bir politikacı veya partinin yeni medya mecralarında yer alması, o partiye karşı politik tutumumu etkiler. Madde 2- Yeni medya, siyasi konulara olan ilgimi arttırmaktadır. Madde 3- Yeni medyada kendimi gerçek hayattakinden daha iyi bir şekilde ifade ederim. Madde 8- Siyasi gündemle ilgili konularda fikirlerimi yeni medya aracılığıyla ifade ederim. Madde 6- Siyasal parti veya politikacıların sosyal medya hesaplarını takip ederim.

Communicata

Madde 1- Siyasal açıdan bilgilenmek için yeni medya araçlarını kullanırım

Madde 10- Yeni medya kendimi ve etrafımdaki diğer kişilerin politik olarak konumlandırmasına olanak tanır.

Madde 9- Yeni medya, geleneksel medyada yer verilmeyen bilgilere ulaşmamı sağlar.

Siyasal Eylem Madde 13- Sosyal paylaşım sitelerinde oluşturulan siyasi etkinliklere katılırım.

Madde 14- Sosyal paylaşım sitelerinde siyasi etkinlik oluştururum.

Madde 12- Yeni medyada destek verdiğim parti veya politikacıların reklamını yaparım

Madde 11- Sosyal paylaşım sitelerinde gördüğüm siyasi içerikli haber/paylaşım/bilgilere yorum yaparım.

Siyasal Kanaat Madde 21- Politikacıların ya da siyasi partilerin kanun tasarısı, siyasi proje veya politik vaatleri yeni medya üzerinden tartışmaya sunulmalıdır.

Madde 19- Yeni medya seçmenler için demokratik bir ortam sağlar.

Madde 18- Yeni medya platformları seçmen kitlesini örgütleyecek ve harekete geçinecek güce ve olanağa sahiptir.

Madde 20- Yeni medya platformlarının yaygınlaşması, Türkiye'yi daha demokratik bir yapıya ulaştırabilir.

Madde 17- Vatandaşların karar alma süreçlerinde yer almasını sağlayacak yapı, yeni medya ortamlarıdır.

Madde 16- Bireyler politik karar alım süreçlerinin tamamında yer almalıdır.

Madde 15- Bireyler politik karar alma süreçlerine kısmi bir şekilde katılmalıdır.

Demografik Faktörlere Bağlı Olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Demografik faktörler bağlamında çıkarımsal analizler yapılmadan önce, varsayımlar test edilmiştir. Elde edilen veriler parametrik testlerin gerekliliklerini sağlamadığı için, parametrik olmayan alternatifler kullanılmıştır. Bu bağlamda, demografik değişkenler bakımından istatistiksel olarak farklılıkları incelemek için, iki bağımsız grup t testi alternatifini Mann-Whitney U testi; tek yönlü ANOVA testi alternatifini Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

Cinsiyete Bağlı Olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasi katılım düzeylerini cinsiyet bakımından incelemek için iki bağımsız grup t testi

alternatifi olarak Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Bu bağlamda, Faktör 1 (Siyasal ilgi) için ($U=20193,00$, $z = -2,72$, $p<.05$), Faktör 2 (Siyasal Eylem) için ($U=18494,50$, $z = -3,50$, $p<.05$), ve Faktör 3(Siyasal Kanaat) için ($U=18414,50$, $z = -3,57$, $p<.05$) olarak bulunmuştur. Sonuçlar tüm faktörler için kadın ve erkekler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark ortaya konmuştur. Ayrıca, her bir boyut için kadın katılımcıların ortalamaları, erkek katılımcılara göre istatistiksel olarak daha fazladır.

Yaşa Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyini yaşa bağlı olarak incelemek için tek yönlü ANOVA testi alternatif olarak Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre Faktör 1 için $\chi^2 (5, n = 429) = 54,31$, $p<.05$, Faktör 2 için $\chi^2 (5, n = 429) = 55,38$, $p<.05$ ve Faktör 3 için $\chi^2 (5, n = 429) = 24,38$, $p<.05$ sonuçları ortaya konmuştur. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde tüm faktörler için farklı yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Yani, yaşın yeni medyada siyasal katılım düzeyi için etkili bir unsur olduğu ortaya konmuştur. Her bir yaş grubu bakımından, faktörler bağlamında Post Hoc analizleri yapıldığında, Faktör 1 (Siyasal ilgi), Faktör 2 (Siyasal Eylem) ve Faktör 3 (Siyasal Kanaat) için, 18-24 yaş grubunun ortalamaları, 25-34, 35-44, 45-54 ve 55-64 yaş grubu ortalamalarına göre daha fazladır.

Eğitim Durumuna Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyini eğitim durumuna bağlı olarak incelemek için tek yönlü ANOVA testi alternatif olarak Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Sonuçlar Faktör 1 için $\chi^2 (8, n = 429) = 26,12$, $p<.05$, Faktör 2 için $\chi^2 (8, n = 429) = 24,03$, $p<.05$, ve Faktör 3 için $\chi^2 (8, n = 429) = 20,79$, $p<.05$ olarak görülmüştür. Bu bağlamda tüm faktörler için farklı eğitim durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla, farklı eğitim durumuna sahip katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyi açısından anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur.

Faktör 1 (Siyasal ilgi) için, ilkokul mezunu olan katılımcıların yeni medyada siyasal katılımı ortaokul mezunlarından istatistiksel anlamlı olarak daha fazladır. Ayrıca, faktör 2 (Siyasal Eylem) için, ilkokulu terk eden katılımcıların, diğer tüm katılımcılara göre yeni medyada siyasal katılım ortalaması istatistiksel anlamlı olarak daha fazladır. İlkokul mezunu olan bireylerin siyasal katılım ortalamaları, ilkokulu terk eden ve lisansüstü mezunu katılımcılar dışındaki tüm katılımcılara göre istatistiksel anlamlı bir şekilde daha

fazladır. Ortaokul mezunu olduğunu belirten katılımcıların faktör 2 (Siyasal Eylem) boyutundaki ortalamaları, meslek/imam hatip lisesi, yüksekokul ve üniversite mezunlarına göre anlamlı olarak daha fazladır. Ayrıca, lisansüstü olan katılımcıların yeni medyada siyasal katılım ortalamaları, siyasal eylem boyutu için ortaokul mezunu, lise mezunu, yüksek okul mezunu ve 2 ve 4 yıllık üniversite mezunlarına göre anlamlı olarak daha fazladır. Faktör 3 (Siyasal Kanaat) için, ilkokulu terk eden katılımcıların ortalamaları, diğer eğitim durumuna sahip olan katılımcıların tamamından anlamlı olarak fazladır. Ayrıca, lisansüstü mezunu olan katılımcıların ortalamaları, diğer eğitim durumuna sahip olan katılımcıların tamamından anlamlı olarak fazladır. Ayrıca, siyasi kanaat faktörü için, meslek lisesi/imam hatip mezunu olan katılımcıların ortalamaları, ortaokul, lise, 2 yıllık yüksek okul ve üniversite mezunlarına göre anlamlı olarak daha fazladır.

Mesleğe Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyini mesleklerine bağlı olarak incelemek için tek yönlü ANOVA testi alternatif olarak Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Sonuçlar siyasal ilgi için $\chi^2 (17, n = 429) = 67,95$, $p<.05$, Siyasal eylem için $\chi^2 (17, n = 429) = 87,38$, $p<.05$, ve siyasal kanaat için $\chi^2 (17, n = 429) = 43,78$, $p<.05$ olarak görülmüştür. Bu bağlamda tüm faktörler için farklı mesleklere sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğu görülmektedir.

Siyasal ilgi için katılımcılardan öğrencilerin siyasal ilgi ortalamaları, emekli-çalışıyor, emekli-çalışmıyor, işçi/hizmetli-düzenli işi olan (maaş), işçi/hizmetli-parça başı işi olan (yevmiye), işyeri sahibi-1-5 çalışanlı (tic., tarım, imalat), ücretli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.), ustabaşı/kalfa-kendine bağlı işçi çalışan, yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs., ve tek başına çalışan, dükkan sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil) gibi meslek gruplarından daha az olduğu görülmüştür. Öte yandan, öğrencilerin siyasi ilgi ortalamasının ev kadını-düzenli ek gelir var, işsiz -şu an çalışmıyor- düzenli ek gelir var ve ev kadını- ek gelir yok, yardım alıyor gibi meslek gruplarından daha fazla olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs. meslek gruplarına mensup katılımcıların siyasi ilgisinin işçi/hizmetli- parça başı işi olan (yevmiye), işyeri sahibi- 1-5 çalışanlı (tic., tarım, imalat), işçi/hizmetli-düzenli işi olan (maaş), yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs., ücretli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vs.), ev kadını-ek gelir yok, yardım alıyor, ev kadını-düzenli ek gelir var, işsiz-şu an

çalışmıyor-düzenli ek gelir var, ve ustabaşı/kalfa-kendine bağlı işçi çalışan gibi meslek gruplarına mensup kişilerden daha fazla olduğu görülmüştür. Son olarak, tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil) meslek grubundaki kişilerin siyasi ilgisinin ustabaşı/kalfa- kendine bağlı işçi çalışan kişilere kıyasla daha fazla olduğu görülmüştür.

Mesleki durumu emekli-çalışmıyor olan kişilerin mesleği ev kadını- düzenli ek gelir var, öğrenci ve serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.) meslek grubundan olan kişilere kıyasla siyasi eylem puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yine meslek grubu işçi/hizmetli- düzenli işi olan (maaş) kişilerin siyasi eyleminin ev kadını- düzenli ek gelir var ve ev kadını- ek gelir yok, yardım alıyor meslek gruplarından olan kişilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tüm meslek grupları arasından öğrenciler siyasi eylemi pek çok diğer mesleğe kıyasla daha düşük olan bir grup olduğu görülmüştür. Öğrencilerin yalnızca ev kadını- düzenli ek gelir var grubundan daha fazla siyasi eyleme sahip olduğu belirlenmiştir. Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.) meslek grubunun siyasi eylem düzeyinin işçi/hizmetli- düzenli işi olan (maaş), yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs., ve ustabaşı/kalfa- kendine bağlı işçi çalışan meslek gruplarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Son olarak, tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil) meslek grubunun siyasi eyleminin ustabaşı/kalfa- kendine bağlı işçi çalışan, işçi/hizmetli- düzenli işi olan (maaş) ve yönetici olmayan memur/teknik eleman/uzman vs. meslek gruplarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür.

Siyasal kanaat açısından bakıldığında, tüm meslek grupları arasından öğrenciler ve meslek grubu ustabaşı/kalfa-kendine bağlı işçi çalışanlar siyasi kanaati diğer meslek gruplarına kıyasla en düşük iki grup olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin yalnızca ev kadını- düzenli ek gelir var grubundan daha fazla siyasi eyleme sahip olduğu görülmüştür. Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, bilgisayar yazılımcısı vs.) meslek grubuna sahip kişilerin siyasi kanaatinin meslek grubu işyeri sahibi-1-5 çalışanlı (tic., tarım, imalat) ve işçi/hizmetli- düzenli işi olan (maaş) olan kişilere kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür.

Gelir Durumuna Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasi katılım düzeyini aylık gelir durumuna bağlı olarak incelemek için tek yönlü

ANOVA testi alternatifi olarak Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Faktör 1 (Siyasal ilgi) için farklı gelir durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (4, n = 429) = 24,46, p < .05$. Faktör 2 (Siyasal Eylem) için farklı gelir durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur, $\chi^2 (4, n = 429) = 23,37, p < .05$. Ayrıca, Faktör 3 (Siyasal Kanaat) için de farklı gelir durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (4, n = 429) = 21,04, p < .05$. Sonuç olarak, gelir durumunun yeni medyada siyasi katılım düzeyi için etkili bir unsur olduğu ortaya konmuştur. Faktör 1 (siyasal ilgi) bakımından, 10.000₺ ve altı gelire sahip olan katılımcıların ortalamaları, 40.000₺ ve üstü gelire sahip olanlara göre anlamlı olarak daha fazla bulunmuştur. Ayrıca, 10.001₺–20.000₺ arası gelire sahip olan katılımcıların siyasi ilgi boyutundaki ortalamaları, daha üst gelire sahip katılımcılara göre daha fazla bulunmuştur. Faktör 2 (siyasi eylem) bakımından, 10.001₺–20.000₺ arası gelire sahip olan katılımcıların ortalamaları, daha üst gelire sahip katılımcılara göre daha fazla bulunmuştur. Ayrıca, Faktör 3 (siyasi kanaat) bakımından, 10.000₺ ve altı gelire sahip olan katılımcıların ortalamaları, daha üst gruplarda gelire sahip olan katılımcılara göre anlamlı olarak daha fazla bulunmuştur.

Siyasete Karşı İlgil Durumuna Bağlı Olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasi katılım düzeyini siyasete karşı ilgi durumuna bağlı olarak incelemek için tek yönlü ANOVA testinin alternatifi olan Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Faktör 1 için, siyasete karşı farklı ilgi durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (3, n = 429) = 81,22, p < .05$. Benzer şekilde, Faktör 2 için siyasete karşı farklı ilgi durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur, $\chi^2 (3, n = 429) = 75,65, p < .05$. Yine aynı şekilde, Faktör 3 için farklı siyasete karşı ilgi durumuna sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (3, n = 429) = 75,63, p < .05$. Sonuç olarak, siyasete karşı ilgi durumunun yeni medyada siyasi katılım düzeyi için etkili bir unsur olduğu ortaya konmuştur. Faktör 1 (siyasal ilgi), Faktör 2 (siyasal eylem) ve Faktör 3 (siyasal kanaat) bakımından, siyasete karşı ilgili olmayan ve az ilgili olan katılımcıların ortalamaları, siyasete karşı ilgili ve çok ilgili olan katılımcılara göre anlamlı olarak daha fazladır.

Siyasi Partiye Üyelik Durumuna Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyini siyasal partiye üye olup olmama bakımından incelemek için iki bağımsız grup t testi alternatifi olarak Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Bu bağlamda, siyasal partiye üye olan ve olmayan seçmenler arasında, Faktör 1 için siyasal partiye üye olan ve olmayan seçmenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemiştir ($U=6214,50$, $z = -0,97$, $p>.05$). Benzer şekilde Faktör 2 için de siyasal partiye üye olan ve olmayan seçmenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark görülmemiştir ($U=6032,00$, $z = -1,23$, $p>.05$). Son olarak, Faktör 3 için de siyasal partiye üye olan ve olmayan seçmenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, ($U=5113,00$, $z = -2,54$, $p<.05$). Faktör 3 için (siyasal kanaat), siyasal parti üyeliği bulunmayan katılımcıların ortalamaları, siyasal parti üyeliği olan katılımcılara göre istatistiksel olarak anlamlı olarak daha fazladır.

Politik Tutuma Bağlı olarak Yeni Medyada Siyasal Katılım Düzeyi

Katılımcıların politik tutumuna bağlı olarak yeni medyada siyasal katılım düzeyini incelemek için tek yönlü ANOVA testinin alternatifi olan Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Faktör 1 (Siyasal İlgi) için, farklı politik tutuma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (9, n = 429) = 117,10$, $p<.05$. Benzer şekilde, Faktör 2(Siyasal Eylem) için farklı politik tutuma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur, $\chi^2 (9, n = 429) = 118,78$, $p<.05$. Son olarak, Faktör 3 (Siyasal Kanaat) için farklı politik tutuma sahip katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur, $\chi^2 (9, n = 429) = 62,52$, $p<.05$. Dolayısıyla, katılımcıların politik tutumunun yeni medyada siyasal katılım düzeyleri üzerinde etkili olduğu ortaya konmuştur. Bu bağlamda seküler politik tutuma sahip kişilerin diğer politik tutumlara sahip olan kişilere kıyasla siyasal ilgi daha yüksek olarak görülmüştür. Ayrıca apolitik ve milliyetçi politik tutuma sahip kişilerin liberal ve sosyalist/komünist politik tutuma sahip olan kişilere kıyasla daha yüksek siyasal ilgiye sahip oldukları görülmüştür. Buna ek olarak apolitik tutuma sahip olan kişilerin demokrat politik tutuma sahip olan kişilere kıyasla daha yüksek siyasal ilgiye sahip oldukları ortaya konmuştur. Katılımcıların politik tutumları siyasal eylem açısından karşılaştırıldığında seküler politik tutuma sahip kişilerin diğer tüm politik tutumlara kıyasla en yüksek siyasal eyleme sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Katılımcıların politik tutumları siyasal kanaat açısından karşılaştırıldığında liberal politik tutuma sahip kişilerin diğer politik tutumlara kıyasla en düşük siyasal kanaate sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, seküler politik tutuma sahip kişilerin sosyalist/komünist ve demokrat politik

tutumlarına sahip olan kişilere kıyasla daha yüksek siyasal kanaate sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca apolitik tutuma sahip olan kişilerin liberal, sosyal demokrat, demokrat ve sosyalist/komünist politik tutumlarına sahip olan kişilere kıyasla daha yüksek siyasal eyleme sahip oldukları görülmüştür. Son olarak, apolitik tutma sahip olan kişilerin demokrat politik tutuma sahip olan kişilere kıyasla daha yüksek siyasal kanaate sahip oldukları ortaya konmuştur.

Faktörler Arası İlişkiler

Faktörler arası ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek ve bu ilişkilerin yönünü ve derecesini belirlemek için ilişkisel analiz yapılmıştır. Test için gerekli varsayımlar sağlanmadığından dolayı, Pearson ilişki testinin parametrik olmayan alternatifi olarak Spearman testi uygulanmıştır. Buna göre, siyasal ilgi ve siyasal eylem arasında güçlü düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur, $\rho = .74$ $n = 429$, $p<.05$. Yani, yeni medyada siyasal ilginin arttıkça, siyasal eylem de artmaktadır. Ayrıca, siyasal ilgideki varyansın %55'i siyasal eylemdeki varyanstan kaynaklanabileceği sonucuna ulaşılabilir. Siyasal ilgi ve siyasal kanaat arasında güçlü düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur, $\rho = .74$ $n = 429$, $p<.05$. Başka bir deyişle, yeni medyada siyasal ilgi arttıkça, siyasal kanaat de artmaktadır. Ayrıca, siyasal ilgideki varyansın yaklaşık olarak %55'i siyasal kanaat ile açıklanabilir. Siyasal eylem ve siyasal kanaat arasında güçlü düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur, $\rho = .63$, $n = 429$, $p<.05$. Yani, yeni medyada siyasal eylem arttıkça, siyasal kanaat de artmaktadır. Ayrıca, siyasal eylemdeki varyansın yaklaşık olarak %40,19'u siyasal kanaat ile açıklanabilir.

Tartışma ve Sonuç

Bireylerin yeni medyada siyasal katılım düzeyleri hakkında bilgi elde etmek amacıyla yürütülen bu çalışma için, katılımcıların yeni medyada siyasal katılım düzeyleri cinsiyet, yaş, gelir durumu, eğitim durumu, siyasete karşı ilgi durumu, siyasal partiye üyelik durumu ve politik tutumlarına bağlı olarak incelenmiştir. Önceki araştırmalarda (Gürbüz, 2022) Siyasal Katılım ve Yeni Medya Ölçeği dört faktörlü (*siyasal ilgi, siyasal kanaat, siyasal karar ve siyasal eylem*) yapıda incelenmiş olmasına rağmen, araştırmanın uygulandığı bağlamda bu ölçek için üç faktörlü bir yapı elde edilmiştir.

Katılan bireylerin cinsiyeti kadın-erkek olarak görece eşit bir dağılım göstermiştir. Bu anket çalışmasına katılan katılımcıların büyük bir kısmı 35-44 yaş aralığındadır. 55 yaş üzeri katılımcı oranı, diğer yaş gruplarına göre daha azdır. Ayrıca, bu çalışmaya katılan kişilerin %70'den fazlası ilköğretim

ortaokul ve lise, geri kalanı ise lisans ve lisansüstü eğitim seviyesindedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu aylık geliri 20.001₺-30.000₺ ve 30.001₺-40.000₺ aralığında olan maaşlı çalışan işçiler/hizmetliler, öğrenciler ve düzenli ek geliri olan ev hanımları oluşturmaktadır. Bu kişilerin ise herhangi bir siyasi parti üyelikleri bulunmamaktadır. Ayrıca, bu kişiler genel olarak siyasete karşı ilgisiz olduklarını ya da az ilgi duyduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların politik tutumları çoğunlukla şu şekildedir: sosyal demokrat, milliyetçi ve demokrat.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; siyasi ilgi, siyasi kanaat ve siyasi eylem boyutları bakımından, kadınların yeni medyada siyasi katılımları erkeklere oranla daha fazladır. Benzer şekilde, Gürbüz ve Sayımer (2023) çalışmasında kadınların yeni medyada gerçekleştirdiği siyasi katılım ortalamalarının erkeklerden daha fazla olduğunu bulmuştur. Bunun nedeni kadınların yeni medya araçlarını erkeklerden daha fazla kullandığını ve siyasi katılım anlamında da daha aktif ve katılımcı rol üstlenmesi olabilir. Ayrıca, 18-24 yaş grubu bireylerin, 65 yaş üstü bireyler hariç diğer yaş gruplarına göre anlamlı olarak yeni medyada siyasi katılımı daha fazladır. Yaş grubu olarak, bireylerin yeni medyada siyasi katılımı incelendiğinde, 18-24 yaş grubunda bulunan katılımcıların, siyasi ilgi, siyasi kanaat ve siyasi eylem boyutları bakımından ortalamaları, 65 yaş üstü katılımcılar hariç, diğer gruplara göre farklılaşmaktadır. Yani, en genç gruptaki katılımcıların yeni medyada siyasi katılım düzeyi, 65 yaş üstü katılımcılar hariç diğer yaşlara göre daha fazladır. Benzer şekilde alan yazında da genç yaş gruplarının ileri yaş gruplarına kıyasla yeni medyada siyasi katılımlarının daha etkin olduğunu bulunmuştur (Gürbüz & Sayımer, 2023; Varlık, 2022). Onursoy (2018)'in de belirttiği gibi 18-24 yaş arası bireyler teknolojik araçlara kolay adapte olabilir. Dolayısıyla, genç bireyler sosyal medya araçlarına aşina olmaları ve teknolojiyi etkin bir şekilde kullanabilmeleri sebebiyle yeni medya araçlarını siyasi katılım süreçlerinde de diğer yaş gruplarına göre daha fazla kullanıyor olabilirler. Ayrıca, 18-24 yaş aralığındaki genç bireyler içinde bulundukları dönem itibarıyla kimlik arayışına ve toplumsal normları sorgulamaya daha meyillidir. Bu durum onların yeni medya araçları vasıtasıyla siyasi aktörleri, fikirleri ve görüşleri sorgulamalarına sebep olmuş olabilir. Öte yandan, eğitim durumu değişkeni bakımından incelendiğinde, lisansüstü mezunu olan katılımcıların yeni medyada siyasi katılım oranı, siyasi kanaat ve siyasi eylem boyutları bakımından daha fazladır. Başka bir deyişle, eğitim seviyesi ile siyasi katılım oranı arasında pozitif bir ilişki vardır; eğitim seviyesi arttıkça siyasi katılım oranı artmaktadır (Aktan, 2017; Gürbüz & Sayımer, 2023). Aylık ortalama gelir bakımından, daha alt gelir gruplarında bulunan katılımcıların genel

olarak üst gruplarda bulunan katılımcılara göre, yeni medyada siyasi katılım düzeyleri daha fazla bulunmuştur. Bunun sebebi, yeni medya araçlarının alt gelir grubuna sahip bireylere düşük maliyetli ve kolay erişilebilir şekilde kendilerini ifade etme ve siyasi süreçlere katılma imkânı sağlaması olabilir. Ayrıca, siyasete karşı ilgili olmadığını veya az ilgili olduğunu belirten katılımcıların yeni medyada siyasi katılım düzeyleri, daha ilgili olan katılımcılara göre daha fazladır. Siyasi ilgi düzeyi düşük olan bireylerin; yüksek olanlara oranla, yeni medyada daha fazla siyasi katılım göstermelerinin nedeni, yeni medya araçlarının asgari bir çaba ve yüzeysel bilgiye sahip olarak anlık ve simgesel olarak siyasi katılıma olanak sağlaması olabilir. Bu durum slaktivizm yani basit, düşük çaba gerektiren ve belirli siyasi hedeflere ulaşırken katılımcıların ruh halini yükseltmede başarılı olan faaliyetler olarak adlandırılır (Morozov, 2009). Yeni medya araçları ile bireylerin fikirlerini beyan etmesi, yorum yapması ve içerikleri beğenmesi ile ortaya çıkan slaktivizm, siyasi konulara yüzeysel olarak değinildiği için eleştirilmektedir (Bağ, 2020). Ayrıca, siyasi parti üyeliği bulunmayan katılımcıların siyasi kanaat düzeyleri, siyasi parti üyeliği olan katılımcılara göre daha fazla bulunmuştur. Bu bulgu, siyasi parti üyeliği bulunmayan başka bir deyişle bir siyasi partiye bağlı olmayan bireylerin siyasi aktörleri ve görüşleri sınırlama olmadan eleştirel bir gözle değerlendirebilmesi ile açıklanabilir.

Sonuç olarak, bu çalışma yeni medya araçlarının siyasi katılımda etkin rol oynadığını göstermektedir. Son yıllarda yeni medya ve siyasi katılımı konu alan çalışmaların sayısının arttığı görülmektedir. Farklı bölgelerde ve örneklem grupları ile yeni medya araçlarının siyasi katılım üzerindeki etkisi araştırılabilir. Bu çalışmaların siyasi partilerin yeni medya platformlarına yönelik politikalarını geliştirme konusunda önemli rol oynayacağı söylenebilir.

Etik Komite Onayı: Bu çalışma için etik komite onayı Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Yayın Etik Kurulu'ndan (Tarih: 25.11.2024, Sayı: 2024/24-32) alınmıştır.

Katılımcı Onamı: Çalışmaya katılan katılımcılardan onam alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: Ethics committee approval was received for this study from the ethics committee of Van Yuzuncu Yil University Social and Human Sciences Publication Ethics Board (Date: 25.11.2024, Number: 2024/24-32).

Informed Consent: Consent was obtained from the participants who participated in the study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Aktan, E. (2017). *Sosyal medya ve siyasal katılım*. Eğitim Kitabevi.
- Arıcı, A. (2015). Yeni medya çağında siyasal iletişim: Siyasi partilerin ve siyasi parti liderlerinin sosyal medya performansları üzerine araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8(15), 49-68.
- Bağ, S. M. (2020). Slaktivizm: Yeni medya ve siyasal eylemin dönüşümü. Hülür, H. ve Yaşın, C. (Edt.), *Yeni medya, toplum ve siyasal iletişim* (ss. 350-369). Ütopya Yayınları.
- Balcı, Ş., Kaya, E. & Sarıtaş, H. (2021). Dijitalleşmenin gölgesinde siyaset, seçmen ve siyasal katılım üzerine tartışmalar. Karakoç, E. & Taydaş, O. (Edt.). *Siyasal iletişim, teorik tartışmalar: Kavramlar, kuramlar ve stratejiler*. Nobel Yayınları, s. 197-240.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., & Aydemir, A. T. (2014). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ve Türkiye’de 2011 genel seçimlerinde Twitter kullanımı. *Bilig*, (68), 59-96.
- Boyd, D. M. & Nicole B. E. (2008). Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Çağlar, N., & Köklü, P. H. (2017). Yeni medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: Siyasal partilerin resmî web sitelerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 148-173.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2021). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Coleman, S. (1999). The new media and democratic politics. *New media & society*, 1(1), 67-74.
- Costello, A. B. & Osborne, J. W. (2005) Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 10, 1-9.
- Damlapınar, Z. (2016). Siyasal iletişimde iklim değişikliği: 2015’in ‘İkili Seçim’leri penceresinden Türkiye’de siyasal iletişim atmosferi. Balcı, Ş. (Edt.), *7 Haziran’dan 1 Kasım’a Türkiye’de Siyasal İletişim Uygulamaları*. Literatürk Academia, s.21-44.
- Demir, B. M. & Özdemir, E. (2024). Siyasal katılma, oy verme davranışı ve liderlik: Oy verme ve liderlik çalışmaları üzerine bir değerlendirme. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 493-506.
- Eren, V. & Aydın, A. (2014). Sosyal medyanın kamuoyu oluşturmadaki rolü ve muhtemel riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(1), 197-205.
- Field, A. P. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.
- Güçdemir, Y. & Göksu, O. (2015). Sosyal medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: Brack Obama’nın 2012 başkanlık seçim kampanyası ile Recep Tayyip Erdoğan’ın 2014 Cumhurbaşkanlığı seçim kampanyasının incelenmesi. Aydoğan, F. (Edt.), *İletişim çalışmaları*. Derin Yayınları. s. 45-61.
- Gürbüz, G. (2022). *Yeni medya ve siyasal iletişim bağlamında Türkiye’de siyasal katılımın demokratikleşme sürecine etkisi*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Gürbüz, G., & Sayımer, İ. (2023). Türkiye’de seçmenlerin yeni medya ortamlarında siyasal katılım pratikleri. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 6(12), 374-397.
- Kaiser, H. F. (1970). A second-generation little jiffy. *Psychometrika*, 35, 401-415.
- Kalaycıoğlu, E. (2014). Siyasal katılmanın anatomisi. *Bilim Akademisi*, <https://bilimakademisi.org/wp-content/uploads/2013/08/Siyasal-Katilmanin-Anatomisi.pdf>.
- Keskin, F. (2014). *Politik iletişim sözlüğü*. İmge kitabevi.
- Meyer, G. (1991). Introduction: Two European nations in search of participatory democracy. Meyer G.& Ryska F.) (Ed.), *Political participation and democracy in Poland and west Germany*. Osrodek Badan Spolecznych. s. 7-36.
- Morozov, E. (19 Mayıs, 2009). The brave new world of slacktivism. *Foreign Policy*. <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>.
- Öcal, D. & Fidan, A. B. (2020). Dijitalleşen siyasal reklamcılık. Öcal, D. ve Polat, H. (Edt.) *Dijital Reklamcılık*. Nobel Yayınları. s. 343-370.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 989-1013.
- Özkan, A. (2007). *Siyasal iletişim stratejileri*. Tasam Yayınları.
- Öztay, O. H. (2022a). Political advertisements in the context of political communication and the media: The example of the 2011 Turkish general elections. *Journal of History School*, 58, 1971-1993. <http://dx.doi.org/10.29228/Joh.62220>
- Öztay, O. H. (2022b). Siyasal iletişim: 31 Mart 2019 yerel seçimleri özelinde bir değerlendirme. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8 (1), 99-130.
- Sezgin, A. A. (2014). Siyasal iletişimde hitabetin değişen boyutu: Sosyal medya siyaseti. Kavoğlu, S. (Edt.), *Teoriden Uygulamaya Siyasal İletişim*. Nobel Yayınları. s.

- 209-222.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson/Allyn & Bacon.
- Turan, İ. (1986). *Siyasal demokrasi, siyasal katılma, baskı grupları ve sendikalar*. Türkiye Denizciler Sendikası Eğitim Dizisi:7. Emin Ofset.
- Ulusal, D., & Özdemir, H. B. (2024). Siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya: “Haydi Türkiye” seçim videosu üzerine bir inceleme. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 35-48. <https://doi.org/10.46442/inticss.1580555>
- Varlık, F. (2022). *Sosyal medyanın siyasal katılım davranışına etkisi: X, Y ve Z kuşakları üzerine bir inceleme*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Verba, S., & Nie, N. H. (1987). *Participation in America: Political democracy and social equality*. The University of Chicago Press.
- Yüksek Seçim Kurulu. (t.y.). Açık veri portalı. <https://acikveri.ysk.gov.tr/anasayfa>
- Yurdakul, H. (2016). Medya ve siyaset perspektifinden kamuoyu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 81-90. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/285593>

Türkiye’de Enformasyon Obezitesi ile Mücadele Politikalarına Yönelik Uzman Görüşleri Bağlamında Bir Değerlendirme

An Evaluation in the Context of Expert Opinions on Policies to Combat Information Obesity in Turkey

Ayşegül BABAOĞLU¹ 

Bağımsız Araştırmacı, Doktor,
Kocaeli, Türkiye



Bu çalışma yazarın 890589 numaralı doktora tezinden türetilmiştir.

Geliş Tarihi/Received 16.01.2025
İlk Revizyon/First Revision 03.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 05.02.2025
Kabul Tarihi/Accepted 07.03.2025
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Ayşegül Babaoğlu

E-mail: aysegul33babaoglu@hotmail.com

Cite this article: Babaoğlu, A. (2025). *An Evaluation in the Context of Expert Opinions on Policies to Combat Information Obesity in Turkey*. *Communicata*, 29, 25-36.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, problemli internet kullanımı ve internet bağımlılığı ile giderek artan enformasyon obezitesi sorunu bağlamında irdelemektir. Bu bağlamda, Türkiye’de uygulanan mücadele politikaları Türkiye Cumhuriyeti kurum ve kuruluşlarındaki yetkili kişilerin ve konu kapsamında çalışmaları bulunan akademisyenlerin görüşleri çerçevesinde ele alınmıştır. Bu araştırma, alanla ilgili eksiklerin giderilmesi ve enformasyonla mücadele sürecinde hayata geçirilecek politikaların doğru yapılandırılması için önemli bir kaynak özelliği taşımaktadır. Ayrıca, Türkiye’de problemli internet kullanımı ve internet bağımlılığı üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmaların sınırlılığı göz önüne alındığında, gelecek dönemlerde gerçekleştirilecek araştırmalar için kaynak sağlama potansiyeli taşımaktadır.

Araştırmada, Türkiye’de enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarının analizi için nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye’de faaliyette bulunan; kamu kurum ve kuruluşlarındaki yetkili kişiler ve uzman akademisyenlerle görüşmeler yapılmıştır.

Analiz sonucunda, bilgi kirliliği ve aşırı bilgi yüklemesi durumlarını ifade eden enformasyon obezitesinin günümüzde önemli bir sorun haline geldiği saptanmıştır. Ayrıca, Enformasyon obezitesi sorununa yönelik Türkiye’de politika oluşturmak ve projeler gerçekleştirmek için kamu kurum ve kuruluşlarının yanında bilim insanları ve sivil toplum örgütlerinin de desteğini alarak konu ile ilgili çalışmaların güçlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda konu kapsamında bilinçlendirme ve farkındalık etkinliklerinin artırılması özellikle çocuk ve gençlere yönelik sanatsal ve sporsal faaliyetler gibi etkinliklerin artırılmasına yönelik bulgular ortaya çıkmıştır. Ayrıca, medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık alanında okul öncesinden başlanarak orta öğretim, lise ve üniversite düzeyinde derslere eğitim müfredatında yer verilmesinin gerekliliği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Enformasyon Obezitesi, İnternet Bağımlılığı, Problemli İnternet Kullanımı, Teknoloji Bağımlılığı, Yeni İletişim Teknolojileri

ABSTRACT

The aim of this research is to examine problematic internet use and addiction in context of the increasing problem of information obesity. In this context, the counter-information policies implemented in Turkey are examined within the framework of authorized persons’ views in institutions and organizations in Turkey and academicians who have studies on the subject. This research is an important resource for filling gaps in the field and for the correct structuring of policies to be implemented in the process of combating information obesity. Furthermore, given the limited number of academic studies on problematic internet use and addiction in Turkey, it has the potential to provide resources for future research. In the study, interview technique, a qualitative

research method, was used to analyze policies to combat information obesity in Turkey. In this context, interviews were conducted with authorized persons in public institutions, organizations and expert academicians in Turkey.

A result of the analysis determined that information obesity, which refers to information pollution and overload, has become an important problem. Additionally, it was concluded that to create policies and realize projects in Turkey for these problems, studies on the subject should be strengthened with the support of scientists, non-governmental organizations, and public institutions and organizations. In this context, it was found that awareness-raising education and activities, especially artistic and sports activities for children and young people, should be increased. Also, it has been determined that media and digital literacy courses should be included in education curriculum from pre-school to the university level.

Keywords: Information Obesity, Internet Addiction, Problematic Internet Use, Technology Addiction, New Communication Technologies

Giriş

Dijitalleşme ile enformasyon üretimi artık sadece artmamakta ayrıca her geçen gün hızlanmaktadır. Fakat bu durum enformasyonun işlenmesi noktasında belirsizliği de beraberinde getirmektedir. Enformasyonun üretilmesi, yönetilmesi ve dağıtılması sürecinde toplumlar, enformasyon zengini haline dönüşmüştür. Ancak bu durum enformasyon iştahlılığının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Çünkü enformasyonun fazla depolanması, sosyal, politik ve duygusal alanlarda bir problem şeklinde enformasyon yoksunluğunun ya da enformasyon kıtlığının yerine geçmiştir. Bu durumun temel nedeni bireylerin hemen hemen emek vermeden ve az bir maddiyatla arzuladıkları kadar enformasyona ulaşabilmeleridir (Shenk, 2003, s. 396).

Mythily ve arkadaşları (2008, s. 9), Singapur'daki gençlerin internet kullanımını, yaygınlığını ve farklı etmenlerle olan ilişkilerini inceledikleri çalışmaya 2735 katılımcı üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir. Analiz sonucunda, bu gençlerin yüzde 17,1'inin günlük olarak 5 saat ve üzeri internete girdikleri, sadece yüzde 25'inin internete her gün bağlanmadıkları saptanmıştır. Araştırmacılar günlük 5 saat ve üzeri internet kullanımını, aşırı internet kullanımı olarak adlandırmaktadır. Araştırma sonucunda, gençlerden interneti gereğinden fazla kullananların ders notlarının ve akademik başarılarının, internette çok fazla zaman geçirmekten dolayı düştüğü de tespit edilmiştir. Araştırmada saptanan bir diğer önemli bulgu ise çalışmaya dâhil olan genç erkeklerin, kızlara nazaran iki kat daha fazla internet kullandığının tespitidir.

Kayrı ve Günüş (2016, s. 165) ise, yüksek ve düşük sosyo-ekonomik imkânlarla sahip öğrencilerin, internet bağımlılıklarını karşılaştırmalı şekilde ele aldıkları bir analiz gerçekleştirmiştir. Bu analiz sonucunda yüksek sosyo-ekonomik düzeye sahip olan ailelerin çocuklarının internet bağımlısı olma ihtimalinin, düşük sosyo-ekonomik düzeye

sahip ailelerin çocuklarına göre çok daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aytaç ve arkadaşları (2022, s. 440) ise, internet bağımlılığının siber zorbalık/mağduriyet, annelerle ve babalarla iletişim, arkadaşlarla ilişkiler ve diğer birtakım sosyodemografik faktörlerle ilişkisini incelemiştir. Araştırma 4 ayrı lise türünden, 8 farklı lisede eğitimini sürdüren 14 ve 19 yaş aralığındaki 320 öğrenci ile gerçekleştirmiştir. Çalışmanın bulgularına göre siber zorbalık ve siber mağduriyet artış gösterdiğinde, internet bağımlılığı da artış göstermektedir. Ayrıca araştırma sonucunda, arkadaş ilişkilerinde de anlaşamama durumu yükseldiğinde; siber mağduriyetin, internet bağımlılığının ve siber zorbalığın da doğru orantılı olarak arttığı saptanmıştır. Ancak, çalışmada aile içinde iletişimin artmasıyla birlikte siber zorbalık ve internet bağımlılığının düşme eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada saptanan bir diğer önemli bulgu ise, siber zorbalık gösteren ya da buna maruz bırakılan öğrencilerin internet bağımlılığı oranlarının da yüksekliğidir.

Alan yazında, internet bağımlılığı ve enformasyon obezitesi ile ilgili gerçekleştirilen araştırmaların genellikle ortaokul ve üniversite öğrencileri örneklemine gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu araştırmalarda internet bağımlılığı sonucun da oluşan enformasyon obezitesinin, farklı değişkenler çerçevesinde incelendiği ve gençler üzerindeki etkisine yönelik benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Türkçe ve yabancı literatürde bu alandaki çalışmaların enformasyon obezitesinin çocuk ve gençler üzerindeki etkilerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak, enformasyon obezitesi genel olarak etki ve neden bağlamında incelenmektedir. Bu durum da alan yazında enformasyonla mücadele politikalarının uzman görüşleri çerçevesinde irdelenmesi gerekliliği açısından bir boşluk oluşturmaktadır.

Türkiye'de enformasyon obezitesi ile mücadeleye yönelik eğitim, sağlık, spor ve sanat gibi alanlarda çok sayıda çalışma yapılmakta ve farklı politikalar uygulanmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Millî Eğitim Bakanlığı'nın müfredatlarında medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı dersleri bulunmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor

Bakanlığı da 81 ilde, gençlik merkezleri ve genç ofisler aracılığıyla spor, sanat, kültür alanlarında etkinlikler düzenlemekte ve gençleri bağımlılıktan korunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, internet bağımlılığı ve enformasyonla mücadeleyle yönelik olarak Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde İhtisas Komisyonu faaliyet göstermektedir. Benzer şekilde, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Ofisi koordinasyonunda Davranışsal Bağımlılıklar ile Mücadele Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı uygulanmaktadır. Görüldüğü üzere, çeşitli kamu ve kuruluşlarının enformasyonla mücadeleyle yönelik çalışmaları mevcuttur. Ancak, bu çalışmaların daha koordineli ve sistemli bir hale getirilmesi, İnternet bağımlılığı ve enformasyonla mücadele sürecinin daha etkin bir biçimde yürütülmesini sağlayabilir. Bu eksiklikten hareketle bu çalışma ile Türkiye'de enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarına yönelik akademisyen ve uzman görüşleri alınarak, çözüm, uygulama ve politika önerileri getirilmesi amaçlanmaktadır.

Enformasyon Obezitesi

Enformasyon obezitesi kavramı, çocuklardan yetişkinlere kadar her yaştaki bireyi etkisi altına alan bir bağımlılık türü olup, bireylerin sosyal ilişkilerini ve psikolojik durumlarını olumsuz etkilemektedir. Bu bağlamda enformasyon obezitesi kavramının tanımlanması gerekmektedir. Twitter, Facebook, YouTube, WhatsApp gibi sosyal medya platformları ya da online film izleme/oyun oynama gibi yeni medya alanlarında dijital cihazlar aracılığıyla aşırı içerik tüketilmesine enformasyon obezitesi adı verilmektedir. İnsanların dijital ortamlarda ulaştıkları doyumdan dolayı enformasyon obezitesi, temelde bağımlılarda içsel bir boşluğu doldurmaktadır. Bu doyum, insanların günlük hayatın baskısından uzaklaşmak, keyifli zaman geçirmek, sosyal medyadaki gelişmeleri kaçırmamak gibi amaçlarla kullanılan internette fazla zaman geçirildiği durumlarda artmakta ve bir bağımlılığa dönüşmektedir. Dijital ortamdaki bilgiler, obez insanlarda bulunan yağ fazlalığı gibi beyni kuşatmaktadır. Başka bir deyişle, fastfood tüketiminin sağlıksız gıdalar ve fazla kalori alımı ile insan vücuduna verdiği zararın bir benzeri, fazla enformasyon alımı ile insan zihninde gerçekleşmektedir (Baltaş, 2022). Enformasyon obezitesi; insan sağlığı ve sosyal ilişkilerinde olumsuz etkiler yaratan, belirgin miktarda veri ve dijital bağlantının yığılmasına sebep olan zihinsel bir süreç ve teknolojik bir durumdur (Leonard, 2018, s. 123). Dijitalleşme ile günümüzde insanlar daha fazla yalnızlaşmakta ve insani değerlerden uzaklaşmaktadır. Bu durum zihin şişmanlığı olarak da tanımlanan enformasyon obezitesinin, dijital içerikleri aşırı kullanma ile ortaya çıkan bir riske dönüşmesine neden olmaktadır (Kasap, 2022). Fiziksel

obezitenin dijital dünyadaki karşılığı olan enformasyon obezitesi, kullanıcının dijital ortamlarda zihinsel, bedensel ve ruhsal sağlığını etkileyen, aşırı düzeyde gereksiz ve bağlantısız içeriklere maruz kalmasıdır. Dijital içeriklerin çok fazla tüketilmesiyle kullanıcılar önce bağımlı olmakta bağımlı ve sonrasında birer enformasyon obezine dönüşmektedirler (Aytekin, 2021). Benzer şekilde Tarhan (2014) da dijital devrimin hızlı şekilde başlayıp ilerlediğini, bundan dolayı dijital devrimin dijital obezlere dönüştüğünü ve bireylerin enformasyon obezi hatta digiholic-dijikolik durumda olduklarını belirtmektedir.

Bilgisizlik gibi aşırı bilgi yükü ve kontrol edilemeyen bilginin de topluma fayda sağlamadığını kaydeden Postman (2013, s. 71), internet temelli bilgi fazlalığını oluşturan bu yeni dünyayı "peek-a boo" (cee-e) şeklinde isimlendirmektedir. Bu durumun sebebi ise, yeni dünya sisteminde, pek çok şeyin kısa bir zaman diliminde -bir dakikalığına- kendini gösterip sonrasında yok olmasıdır. Postman'ın görüşlerini destekleyen Johnson (2013) ise "The Information Diet" (Enformasyon Diyeti) isimli çalışmada yaşanan bu süreci, "Enformasyon obezitesi" adıyla kavramsallaştırmakta olup, "Toplumların karşı karşıya geldiği yeni bir cehalet salgını" olarak nitelendirmektedir. İlişkili literatür incelendiğinde Infobezite'nin yanında 'information overload' kavramının da aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir. "Information Overload" genel olarak bir kişiye hızlı biçimde verilen enformasyon süreci olarak betimlenmektedir (Hiltz & Turoff, 1985, s. 682).

İki kavrama da bakıldığında aşırı bilgi yüklemesi, bilgi bombardımanı ve benzeri anlamlar içerdikleri görülmektedir. Information Overload kavramı ilk kez Alvin Toffler tarafından kullanılmıştır. Toffler (1970, ss.343-355), bu kavramı tanımlarken, bir kişinin bir problemi algılamasında ve problemle ilişkili karar sürecinde yaşadığı kararsızlığa vurgu yapmaktadır. Bu kararsızlığın nedeni olarak Toffler, enformasyon kavramını öne sürmektedir. Düşünürce göre, insan kapasitesinin belirli sınırları vardır. Bu sebeple insan sistemine gereğinden fazla yüklenmesi performansın önemli derecede bozulmasına neden olmaktadır. Bu durumu Toffler, fabrikada bir üretim bandında önceden belirlenen zamanlarda düğmelere basmakla görevli bir işçi üzerinden örneklendirmektedir. İşçiye kapasitesini aşmayacak bir iş verildiği durumda, bu basit işi yaparken sıkıntı yaşamayacaktır. Bununla birlikte yapılan işin kapasitesi çoğaltıldığında, işçi sıkıntı yaşamaya başlayacaktır. Zira işlerin sayısı çoğalırken, karar verme süreci de hız kazanmaktadır. Yani kısa zamanda birden çok işle ilgilenilmesi, zihinsel etkinliği olumsuz olarak etkilemektedir. Toffler'a göre, "Beden aşırı çevre faktörlü bir uyarı altında çökerken, zihin ve karar alma aşamaları da aşırı yüklenme

noktasında sistemsiz davranmaya başlamaktadır.”

Dolayısıyla bireylerde fazla bilginin varlığı da aşırı fiziksel yüke benzer biçimde bireyler açısından problem oluşturmaktadır (Williamson & Eaker, 2012, s. 1-3). Enformasyon fazlalığı ve karar alıp verme arasında, ters u (inverted u-curve) ilişkisi mevcuttur. Dolayısıyla, fazla enformasyon yükü, zihinsel karmaşaya neden olmaktadır. Bu durum da eski bilgilerin anımsanmasını ve karar alıp verme sürecini olumsuz şekilde etkilemektedir (Eppler & Mengis, 2004, s. 326). Enformasyon yüklemesi ise; karar alan kişinin, çeşitli büyüklük ve karmaşıklık düzeyinde verilerle karşılaşması sonucu oluşan bir fazlalıktır. Bu veriler, karmaşık, fazla, karışık, tutarsız veya benzer nitelikte olabilir. Bu yükleme durumu da karar verici konumdaki kişinin olası en iyi kararı en uygun biçimde verme kapasitesinin önüne geçmektedir (Roetzel, 2019, s. 6). EAY olarak kısaltılan enformasyon oranındaki fazlalık ve algılama problemi, “enformasyonun kişilerce göz ardı edilen, unutulmuş, çarpıtılan ya da kaybedilen” yönünün altını çizmektedir (Heylighen, 2002, s. 13).

Konuyla ilgili Van Cuilenburg ve Noomen’ın (1984, s. 52) “enformasyon fiyaskosu” ve 1997’de David Schenk’in “veri dumanı” nitelemeleri ayrıca dikkat çekicidir (akt. Dijk, 2018, s. 302). Ancak (Johnson, 2013, s. 95), Information Overload (Enformasyon Aşırı Yükleme-EAY) kavramının günümüzdeki aşırı enformasyon tüketimi ve kişilere etkisini açıklamakta yetersiz kaldığını vurgulamaktadır. Düşünür, aşırı ve sağlıksız beslenme sonucu ortaya çıkan ‘obezlik’ benzer bir biçimde, aşırı ve gereksiz enformasyon yüklemesinin de psikolojik sağlık sorunları yarattığını ileri sürmektedir. Dolayısıyla yaşanan durumu ifade etmek için, enformasyon obezitesi kavramını önermektedir.

Araştırmmanın Amacı

Bu araştırmanın temel çıkış noktası, problemlili internet kullanımı ve internet bağımlılığı ile giderek artan enformasyon obezitesi sorununa yönelik kapsamlı mücadele politikalarının gerekliliğidir. Bu doğrultuda, çalışmada Türkiye’de uygulanan enformasyonla mücadele politikalarının bir çerçevesini çizmek amacıyla kamu kuruluşları yetkilileri ve konu kapsamında çalışmaları bulunan akademisyenlerin görüşlerinin incelenmesi hedeflenmiştir.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Araştırma evrenini, Türkiye’de enformasyon obezitesi ile mücadele alanında faaliyet gösteren tüm kamu kuruluşlarının yetkilileriyle, bu alanda uzman olan

akademisyenler/bilim insanları oluşturmaktadır.

Araştırma örnekleme ise, amaçlı örneklem yöntemi ile belirlenmiştir. İlgili kamu kurum yetkilileri olarak, Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın Gençlik Merkezleri Dairesi Başkanlığı, Türkiye Cumhuriyeti Millî Eğitim Bakanlığı’nın Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi’nin Siber Güvenlik Dairesi Başkanlığı’nın yetkili birim sorumluları örnekleme dâhil edilmiştir. Bu kurumların ilgili birim temsilcilerinin örnekleme dâhil edilmesinin sebebi, bu alanda yetkin birimler olarak enformasyon obezitesi ile mücadele için politikaları üretme kapasiteleridir. Uzman akademisyenler olarak ise Türkiye Cumhuriyeti Marmara Üniversitesi ile Türkiye Cumhuriyeti Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’nde enformasyon obezitesi ile mücadele hususunda akademik çalışmalar yapan bilim insanları örnekleme dâhil edilmiştir. Bu alanda akademik çalışmaları bulunan bilim insanlarının araştırmanın bu basamağına dâhil edilmelerinin nedeni ise alanda yetkinliği bulunan uzmanlar olmalarıdır.

Araştırma dönemi, zaman ve maliyet kısıtlılıkları nedeniyle, birim yetkilileri ve bilim insanları ile görüşmelerin gerçekleştirildiği 2023-2024 yılları ile sınırlandırılmıştır. İlerleyen dönemlerde, ilgili kuruluşların enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarında değişiklikler meydana gelme olasılığı da bulunmaktadır. Ayrıca, çalışmanın bu basamağı, Türkiye’de enformasyon obezitesi ile mücadele sürecinin başladığı 2000 yılından 2024 yılına kadar uygulanan politikalar ve faaliyetleri merkeze almaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, Türkiye’de enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarının analizi için nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Görüşme tekniği olarak bu çalışmada, yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış olup; önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak görüşme sürecinde sistematik ve erişilebilir bilgiye erişilmesi amaçlanmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2005).

Yapılandırılmış görüşme (formel); soruların ve yanıt seçeneklerinin verilmesi ile toplandığı bir görüşme türüdür. Karasar (2010, s. 167), bu görüşme türünde ne tür soruların ne şekilde sorulacağı, hangi verilerin toplanacağını ayrıntılı şekilde belirlendiğinin önceden hazırlanmış bir plan dâhilinde yapıldığına vurgu yapmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye’de faaliyette bulunan; kamu kurum ve kuruluşlarında yer alan uzmanlar ve ilgili akademisyenlerle

görüşme tekniğinden faydalanılarak çalışmanın amacı doğrultusunda verilere ulaşılması planlanmıştır.

5 sorudan oluşan yapılandırılmış görüşme formunun hazırlanması aşamasında, Erdemi (2021)'in "Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Problemlı İnternet Kullanımının İncelenmesi" başlıklı doktora tez çalışması ve Safran (2022)'nin "İnternet Bağımlılığı: Türkiye'de Yapılan Çalışmalar ve Uzman Görüşleri Işığında Bir Değerlendirme" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılmıştır.

Yapılandırılmış görüşme formunda şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Problemlı internet kullanımı ve enformasyon obezitesini nasıl tanımlarsınız?
2. Problemlı internet kullanımının enformasyon obezitesi üzerindeki etkisi nedir?
3. Ülkemizde enformasyon obezitesi hakkında yeterli farkındalık ve bilinç oluşup oluşmadığına dair gözlemlerinizi nelerdir?
4. Özellikle pandemi sürecinde uzaktan öğretim dolayısıyla çocuk ve gençlerin kişisel bilgisayar veya tablet sahibi olmaları ve interneti yoğun kullanmalarının problemlı internet kullanımı ve enformasyon obezitesine etkisi olup olmadığına dair bilimsel veriler veya gözlemlerinize dayanarak neler söylersiniz?
5. Türkiye'de problemlı internet kullanımı ve enformasyon obezitesi ile mücadele politikaları nelerdir? Bu konuda ulusal bir politika geliştirilmiş midir? Hangi kurumların sorumluluk üstlenmesi ve nasıl bir politika oluşturulması gerekir? Mevcut durumla ilgili tespitleriniz ve önerileriniz nelerdir?

Soru formunda örneklem dâhiline alınan katılımcıların problemlı internet kullanımı ve enformasyon obezitesini tanımlama biçimleri; bu sorunlara yönelik Türkiye'deki farkındalık düzeyi ile ilgili değerlendirmeleri, problemlı internet kullanımının enformasyon obezitesi üzerindeki etkisini değerlendirme biçimleri, Covid-19 pandemisinin enformasyon obezitesi ve problemlı internet kullanımı üzerindeki etkilerine yönelik görüşleri, Türkiye'deki mücadele politikalarına yönelik görüşlerini belirleme amaçlı sorular yer almaktadır.

Araştırmada alanında uzman 3 akademisyen ve Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Gençlik Merkezleri Dairesi Başkanlığı, Türkiye Cumhuriyeti Millî Eğitim Bakanlığı'nın Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü ile Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi'nin Siber Güvenlik Dairesi Başkanlığı'nın

yetkili birim sorumluları olmak üzere toplamda 6 farklı yetkili kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada, e-görüşme olarak nitelendirilen e-posta yoluyla veriler toplanmış olup; örneklem dahilinde erişilmesi planlanan kamu kurumu ve akademisyenlere görüşme formu e-posta üzerinden ulaştırılmıştır. Aynı e-posta içerisinde katılımcılara Türkiye Cumhuriyeti Kocaeli Üniversitesi 21.03.2023 tarihli, 385718 sayılı Etik Kurul Kararı ile araştırma amacını açıkça anlatan ve çalışmaya rızaları ile katıldıkları ibaresi içeren bir onam formu gönderilerek katılımcılardan imzalı aydınlatılmış onam formu alınmıştır. Sonuçlar, uzmanların ve kurumların verdiği cevaplar neticesinde aşağıdaki soru başlıkları altında aktararak analiz edilmiştir. Çalışma kapsamına dâhil edilen kurumlarda görev alan katılımcıların ad ve soyadları verilmeyip kurum isimleri K1, K2, K3 şeklinde, akademisyenler de akademisyen 1, akademisyen 2 ve akademisyen 3 şeklinde verilerek kodlama yapılmıştır. Veriler betimsel olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

1. Problemlı internet kullanımı ve enformasyon obezitesini nasıl tanımlarsınız?

Katılımcılar problemlı internet kullanımını ve enformasyon obezitesini şu şekilde tanımlamaktadır:

K-1, enformasyon obezitesini aşırı internet kullanımından kaynaklanan bilgi fazlalığı, K-2, gençlerin ve çocukların internette fazla zaman geçirmesine bağlı olarak oluşan bilgi kirliliği olarak tanımlamıştır K-3 ise, daha geniş perspektifle enformasyon obezitesi ile problemlı internet kullanımı arasındaki farklara değinerek, problemlı İnternet kullanımı sanal dünyayı kullanıcıların bilinçsiz kullanımından kaynaklanan riskler olarak tanımlamaktadır.

Görüşülen üç katılımcının tamamı, kavramı İnternet üzerinde fazla zaman geçirme ve aşırı bilgiye maruz kalma olarak ele almakla birlikte, K-3 problemlı İnternet kullanımı ve enformasyon obezitesi arasındaki ilişkiye de vurgu yapmıştır.

Akademisyen 1, sorunlu internet kullanımını, kullanıcıların aşırı ya da hatalı İnternet kullanımı sonucunda günlük hayatı ve sorumlulukları etkilemesi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, internet erişimi olmadığında, bağımlıların yoksunluk belirtileri gösterdiğini ve olumsuz sonuçlara rağmen kullanıma devam edildiğini de vurgulamıştır. Bu bağlamda enformasyon obezitesi kavramını ise, enformasyonun aşırı tüketimi olarak tanımlamış ve günümüzde insanların çok fazla bilgiye anında ulaşabiliyor olmasından dolayı bu

durumun bir problem haline geldiğini belirtmiştir. Akademisyen 2 ise, internet bağımlılığının artan teknoloji kullanımıyla teknoloji bağımlılığına ve bunun alt dallarından olan problemlili internet kullanımına yol açtığını vurgulamıştır. Bu durumun kullanıcıların sosyal hayatına olumsuz yansımalarından hareketle, enformasyon obezitesini internetin aşırı kullanımıyla bireyin dijitalde devam eden bilgi akışına maruz kalması olarak ifade etmektedir. Akademisyen 3 ise, yeni iletişim teknolojilerinin birçok çalışmada tekno-iyimser bir açıdan değerlendirildiği ancak bu mecralardan gönderilen içeriklerin çok fazla olmasından dolayı bireylerin zihinlerinin şişmesine yol açtığını dile getirmiştir. Bu durumun ise bireyin önemli bilgilere zamanla duyarsızlaşmasına ve interneti sorunlu kullanmasına neden olduğunu vurgularken, enformasyon obezitesini ise internette enformasyon bombardımanına maruz kalınmasıyla oluşan olumsuz sonuçlar olarak tanımlamaktadır.

Görüşülen akademisyenlerden tümü kullanıcıların aşırı ya da hatalı internet ve teknoloji kullanımı sonucu problemlili internet kullanımının var olduğunu, enformasyona fazla maruz kalmanın da enformasyon obezitesi yarattığını ifade etmektedir. Ayrıca akademisyen 1, kullanıcıların enformasyon bombardımanı sonrası bilişsel yorgunlukla karşılaştıklarını vurgulamıştır.

2. Problemlili internet kullanımının enformasyon obezitesi üzerindeki etkisi nedir?

Katılımcılar problemlili internet kullanımının enformasyon obezitesi üzerindeki etkisini şu şekilde açıklamaktadır:

K-1 problemlili internet kullanımının misenformasyon ve dezenformasyonu arttırdığını ve bireylerin İnternet tabanlı olarak yayılan yanlış ya da eksik bilgileri kabul etme eğilimini yükselttiğini belirtmiştir. K-2 ise problemlili internet kullanımının özellikle gerçeklik algısını olumsuz etkilediğini ve sorgulamadan bu bilgilerin kabulünün enformasyon obezitesi oluşturduğunu ifade etmiştir. K-3 ise aşırı internet kullanımının maruz kalınan bilgiyi yükselterek analiz yeteneğini düşürdüğünü dile getirmiştir.

Tüm katılımcılar problemlili internet kullanımının maruz kalınan verinin artışı ve süresine bağlı olarak enformasyon obezitesi oluşturduğunu vurgulamaktadır. Bu probleme çözüm olarak da birinci ve üçüncü katılımcı, güvenilir kaynak kullanımı ve bireyin yeni medya okuryazarlığı becerisini geliştirmesi gibi önerilerde bulunmaktadır.

Akademisyen 1, internetin sorunlu kullanımında sürenin ayarlanamaması durumunda bağımlılık ve tavşan deliği

etkisinin enformasyon obezitesine kaynak oluşturduğunu ifade etmiştir. Ayrıca hatalı ve tek yanlı kaynaklara yönelinmesiyle de filtre balonu, yankı odası ve siberbalkonizasyon gibi veri setlerinin oluştuğunu belirtmiştir. Akademisyen 2 ise sosyal ağlarda sürenin ayarlanamaması durumunun internetin problemlili kullanılmasına neden olduğunu ve çok sayıda içeriğe maruz kalmanın dolayısıyla enformasyon obezitesini tetiklediğine değinmiştir. Ayrıca akademisyen 2, internet kullanıcılarının gerçek hayattan uzaklaşmasıyla birlikte sanal ortama yöneldiklerini ve bu sanal dünyada aşırı enformasyon akışıyla karşılaşmalarından dolayı sorgulama ve düşünme becerilerinin de zayıfladığını ifade etmiştir. Akademisyen 3 ise internetin problemlili kullanımını bireyler üzerinde negatif etki oluşturduğunu belirtmiştir. Ayrıca, problemlili internet kullanımının kontrolsüzlük, zamanı boşa geçirme ve finansal ve sosyal olumsuzluklarla ilişkilendirildiğini vurgulamıştır. İnternette geçirilen sürenin yönetilememesi ve tüketilen içerik miktarının belirlenememesi ile enformasyona duyarsızlaşma gibi faktörlerin internetin problemlili kullanıldığına işaret ettiğini de belirtmiştir.

Görüşülen akademisyenlerin tümü internette geçirilen sürenin yönetilememesinin olumsuz sonuçlarına yoğunlaşmıştır. Akademisyen 1, bağımlılık ve tavşan deliği etkisinin enformasyon obezitesine kaynak oluşturduğunu belirtirken, akademisyen 2 ve akademisyen 3 çok sayıda içeriğin tüketilmesiyle enformasyon obezitesini tetiklediğini vurgulamıştır.

3. Ülkemizde enformasyon obezitesi hakkında yeterli farkındalık ve bilinç oluşup oluşmadığına dair gözlemlerinizi nelerdir?

Katılımcılar ülkemizde enformasyon obezitesi hakkında yeterli farkındalık ve bilinç oluşup oluşmadığına dair gözlemlerini şu şekilde açıklamaktadır:

K-1 konu kapsamında eğitim teknolojileri yatırımlarının yapılmasıyla teknolojinin bilinçli kullanılması ve internette edinilen bilgilerin doğruluğunun da sorgulanmasının amaçlandığını vurgulamıştır. Dijital Vatandaşlık Eğitimi (DVE) bağlamında geliştirilebilecek yetkinliklerle enformasyonla mücadele hedeflerin yer alması gerektiğini belirtmiştir. K-2 ise, kurumların kendi çapında farkındalık çalışmalarında bulundukları, özellikle hayata geçirdikleri projelerle soruna dikkat çektiklerini fakat kapsayıcı bir politikanın varlığından söz edilemeyeceğini belirtmiştir. K-3 ise enformasyon obezitesi ile mücadelede birden fazla bakanlığa sorumluluk düştüğünü belirtmiştir. Ancak bu konuda, İletişim Başkanlığı tarafından gerçekleştirilecek farkındalık ve eğitim çalışmalarının toplumun tamamını kapsayacak şekilde

artırılması gerektiğini vurgulamıştır.

Görüşülen katılımcılardan K-2 ve K-3 enformasyon obezitesi ile mücadele bağlamında bakanlıklar ve Cumhurbaşkanlığına bağlı kurumlarda farkındalık çalışmalarının artırılması gerektiğine vurgu yaparken, K-1 ise Dijital Vatandaşlık Eğitimleri çerçevesinde kullanıcıların dijital ortamda daha donanımlı hale gelebileceğine değinmektedir.

Akademisyen 1, medya okuryazarlığı, yeni medya okuryazarlığı ve algoritma okuryazarlığı ile ilgili bilim dünyası ve sivil toplum kuruluşlarının farklı yaş gruplarına yönelik çeşitli atölyeleri ve faaliyetleri bulunduğunu, fakat sistemli bir kamu politikasına gereksinim duyulduğunu belirtmiştir. Akademisyen 2 ise, Yeşilay tarafından teknoloji bağımlılığına yönelik farkındalık çalışmalarının yapıldığını ifade etmiştir. Ayrıca, teknoloji bağımlılığından dolayı oluşan dijital hastalıkların bilimsel alanda incelendiğini de vurgulamıştır. Ancak, ailelerin bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalara ihtiyaç olduğunun da altını çizmiştir. Akademisyen 3 ise, enformasyon obezitesi ile mücadele konusunda ulusal ve uluslararası alanda akademik çalışmaların üretildiğini, internetin sorunlu kullanımına yönelik birçok ülkede yasal düzenlemelerin yapıldığını belirtmiştir. Ancak, Türkiye açısından konu ile ilişkili uzun süreli politikaların oluşturulması gerektiğini, bu amaçla da kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ile akademisyenlerin iş birliklerinin geliştirilmesinin önemine değinmiştir. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk projeleri ve kamuoyunu bilinçlendirme çalışmaları yapılmasının gerekliliğine de vurgu yapmıştır.

Görüşülen akademisyenlerden akademisyen 1 ve akademisyen 3'ün konu ile ilgili olarak bir kamu politikasının oluşturulması gerektiğine vurgu yaptıkları görülmektedir. Ayrıca, akademisyen 2 ve akademisyen 3 enformasyon obezitesine yönelik kamuoyunu ve paydaşları bilinçlendirmenin de önemine değinmiştir.

4. Özellikle pandemi sürecinde uzaktan öğretim dolayısıyla çocuk ve gençlerin kişisel bilgisayar veya tablet sahibi olmaları ve interneti yoğun kullanmalarının problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesine etkisi olup olmadığına dair bilimsel veriler veya gözlemlerinize dayanarak neler söylersiniz?

Katılımcılar özellikle pandemi sürecinde uzaktan öğretim dolayısıyla çocuk ve gençlerin kişisel bilgisayar veya tablet sahibi olmaları ve interneti yoğun kullanmalarının problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesine etkilerini şu şekilde ifade etmektedir:

K-1 Covid-19 ile dijital teknolojilerin etik ve güven içinde

kullanılmasının gerekliliğini vurgulamıştır. Ayrıca, internet ile teknolojinin amacı doğrultusunda kullanıldığı takdirde enformasyon obezitesini tetiklemeyeceğini belirtmiştir. K-2 ise pandemiden dolayı online eğitim süreci teknolojik cihazların kullanımını arttırdığına vurgu yapmıştır. K-3 ise pandemi sürecinde çocukların dijital araçlarla daha fazla vakit geçirmesinden dolayı teknoloji ve internete olan bağımlılığın arttığını ifade etmiştir. Bu durumun da problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesi riskini artırabileceğini vurgulamıştır.

Görüşülen üç katılımcıdan ikisi enformasyon obezitesi riskinin pandemiyle artışına vurgu yaparken, biri pandemi döneminde de amaç doğrultusunda kullanılan internetin yüksek enformasyon obezitesi riski yaratmadığını belirtmiştir.

Akademisyen 1, pandemide pek çok ücretli ya da ücretsiz çevrim içi etkinlik oluşturulduğunu ancak öğrencilerin bu etkinliklerden kendilerine katkı oluşturabileceklerini seçmede sıkıntı yaşadıklarını ifade etmiştir. Akademisyen 2 ise, Türkiye ve dünyada pandemide ekran sürelerinde artışlar yaşandığına dair çalışmaların yapıldığını vurgulamıştır. Ayrıca, pandemiyle birlikte artan teknoloji/internet kullanımının birçok içeriğin de tüketilmesine zemin hazırlayarak enformasyon obezitesinin oluşmasına neden olduğunu belirtmiştir. Ancak, çocukları teknolojiden uzak tutmaktansa onlara kontrollü teknoloji kullanımının aşılmasıyla, bu problemle baş etmek için önemli bir adım atılacağını ifade etmiştir. Akademisyen 3 ise pandemiyle tüm toplumun internet ile olan ilişkisinde artış olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, uzaktan eğitimden dolayı toplu olarak ve uzun süreli bir biçimde mobil cihazlara ve bilgisayarlara maruz kalınmasının, enformasyon obezitesini tetiklediğini belirtmiştir.

Görüşülen akademisyenlerden üçü de pandemiyle ekran sürelerinde bir artış yaşanmasına bağlı olarak enformasyon obezitesinin oluştuğuna vurgu yapmaktadır. Ancak, ikinci akademisyenin çocukları teknolojiden soyutlamaktan ziyade onlara kontrollü teknoloji kullanımının öğretilmesi gerekliliğinin altını çizdiği görülmektedir.

5. Türkiye’de problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesi ile mücadele politikaları nelerdir? Bu konuda ulusal bir politika geliştirilmiş midir? Hangi kurumların sorumluluk üstlenmesi ve nasıl bir politika oluşturulması gerekir? Mevcut durumla ilgili tespitleriniz ve önerileriniz nelerdir?

Katılımcılar Türkiye’de problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesi ile mücadele politikaları bağlamında şu şekilde açıklamaktadır:

K-1 konu ile ilişkili olarak çok sayıda bakanlık ve Cumhurbaşkanlığına bağlı kurumların gençlere, ebeveyn ve öğretmenlere yönelik çeşitli çalışmalar yaptıklarını, eylem planları uyguladıklarını belirtmiştir. Bu süreçte sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün de desteği alınarak çalışmaların yaygınlaştırılması gerektiğini, okul öncesinden başlanarak eğitimin her kademesinde medya ve bilgi okuryazarlığının müfredat ve ders programlarında yer alması gerektiğini de vurgulamıştır. K-2 ise gençlik merkezleri ve gençlik ofisleri ile spordan sanata kültürden geziye kadar farklı eğitim ve etkinliklerin yürütüldüğünü ifade etmiştir. Ayrıca kurumların kendi bünyesinde faaliyetlerde bulunduklarını belirtmiş ancak kapsayıcı politikaların ve bu doğrultuda gerekli çalışmaların hayata geçirilmesinin önemli olduğunu ifade etmiştir. K-3 ise 2024-2028 yıllarını kapsayan On İkinci Kalkınma Planı çerçevesinde bu konuya yönelik politika ve tedbirlerin belirlendiğini belirtmiştir. Ayrıca Sağlık Bakanlığı tarafından “Davranışsal Bağımlılıklar ile Mücadele Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı-2019-2023” kapsamında da teknolojinin ve internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımının tanımlandığını vurgulamıştır. Ancak, konunun bütüncül olarak ele alınması ile daha kapsamlı çalışmaların yürütülmesi gerektiğine vurgu yapmıştır.

Görüşülen katılımcıların üçü de enformasyon obezitesi ile mücadele kapsamında kapsayıcı ve bütüncül bir yaklaşımla çalışmaların hayata geçirilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Ancak, katılımcılar enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarına yönelik görüşlerini çalıştıkları kurumun faaliyetleri doğrultusunda özelleştirmiştir.

Akademisyen 1, “On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Sağlıklı Yaşam ve Bağımlılıkla Mücadele Çalışma Grubu”nun teknoloji bağımlılığı bölümüne bir politika olarak vurgu yapmıştır. Akademisyen 2 ise, Türkiye genelinde belirgin bir politikanın mevcut olmadığını dile getirmiştir. Ancak dijital okuryazarlık eğitimlerinin verildiğini ve farkındalık çalışmalarının düzenlendiğini vurgulamıştır. Daha kapsamlı bir politika için ise ilgili bakanlıkların iş birliği içerisinde çalışmalarda bulunmalarının faydalı olabileceğini belirtmiştir. Akademisyen 3 ise Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığı’nın konu ile ilgili önemli çalışmalarda bulunduğunu belirtmiştir. Ayrıca, sivil toplum kuruluşları arasında Yeşilay’ın da enformasyon obezitesiyle mücadele kapsamında çalışmalarda bulunduğunu vurgulayarak, farklı paydaşların da sürece dâhil edilmesinin ve küresel çaptaki faaliyetlerde bulunulmasının var olan durumun iyileştirilmesinde önemli olduğunu vurgulamıştır.

Görüşülen tüm akademisyenlerin konu kapsamında farklı çalışmalara yer verdiği görülmektedir. Ancak üçü de enformasyon obezitesi ile mücadelede kamu kurum ve

kuruluşları ve paydaşlar arasındaki iş birliğinin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital çağ ya da teknoloji çağı olarak adlandırdığımız günümüzde, internet ve dijital cihazların dünya çapında özellikle savunmasız ve karar verme yetileri henüz tam anlamıyla gelişmemiş olan çocuk ve gençler başta olmak üzere toplumun tüm kesimlerini de etkisi altına almıştır. Özellikle bireylerin boş zamanlarını keyifli hale getiren dijital cihazlar tüm boş zaman etkinliklerini dönüştürmektedir. Günümüzde çevrim içi oyunların oynanması, sosyal medyada diğer bireylerle sürekli iletişim kurulması, kısa reels videoların izlenmesi, online şans oyunları ve kumar oynanması gibi etkinliklerden, dijitalleşmenin insan yaşamını dönüştürdüğü görülmektedir. Ayrıca Covid-19 pandemisi ile, ortaya çıkan sosyal hayat kısıtlamaları farklı ülkelerde, eğitim ve çalışma hayatında dijitalleşmenin artmasında belirleyici olmuştur. Tüm bu etmenlere bağlı olarak aşırı, amacı dışında ve kontrolsüzce kullanılan internet ve dijital içeriklerin sorgulanmadan yüzeysel bir biçimde tüketilmesi sonucu, kullanıcılar birer enformasyon obeziteye dönüşmektedir. Dolayısıyla enformasyon obezitesinin yayılma alanı genişleyerek, her kesimden bireyin enformasyon obezitesine yakalanma oranı artmaktadır.

Bu doğrultuda, bu araştırmanın amacı, problemleri internet kullanımı ve internet bağımlılığı ile giderek artan enformasyon obezitesi sorunu bağlamında Türkiye’de uygulanan mücadele politikalarının bir çerçevesini çizmektir. Bu doğrultuda ilgili kamu kurumu yetkilileri ve uzman akademisyenler ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucunda, katılımcıların problemleri internet kullanımı ve enformasyon obezitesi kavramına yönelik ifadelerindeki ortak noktalar olduğu gibi farklılıklar da olduğu saptanmıştır. Millî Eğitim Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilileri problemleri internet kullanımını, sanal ortam, internet ve sosyal medyada aşırı zaman geçirilmesi, kullanımın artışı veya bu mecraların aşırı kullanılması olarak tanımlamıştır. Buna karşın, Dijital Dönüşüm Ofisi bu araçların sağlıksız olarak kullanımını da tanıma eklemiştir. Ayrıca, görüşülen akademisyenlerden ikisinin de kavramlarla ilgili olarak artan ve aşırı kullanım ibarelerini kullandığı saptanmıştır. Buna karşın görüşülen bir diğer akademisyen ise problemleri internet kullanımını, kontrolsüz zaman geçirme edimi üzerinden tanımlamıştır. Enformasyon obezitesi kavramı ise, Millî Eğitim Bakanlığı ve Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilileri tarafından aşırı bilgiye maruz kalmak ve tüketmek şeklinde ifade edilmiştir. Gençlik ve

Spor Bakanlığı yetkilisi ise kavramı bilgi kirliliği şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca görüşülen, akademisyenlerden ikisi kavramı enformasyonun aşırı tüketimi, aşırı bilgiye maruz kalınması şeklinde tanımlarken, diğer akademisyen enformasyon bombardımanının olumsuz sonuçları olarak kavramsallaştırmıştır.

Görüşülen kişilerin problemleri internet kullanımının enformasyon obezitesi üzerindeki etkisine yönelik değerlendirmelerindeki ortak noktalar ve farklılıklar ise şunlardır: Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi problemleri internet kullanımının gençlerin eleştirel düşünme becerilerini zayıflattığını, Gençlik ve Spor Bakanlığı yetkilisi gençlerin gerçeklik kavramını ve araştırma becerilerini yitirmelerine neden olduğunu, Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi ise bireylerin bilginin doğruluğunu ve geçerliliğini analiz edememelerine neden olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda bu üç kurumun birim yetkilileri, problemleri internet kullanımının dijital ortamda sunulan içeriklerin sorgulanmadan kabul etmesini eleştirmiştir. Dolayısıyla, Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi görüşmede bilgi okuryazarlığına ve gelen bilgilerin süzgeçten geçirilmesinin dezenformasyonla mücadelede önemli olduğuna vurgu yapmıştır. Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi ise kullanıcıların bilinçli şekilde interneti kullanarak bilgiyi değerlendirebileceklerini ve enformasyon obezitesi riskinin azaltılabileceğine dikkat çekmiştir.

Bu konuyla ilgili olarak akademisyen görüşmelerinin de farklılaştığı görülmüştür. Görüşülen akademisyenlerden biri internetteyken zamanın kontrol edilememesi (Bağımlılık ve tavşan deliği etkisi), hatalı ve tek yanlı kaynaklara (filtre balonu, yankı odası etkisi ve siberbalkanizasyon gibi sorunlara) bağlanmanın problemleri internet kullanımı oluşturduğunu ve bu durumun da enformasyon obezitesini artırdığını ifade etmiştir. Görüşülen bir diğer akademisyen, problemleri internet kullanımının giderek artmasıyla kullanıcıların enformasyon bombardımanına maruz kaldığını, dolayısıyla sorgulama ve düşünme becerilerinin de zayıfladığını vurgulamıştır. Görüşülen üçüncü akademisyen ise, problemleri internet kullanımını zamanın boşa geçirilmesi, kontrolsüzlük, finansal ve sosyal olumsuzluklar, tüketilen enformasyon miktarının belirlenememesi ve zamanla kullanıcının içeriklere karşı duyarsız hale gelmesi olarak ifade etmiştir. Bu çerçevede akademisyen 1 ve akademisyen 3'ün, kullanıcıların internette iken zamanı kontrol edemediklerini belirttikleri, akademisyen 2'nin ise internetin sorunlu kullanılması ve kullanıcıların içeriklere maruz kalmasıyla eleştirme becerilerinin zayıfladığına vurgu yaptığı görülmektedir.

Katılımcıların Türkiye'de enformasyon obezitesi hakkında yeterli farkındalık ve bilinç oluşup oluşmadığına dair

gözlemlerine yönelik ifadelerindeki ortak noktalar, farklılıklar şunlardır: Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi, Bilişim Teknolojileri ve Yazılım dersi kazanımlarının ve içeriğinin Dijital Vatandaşlık Eğitimi (DVE) alanları kapsamında geliştirildiğini vurgulamıştır. Ayrıca, bu derslerin eleştirel düşünme, problem çözme, bilişim okur-yazarlığı, dijital vatandaşlığı kapsayacak bir biçimde genişletildiğini de vurgulamıştır. Gençlik ve Spor Bakanlığı yetkilisi ise, her kurumun kendi bünyesinde farkındalık çalışmaları gerçekleştirdiğini, hayata geçirilen projelerle bu probleme dikkat çektiklerini fakat kapsayıcı bir politikanın oluşturulmadığına vurgu yapmıştır. Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi ise, kullanıcıların enformasyon obezitesine karşı bilinçlendirilmesine yönelik çalışmaların artırılması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca dezenformasyonla mücadele konusunda İletişim Başkanlığı sorumluluğunda çalışmaların arttığını belirten Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi, konu kapsamında özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'na büyük sorumluluk düştüğünü vurgulamıştır. Bu bağlamda, Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Dijital Dönüşüm Ofisi yetkililerinin enformasyon obezitesi ile mücadele konusunda farkındalık çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiğini ifade ettiği görülürken, Millî Eğitim Bakanlığı'nın Dijital Vatandaşlık kavramını ön plana çıkardığı görülmektedir.

Akademisyen 1 ise, medya okuryazarlığı, dijital medya okuryazarlığı ve algoritma okuryazarlığını ön plana çıkarmıştır. Ayrıca bilim dünyası ve sivil toplum kuruluşlarının konu kapsamında farklı yaş grupları için atölyeler/çalışmalar gerçekleştirdiğini ancak konu hakkında sistematik bir kamu politikasına ihtiyaç duyulduğuna dikkat çekmiştir. Akademisyen 2, Yeşilay'ın teknoloji bağımlılığına yönelik çok sayıda sosyal farkındalık çalışması yaptığını, ayrıca bilimsel çalışmalarda da konunun bir dijital hastalık olarak ele alındığını vurgulamıştır. Ancak aileler için yapılan farkındalık etkinliklerinin yeterli olmadığına ve ailelere yönelik etkinliklerin artırılması gerektiğine vurgu yapmıştır. Akademisyen 3 ise enformasyon obezitesi ile mücadele için farkındalık çalışmaları ile kamuoyunun bilinçlendirilmesi gerekliliğine vurgu yapmıştır. Bu doğrultuda sosyal sorumluluk projelerine yer verilmesi gerektiğini, mücadelede uzun süreli politikaların hayata geçirilmesi gerektiği de vurgulamıştır. Ayrıca Millî Eğitim Bakanlığı ve Yüksek Öğretim Kurumu gibi kurumlar ile sivil toplum örgütleri ve akademisyenlerin birlikte çalışmalar yapması gerektiğine değinmiştir. Bu çerçevede görüşülen akademisyenlerden ikisinin enformasyon obezitesi ile mücadele için kurumlararası iş birliğinin önemine değinmiştir. Ayrıca her üç akademisyen de konuya yönelik farkındalık çalışmalarına ağırlık verilmesi gerekliliğine dikkat çekmiştir. Bunun yanı sıra, iki akademisyenin enformasyon

obezitesi ile mücadele için bütüncül bir politikanın oluşturulması gerektiğine de vurgu yaptığı da görülmektedir.

Görüşülen kişilerin özellikle pandemi sürecinde uzaktan öğretim dolayısıyla çocuk ve gençlerin kişisel bilgisayar veya tablet sahibi olmaları ve interneti yoğun kullanmalarının problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesine etkisine yönelik ifadelerindeki ortak noktalar ve farklılıklar şöyledir; Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi, dijital cihazlar ve enformasyon obezitesi arasında doğrudan ilişki oluşturmanın doğru olmayacağını belirtmiştir. Bu doğrultuda, internet ve dijital cihazların kullanım amaçlarına odaklanılması gerektiğini vurgulamıştır. Eğitim için kullanılan cihazlarda enformasyon obezitesinin çok riskli olarak görülmemesi gerektiğini ifade etmiştir. Gençlik ve Spor Bakanlığı yetkilisi ise, Covid-19 pandemisi ile geçilen uzaktan eğitim- öğretim sürecinde, dijital araçların kullanımını arttırdığını dile getirmiştir ve bu durumun enformasyon obezitesi riski oluşturduğunu belirtmiştir. Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi ise, pandeminin çocukların sosyopsikolojik gelişimlerini etkilediğini vurgulamıştır. Dolayısıyla internet kullanımının arttığını, bu durumun da çocukların ve gençlerin sosyal medya platformlarında daha fazla zaman geçirmelerine, video oyunları oynamalarına ve genel olarak ekran sürelerinin uzamasından dolayı dikkat eksikliğine, uyku bozukluklarına ve sosyal izolasyon gibi sorunlara yol açabildiğine vurgu yapmıştır. Ayrıca, aşırı bilgiye maruz kalmanın, bireylerin bilgiyi işlemekte zorluk çekmelerine, stres ve karar verme güçlüğü gibi psikolojik sorunlar yaşamalarına neden olabileceğini de belirtmiştir.

Görüldüğü üzere, Dijital Dönüşüm Ofisi ile Gençlik ve Spor Bakanlığı yetkilileri, pandemiyle dijital cihaz kullanımının artışına bağlı olarak ortaya çıkan riskler üzerine yoğunlaşmıştır. Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi ise, interneti ve dijital cihazları ne amaçla kullandığına dikkat edilmesi gerektiğini belirterek eğitim amaçlı kullanılan dijital mecraların enformasyon obezitesini etkilemediğini belirtmiştir.

Konuyla ilgili olarak akademisyen 1, çevrimiçi mecralarda pandemi döneminde çocuklar ve gençlerin kendilerine sunulan çok sayıda etkinlik arasından faydalı olanları seçme güçlüğü yaşadığını ifade etmiştir. Akademisyen 2 ise, pandemide kullanıcıların fiziksel aktivite yerine sosyal ağlardaki etkileşimli yapıya yöneldiğini belirtmiştir. Ancak, bireyleri teknolojiye uzak tutmaktansa kontrollü teknoloji kullanımının öğretilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Akademisyen 3 ise pandemiyle tüm kullanıcılarda internet ve dijital cihaz kullanımının arttığını ifade etmiştir. Ayrıca ders aralarında bu mecraların kullanılmasının da çocuk ve gençlerde enformasyon obezitesini tetiklediğine de dikkat

çekmiştir. Her üç akademisyen pandemi ve enformasyon obezitesi ilişkisine yönelik farklı bakış açıları sunmuştur. Ancak, görüşülen iki akademisyenin pandemiyle internet ve dijital mecraların kullanımının arttığına dair ortak bir düşünceye sahip olduğu görülmektedir.

Görüşülen katılımcıların Türkiye’de problemli internet kullanımı ve enformasyon obezitesi ile mücadele politikalarına yönelik ifadelerindeki ortak noktalar, farklılıklar şunlardır; Millî Eğitim Bakanlığı yetkilisi konu kapsamında Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde İhtisas Komisyonu’nun var olduğunu, ayrıca Cumhurbaşkanlığı Dijital Ofisinin koordinesinde Davranışsal Bağımlılıklar ile Mücadele Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı uygulandığını belirtmiştir. Ayrıca, katılımcı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Millî Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığı’nın enformasyonla mücadele sürecinde çeşitli görevler üstlendiğinin altını çizmiştir. Bunun yanı sıra, okul öncesi eğitimden başlayarak medya ve dijital okuryazarlık, aktif katılım, hak ve sorumluluklar, özel yaşamın gizliliği ve güvenlik gibi birçok konunun eğitimin her kademesindeki derslerde olması gerektiğine dikkat çekmiştir. Gençlik ve Spor Bakanlığı yetkilisi ise, 81 ilde gençlik merkezleri ve genç ofisler aracılığıyla spor, sanat, kültür, gezi gibi birçok eğitim ve faaliyet gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Bu çerçevede bilinçli internet kullanımıyla ilgili medya okuryazarlığı, e-spor eğitimleri ve medya eğitimleri verildiğini de vurgulamıştır. Ayrıca, Türkiye genelinde eş zamanlı olarak yapılan Sosyal Medyadan Sosyal Meydana Etkinliğinin de sanal dünyadan gençleri uzaklaştırmak için gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Dijital Dönüşüm Ofisi yetkilisi ise, 2024-2028 yıllarını kapsayan On İkinci Kalkınma Planı kapsamında bu konuya yönelik olarak çalışmalar planlandığını ifade etmiştir. Bu amaçla, dijital okuryazarlık oranının artırılması, bilinçli medya kullanımı konusunda farkındalığın artması için eğitimlerin gerçekleştirilmesi, teknoloji okuryazarlığının artırılması ve teknoloji kullanımından kaynaklı eşitsizliklerin azaltılması için çalışmaların yürütüldüğünü ifade etmiştir. Ayrıca, On İkinci Kalkınma planının okullarda, yükseköğrenim öğrenci yurtlarında ve gençlik merkezlerinde; sağlık, ilk yardım, teknoloji, sosyal medya, finansal ve hukuk okuryazarlığı konularında farkındalık artırıcı faaliyetler ve beceri güçlendirecek programların gerçekleştirilmesini içeren ulusal seviyede bir çatı politika belgesi özelliği taşıdığını vurgulamıştır. Yetkilerle yapılan görüşmelere bağlı olarak, her üç kurumun da konu kapsamında farkındalık çalışmaları yürüttükleri, enformasyon obezitesi ile mücadeleye yönelik eğitimlerin düzenlendiği ve farklı medya okuryazarlığı biçimlerini ön plana çıkardıkları görülmektedir.

Konuyla ilgili olarak akademisyen 1, “On Birinci Kalkınma

Planı (2019-2023) Sağlıklı Yaşam ve Bağımlılıkla Mücadele Çalışma Grubu” çalışmalarının teknoloji bağımlılığıyla ilgili çalışmalarda bulunduğunu belirtmiştir. Akademisyen 2, dijital okuryazarlık kapsamında eğitimlerin verildiğini ve farkındalık çalışmalarının düzenlediğini vurgulamıştır. Ayrıca Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu ile Millî Eğitim Bakanlığı’nın iş birliğinde bulunarak ortak bir çalışma yapmasının da fayda sağlayabileceğini de belirtmiştir. Akademisyen 3 ise, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’nın “Aile ve İnternet” başlıklı raporunda, ailelerin eğitilmesi ve doğru internet kullanımı için çeşitli önlem ve önerilerin yer aldığını ifade etmiştir. Ayrıca, Millî Eğitim Bakanlığı Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nün ve Yeşilay’ın da bu alanda çalışmalarda bulunduğunu da dile getirmiştir. Katılımcı, görüşmede enformasyon obezitesi ile mücadele için farklı kurumların iş birliği içerisinde olmasının gerekliliğine de vurgu yapmıştır. Ayrıca, uluslararası çalışmalara Türkiye’nin dâhil olmasının iyileştirme süreci için önem arz ettiğini de ifade etmiştir. Akademisyen görüşlerine bakıldığında iki akademisyenin teknoloji bağımlılığına yönelik farklı kurumların çalışmalarına değindiği görülmektedir. Ayrıca, medya ve dijital medya okuryazarlığı ve kurumlararası iş birliklerinin önemi de akademisyenlerin enformasyon obezitesi ile mücadele süreçlerinde ön plana çıkardığı temalar arasındadır.

Bilgi kirliliği ve aşırı bilgi yüklemesi durumlarını ifade eden enformasyon obezitesi günümüzde önemli bir sorun haline gelmiştir. Görüşme sonuçlarına bağlı olarak Enformasyon obezitesi ile mücadelede Türkiye, politika oluşturmak ve projeler gerçekleştirmek için şu öneriler getirilmiştir:

Konu kapsamında medya okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık alanında orta öğretim, lise ve üniversite düzeyinde eğitimde farkındalık programları geliştirilebilir. Bilgi kirliliği ile mücadele, şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkeleri doğrultusunda yasal düzenlemeler geliştirilebilir. Filtreleme ve Doğrulama Sistemleri ile Mobil Uygulamalar ve Web Siteleri aracılığıyla kullanıcılar güvenilir bilgi kaynaklarına yönlendirilebilir. Enformasyon obezitesi ile mücadelede kamu-özel sektör iş birliği projeleri geliştirilebilir. Enformasyon obezitesi konusunda araştırma yapacak akademik ve bağımsız araştırma merkezleri kurulabilir. Sorumlu Yayıncılık ve Kalite Standartları doğrultusunda dijital haber ve içerik kalitesi artırılabilir.

Türkiye’de enformasyon obezitesi ile mücadelede bu öneriler emsal teşkil ederek kapsamlı ve entegre politikalar düzenlenerek hayata geçirilebilir. Ancak, ilgili politikaların, uzun vadeli bir strateji ile desteklenmesi ve toplumdaki tüm kesimleri kapsayarak yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Etik Komite Onayı: Bu çalışma için etik komite onayı Kocaeli Üniversitesi’nden (Tarih: 21.03.2023, Sayı: 385718) alınmıştır.

Katılımcı Onamı: Çalışmaya katılan katılımcılardan onam alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: Ethics committee approval was received for this study from the ethics committee of Kocaeli University (Date: 21.03.2023, Number: 385718).

Informed Consent: Consent was obtained from the participants who participated in the study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Aytaç, Ö. & Uçan, G. & Baydur, H. (2022). Aile iletişimi ve akran ilişkilerinin siber mağduriyet ve zorbalık üzerindeki etkisi: İnternet bağımlılığının aracı etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(4), 440-451. DOI: 10.51982/bagimli.1020126
- Aytekin, G. (2021). *Dijital hastalıklara zemin hazırlayan dijital obezite nedir*. Güvenli web. <https://www.guvenliweb.org.tr/haber-detay/dijital-hastalıklara-zemib-hazirlayan-dijital-oezite-nedir>.
- Baltaş, A. (2022). *Dijital obezite*. acarbaltaş.com. <https://www.acarbaltaş.com/dijital-oezite/>
- Creswell, J., W., & Creswell, J., D. (2017). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Dijk, J., V. (2018). *Ağ Toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). Kafka Yayınevi.
- Eppler, M., J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload- A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325-344.
- Erdemir, N. (2021). *Ortaokul ve Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Problemleri İnternet Kullanımının İncelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Malatya İnönü Üniversitesi.
- Heylighen, F. (2002). Complexity and information overload in society: Why increasing efficiency leads to decreasing control. *The Information Society*. https://www.researchgate.net/publication/249875564_Complexity_and_Information_Overload_in_Society_why_increasing_efficiency_leads_to_decreasing_control.
- Hiltz, S., R., & Turoff, M. (1985). Structuring computer-mediated communication systems to avoid information

- overload. *Communication Of The ACM*, 28 (7), 680-689.
- Johnson, C. (2013). *The information diet: A case for conscious consumption*. O'Reilly Media.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kasap, S. (2022). TED, 'Dijital obezite salgını' için stratejik plan hazırlayacak. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.co.tr/tr/gundem/ted-dijital-obezite-salgini-icin-stratejik-plan-hazirlayacak/2585020>
- Kayrı, M. & Günüş, S. (2016). Yüksek ve düşük sosyoekonomik koşullara sahip öğrencilerin internet bağımlılığı açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *ADDICTA: The Turkish Journal On Addictions*, 3(2), 165-183. DOI 10.15805/addicta.2016.3.0110
- Leonhard, G. (2018). *Teknolojiye karşı insanlık*. Siyah Kitap Yayıncılık.
- Mythily, S. & Qiu, S. & Winslow, M. (2008). Prevalence and correlates of excessive internet use among youth in Singapore. *Annals Academy of Medicine*, 37(1), 9-17.
- Roetzel, P., G. (2019). Information overload in the information age: A review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Business Research*, 12, 479-522.
- Safran, M. (2022). *İnternet Bağımlılığı: Türkiye'de yapılan çalışmalar ve uzman görüşleri ışığında bir değerlendirme* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Shenk, D. (2003). Information overload, concept of. *Encyclopedia of International Media and Communications*, 2, 395-405.
- Tarhan, U. (2014). Dijital obezite, dijikoliklik, dijital detox, dijital fitness. Marti dergisi. <https://www.martidergisi.com/dijital-obezite-dijikoliklik-dijital-detox-dijital-fitness/>
- Toffler, A. (1970). *Future shock*. Random House.
- We Are Social, (2023). *We are social dijital 2023 global ve Türkiye raporu yayınlandı! – Omg! iletişim*. <https://www.scribd.com/document/779279829/We-Are-Social-Dijital-2023-Global-Ve-Turkiye-Raporu-Yay%C4%B1nland%C4%B1-Omg-Ileti%C5%9Fim>
- Williamson, J., Eaker, P., E., & Lounsbury, J. (2012). "The Information Overload Scale." *Asist* 49(1), 1-3.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Filistin Sineması Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmalar: Sistemik Bir Literatür Taraması

A Systematic Literature Review of Academic Studies on Palestinian Cinema

Murat ŞAHİN¹ 

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Samsun,
Türkiye



ÖZ

Bu çalışmada, Filistin sineması üzerine yapılan akademik çalışmaların, temaları ve yaklaşımları açısından sistematik bir şekilde incelenmesi amaçlanmaktadır. Nicel araştırma yaklaşımıyla tasarlanan çalışmada, içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, Web of Science veri tabanında “Palestinian Cinema” anahtar kelimesiyle yapılan tarama sonucunda ulaşılan 130 makale oluşturmaktadır. Dışlama kriterleri uygulanarak örneklem, 35 hakemli dergi makalesiyle sınırlandırılmıştır. Analiz sürecinde MAXQDA yazılımı kullanılmıştır. Öncelikle makaleler Türkçeye çevrilmiş, kod cetveli ile birlikte programa yüklenmiştir. Kodlama süreciyle ulusal kimlik, direniş, bellek ve diaspora gibi temaların yanı sıra öykülerin geçtiği mekânlar ve dönemler belirlenmiştir. Çalışmaların çoğunun kültürel bellek ve postkolonyal teori çerçevesinde şekillendiği gözlemlenmiştir. En sık kodlanan yönetmenlerin Elia Suleiman ve Hany Abu-Assad; filmlerin ise *Paradise Now* ve *Divine Intervention* olduğu görülmüştür. Bulgular, Filistin sinemasının sanatsal ve politik bir araç olarak ulusal kimlik, toplumsal hafıza ve direnişi işlediğini ortaya koymaktadır. Çalışma, Filistin sineması üzerine akademik ilginin yıllar içinde evrildiğini ve gelecekteki araştırmalar için çeşitlenme potansiyeli taşıdığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Filistin Sineması, Sinema Tarihi, Sistemik Literatür Taraması

ABSTRACT

This study aims to systematically analyze academic studies on Palestinian cinema regarding their themes and approaches. The study was designed with a quantitative research approach, using the content analysis technique. The study population comprises 130 articles that were searched with the keyword “Palestinian Cinema” in the Web of Science database. The sample was limited to 35 refereed journal articles by applying exclusion criteria. MAXQDA software was used in the analysis process. First, the articles were translated into Turkish and uploaded to the program with a code chart. The coding process identified themes such as national identity, resistance, memory, diaspora, and the places and periods in which the stories occur. It was observed that most of the studies were shaped within the framework of cultural memory and postcolonial theory. Elia Suleiman and Hany Abu-Assad were the most frequently cited directors, while *Paradise Now* and *Divine Intervention* stood out among the films. The findings reveal that Palestinian cinema has been used as an artistic and political tool to address national identity, collective memory, and resistance. The study shows that academic interest in Palestinian cinema has evolved over the years and has the potential to diversify for future research.

Keywords: Palestin Cinema, Cinema History, Systematic Review

Geliş Tarihi/Received 24.12.2024
İlk Revizyon/First Revision 10.01.2025
Son Revizyon/Last Revision 08.02.2025
Kabul Tarihi/Accepted 07.03.2025
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Murat ŞAHİN

E-mail: murat.sahin2@omu.edu.tr

Cite this article: Şahin, M. (2025). A Systematic Literature Review of Academic Studies on Palestinian Cinema. *Communicata*, 29, 37-47.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

Giriş

Filistin sineması, Filistinliler için sadece sanatsal bir ifade aracı değil, aynı zamanda kimliğin korunduğu ve mücadelenin devam ettirildiği bir alandır. Filistin sineması, bir ulusun direnişini ve kültürünü dünyaya gösteren önemli bir araçtır. Bu filmlerin öyküleri genellikle işgal altındaki Filistin topraklarında, yerlerinden edilmiş insanların yaşadığı mülteci kamplarında ve diasporada geçmektedir. Bu öyküler anlatısında, ulusal kimlik, bellek ve özgürlük temalarıyla sadece Filistin halkına değil evrensel düzeyde tüm insanlara seslenen bir sinema olma özelliği taşımaktadır.

Filistin topraklarında sinema adına ilk çalışmalar Osmanlı Devleti zamanında Lumierre kardeşlerin kameramanları tarafından çekilen belge niteliğindeki filmlerle başlamıştır. Sonraki dönem içerisinde Filistin’de sinema, bölgede yaşanan çatışmalar ve sürgünlerden çok etkilenmiştir. 1930’lu yıllarda ilk filmlerin yapılmaya başlandığı bu topraklarda, ilk filmler daha çok belgesel türünde olup bölge insanının bilincinin artırılması için gerçekleştirilen yapımlardan oluşmaktadır. Filistin’de yaşanan çatışma ortamı filmlerin hem tekniğini hem de içeriğini etkilemiştir. Çatışma ortamının tekniğe olan etkisi, filmlerin daha çok belgesel tarzında yapılması şeklinde kendisini göstermiştir. İçerik üzerinde etkisi ise filmlerde ulusal kimlik, mültecilik ve bellek gibi konuların ağırlıklı olarak işlenmesi şeklinde açığa çıkmıştır. Filistin’de yaşanan önemli kırılma anlarından birisi 1948 yılında İsrail’in kurulması ile olmuştur. Filistinliler’in Nekbe (Büyük Felaket) olayı olarak ifadelendirdiği bu olayla birlikte sinema da yeni bir sürece girmiştir. Nekbe sonrasında Filistinli yönetmenler sinemayı, ulusal kimliği korumak ve yaşanan baskıyı dünyaya anlatmak için bir araç olarak görmüşlerdir.

Sonraki yıllarda da bölgede yaşanan olaylar Filistin sinemasının yönünü tayin etmiştir. 1960’lı yıllarda özellikle Güney Amerika’da ortaya çıkan “Üçüncü Sinema” anlayışına paralel olarak Filistin sineması da daha politik bir şekle bürünmüştür. Bu yıllarda Filistin Kurtuluş Örgütü (FKÖ) gibi siyasi yapılar, sinemayı ulusal mücadelede etkin bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. Sonraki yıllarda sırasıyla yaşanan Birinci İntifada, Oslo Anlaşması süreci ve İkinci İntifada gibi olaylar da yine Filistin sinemasının içeriğini belirleyen önemli olaylar arasındadır. Yakın dönemde ise Filistin sineması, festivallerde kendine yer bulan bağımsız bir ifade biçimi haline gelmiştir.

Bu çalışmada, Filistin sineması üzerine yapılmış olan akademik çalışmaların, sistematik bir literatür taraması ile incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmalar seçilirken Web of

Science (WoS)’daki verilerden yararlanılmış, sistematik literatür taraması yaklaşımına uygun olarak dahil etme ve hariç tutma yaklaşımı uygulanmıştır. WoS’da “Palestine Cinema” anahtar kelimesiyle yapılan arama sonucu 130 akademik çalışmaya ulaşılmış ve belirlenen dışlama kriterleri ile 35 çalışma detaylı analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizi için MAXQDA programı kullanılmıştır. Program aracılığıyla çalışmalar kodlanmış ve Filistin sineması üzerine yapılan akademik araştırmaların genel eğilimleri Tablolar aracılığıyla görselleştirilmiştir. Bu süreçte, temalar, çalışmalarda adı geçen yönetmenler ve filmler, kullanılan teorik çerçeveler ve odaklanılan ana temalar gibi çeşitli unsurlar belirlenmiştir. Elde edilen tablolar, Filistin sinemasına yönelik akademik ilginin yıllar içinde nasıl değiştiğini ve bu ilginin hangi temalarda yoğunlaştığını açıkça ortaya koymaktadır.

Filistin Sineması: Gelişimi ve Dönemleri

Filistin sineması, ortaya çıktığı coğrafyanın içinde bulunduğu sosyal ve politik gelişmelerinden etkilenmiş bir sinemadır. Bu sinema aynı zamanda Filistin halkının yaşadığı olayların ve kimlik arayışının yansıması olarak dikkat çekmektedir. Bu sinema, başlangıcından itibaren Filistin halkının tarihini ve başından geçen olayları tüm dünyaya duyuran bir platform halini almıştır. Direniş ve işgal gibi temalar bu sinemanın merkezinde bulunmaktadır. Özellikle Nekbe (Büyük Felaket) ile birlikte farklı bir tarihsel sürece giren bölgedeki ilişkiler, Filistin sinemasının gidişatını belirleyen en önemli olay olmuştur. Bu doğrultuda sinema, sanatsal bir üretimden çok daha fazlasını ifade etmekte; direnişin, kimlik inşasının ve küresel dayanışma çağrılarının bir aracı olarak işlev görmektedir (Shafik, 2004).

Filistin sinema tarihi dört dönem şeklinde ele alınmaktadır. *İlk dönem*, 1935–1948 arası yılları kapsamaktadır. 1948 ve 1967 yılları arası *sürgün ve direniş dönemi* olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü dönem *yeniden doğuş yılları* olarak 1967 ile 1982 yılları arasını kapsamaktadır. Son dönem ise 1982’den günümüze kadar olan yılları kapsayan *küreselleşme dönemidir*. Bu dönemleri belirleyen temel unsurlar Filistin’de yaşanan politik ve kültürel olaylardır.

1930’lu yıllarda Arap coğrafyasında ortaya çıkan Arap milliyetçiliği Filistin sinemasının da temellerini oluşturmaktadır. Bu yıllarda Filistin toplumu için sinema, hem bir iletişim aracı hem de halkın modernleşmesi için temel bir aygıt olarak görülmüştür. Bu yıllarda sinema aynı zamanda halkın yaşamını belgeleyen bir kaynak niteliğindedir. Dönemin en önemli filmi, İbrahim Hasan Sirhan tarafından çekilen *Gerçekleşen Rüya* (1935) adlı filmidir. Filistin sinemasının bilinen ilk filmi olan bu kısa

belgesel, Filistin'deki modernleşme çabalarını ve toplumsal dönüşümleri yansıtmaktadır (Gertz & Khleifi, 2008, s. 11). Bu yıllarda Filistin sineması, bir taraftan teknolojik yetersizlikler diğer taraftan İngilizlerin politik baskısı nedeniyle sınırlı bir gelişim sergilemiştir. Bu sınırlı gelişimden dolayı bu yıllardaki filmler genellikle kısa belgeseller ve haber filmleri şeklinde yapılmıştır. Ayrıca bu dönemde yapılan filmler, Filistin toplumunun sosyo-politik açıdan yaşamış olduğu sıkıntıları belgeleyen ve bir bellek işlevi gören bir şekle bürünmüştür. Filistin sinemasının bu ilk dönemindeki çeşitli zorluklardan kaynaklardan sınırlı üretimi 1948'deki Nekbe ile birlikte daha da zor bir döneme girmiştir. Nekbe ile birlikte Filistin'in kültürel altyapısı büyük ölçüde yok edilmiş ve sinema üretimi kesintiye uğramıştır.

Filistin sineması tarihinin ikinci dönemini her yönüyle belirleyen en önemli olay 1948'de İsrail'in kurulmasıdır. Bu olay, Filistin halkının ulusal hikâyesini ve kimlik mücadelesini derinden etkilemiştir. Bu dönemde toprakları işgale uğrayan halk, çoğunlukla mülteci kamplarında ve diasporada kendilerine yaşam alanı bulmuşlardır. Bu yıllarda Filistin sinemasındaki film üretimi de diasporadaki yapımcılar ve yönetmenler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir (Gertz & Khleifi, 2008, ss.11-12). Filistin sineması bu dönemde, bir direniş aracı haline gelmiştir. Filistin halkı, direnişin bir cephesini siyasal alanda açarak 1960'larda Filistin Kurtuluş Örgütü (FKÖ) ve benzeri siyasi oluşumları ortaya çıkarmış; direnişin sanatsal boyutunu ise bu örgütlerin sinema birimlerini kurarak oluşturmuştur. Bu yıllarda yapılan en etkili filmlerden birisi Mustafa Ebu Ali'nin yönetmenliğini yaptığı *Onlar Yok (They Do Not Exist)*, 1974) adlı belgeseli olmuştur. Film, Lübnan'daki Tel Zaatar mülteci kampına yapılan saldırıyı belgelemiş ve direnişin görsel bir anlatımını sunmuştur (Labidi, 2020). Bu dönemde üretilen filmler, sadece Filistin kimliğini koruma çabasıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda İsrail işgalinin sert gerçeklerini uluslararası kamuoyuna duyurmayı hedeflemiştir. Filistin sineması, bu dönemde hem bir sanatsal ifade biçimi hem de politik bir araç olarak işlev görmüştür.

Filistin sineması dönemlerini belirleyen bir diğer tarihi olay ise 1967'de Arap İsrail Savaşı ve ardından İsrail'in Batı Şeria, Gazze ve Doğu Kudüs'ü işgal etmesi olmuştur. Bu olaylarla birlikte Filistin sineması yeni bir döneme girmiştir. Bu dönemde Filistin sineması için önemli bir olay; Filistin Film Birimi'nin (FFB), FKÖ bünyesinde kurulması olmuştur. 1960'lı yıllarda özellikle Güney Amerika ülkelerinde filizlenen Üçüncü Sinema veya Devrimci Sinema anlayışının Filistin sinemasındaki karşılığı FFB olmuştur. FFB, devrimci bir sinema anlayışını benimsemiş ve Filistin mücadelesini belgelemeyi ve uluslararası alanda bu mücadelenin görünür kılınmasını kendine amaç edinmiştir. Filistin halkının işgal

altındaki yaşamı ve bu işgale karşı direnişi bu dönemde yapılan filmlerin temel anlatısını oluşturmaktadır (Habashneh, 2023).

FFB'nin özellikle belgesel türündeki yapımları, Filistin sinemasını yerel bir ölçekten çıkarıp tüm dünyada Filistin direnişinin farkedilmesini sağlamıştır. Bu dönemde temel yapım tarzı, belgesel olmuş, kurmaca öyküler ikinci planda ve az sayıda kalmıştır. Bu yıllarda Filistin direnişine ve sinemasına uluslararası çevrelerden ilgi artmış, sinema açısından Avrupalı sol sinemacılar bu ilginin merkezinde olmuşlardır. Fransız yönetmenler Jean-Luc Godard ve Jean-Pierre Gorin, kendi bakış açılarından Filistin mücadelesini ele aldıkları *Here and Elsewhere* (1976) adlı bir belgesel yapmışlardır (Dickinson, 2018). Bu dönemde Üçüncü Sinema ya da Devrimci Sinema anlayışının bir yansıması olarak Filistin sinemacılar tarafından sinema sadece kimliğin korunması için bir araç değil aynı zamanda politik mücadelenin yaşandığı bir cephe olarak görülmüştür.

Filistin sineması için bir diğer dönemin başlangıcı 1982'de İsrail'in Lübnan'ı işgal etmesi ve Filistin Kurtuluş Örgütü'nün Lübnan topraklarından çıkarılması ile olmuştur. 1960'lı yıllarda devrimci ve kolektif bir anlayışla ulusal temalı anlatıların baskın olduğu sinema anlayışı yerine 1980'li yıllarla birlikte daha bağımsız ve bireysel bir yapıda ilerleyen bir sinema yapısı oluşmaya başlamıştır. Bu dönemde filmlerin temasını kişisel hikâyeler oluşturmuştur. 1980'li yıllarda yaşanan ve Filistin sinemasını etkileyen bir başka olay da 1987-1993 yılları arasında meydana gelen Birinci İntifada olmuştur. Birinci İntifada ile birlikte Filistin sinemasında bağımsız sinema anlayışı daha baskın hale gelmiştir. Bu yıllarda ön plana çıkan önemli yönetmenler arasında Elia Suleiman ve Rashid Masharawi bulunmaktadır. Suleiman, filmlerinde mizah ve ironi ile Filistin'in travmalarını işlerken, Masharawi ise özellikle mülteci kamplarındaki yaşamı ve günlük mücadeleleri ele almıştır. Suleiman'ın *Tanrının Müdahalesi* (2002) ve Masharawi'nin *Sokağa Çıkma Yasağı* (1994) gibi filmleri, işgal altındaki yaşamı etkili bir şekilde aktaran önemli filmler arasında bulunmaktadır (Gertz & Khleifi, 2008).

1990'lı yıllardan başlayarak Filistinli yönetmenlerin filmleri festivallerde gösterilmiş ve önemli ödüller alarak dünya çapında tanınmışlardır. Aynı etki 2000'li yıllarda da devam etmiş Filistin sineması, uluslararası alanda daha fazla bilinirlik kazanmıştır. Hany Abu-Assad'ın *Cennet Şimdi* (2005) ve *Omar* (2013) gibi filmleri, festivallerde ödüller almışlardır.

Bu dönemde kadın yönetmenler ve diaspora Filistinlileri de film üretimine etkin bir şekilde dahil olmuşlardır. Annemarie Jacir gibi kadın yönetmenler diaspora ve kimlik temalarını ele

arak Filistin sinemasına yeni bir boyut kazandırmıştır. Jacir'in *Wajib* (2017) filmi, aile bağları ve kuşaklar arası çatışmaları etkileyici bir şekilde işlemektedir. Bu dönemde, Filistin sineması evrensel temaları ele alarak geniş bir izleyici kitlesine seslenmeye devam etmiştir.

Filistin sineması, tarihsel olarak kimlik, direniş ve özgürlük temalarını merkezine almış ve bu bağlamda bir sinema dili geliştirmiştir. Filistin sineması her döneminde, sadece sanatsal bir araç değil, aynı zamanda politik bir direniş ve kültürel kimliği koruma aracı olarak işlev görmüştür. Özellikle küreselleşme döneminde, Filistin sineması uluslararası festivallerde başarılar elde ederek, Filistin halkının sesini dünya sahnesine taşımıştır. Bu durum, sinemanın sadece bir anlatı aracı değil, aynı zamanda ulusal hikâyenin yeniden inşa edildiği bir alan olduğunu göstermektedir.

Yöntem

Bu çalışma, nicel araştırma yöntemi göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır. Çalışmada sayısal değerler ve tematik yaklaşımlar önem taşımaktadır. Çalışmanın evrenini WoS'da taranan Filistin sinemasıyla ilgili 130 çalışma oluşturmaktadır. Örneklem ise amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 35 makale oluşturmaktadır. Amaçlı örneklem "önceden tanımlanarak belirlenmiş amaca uygun birimlerin inceleme için seçilmesidir" (Neuman, 2014, s. 322). Analiz edilecek makaleler çeşitli sınırlılıklar etrafında belirlenmiştir. İlk olarak makalelerin Filistin sinemayla ilgili olması beklenmektedir. Daha sonra kitaplar, kitap bölümleri, bildiriler örneklem belirlenirken dışarıda tutulan diğer içerikler olmuştur. Çalışmada veri toplama aracı olarak doküman analizi kullanılmıştır. Veri analiz yöntemi olarak ise içerik analizinden yararlanılmıştır.

Verilerin işlenmesi ve analiz edilmesinde MAXQDA programından yararlanılmıştır. Verilerin işlenmesi ve analiz edilmesi sürecinde ilk olarak, örnekleme dâhil edilen makaleler Türkçeye çevrilerek word belgesine aktarılıp kod cetveli (Tablo 1) ile birlikte MAXQDA'ya yüklenmiştir. MAXQDA programına aktarılan makaleler okunarak kodlama cetvelindeki ilgili koda işaretlenmiştir.

Tablo 1

Kodlama Cetveli

Tema	Kategori	Kod
		Çalışmanın Teorik Çerçevesi
	Akademik Çalışmalar	Çalışmanın Yapıldığı Ülke
		Çalışmanın Yapıldığı Yıl
		Adı Geçen Yabancı Yönetmenler
	Filistin Sineması	Ortak Yapım/Destek
		Adı Geçen Filistin Filmleri
Filistin Sineması		Adı Geçen Filistinli Yönetmenler
		Aldığı Ödüller ve Adaylıklar
		Filmin Türü
	Akademik Çalışmalarda	Filmin Öyküsünün Geçtiği Yer
	Filmler	Film Öyküsünün Geçtiği Dönem
		Filmin Ana Teması

Bu sistematik literatür taraması çalışmasında, Thorpe ve arkadaşlarının (2005) beş adımdan oluşan araştırma metodolojisi benimsenmiştir. Bu yaklaşıma göre sistematik literatür taraması; aramanın tanımlanması ve ilgili anahtar kelimelerin veri tabanında aranması, veritabanındaki makalelerin aranması, başlıkların ve özetlerin okunması ve seçilmesi, tam makalelerin okunması ve seçilmesi ile son olarak makalelerden elde edilen bulguların analiz edilmesi olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır.

İlgili literatür, WoS veri tabanında "Palestinian Cinema" anahtar kelimesi kullanılarak taranmış ve 130 çalışmaya ulaşılmıştır. Sistematik inceleme, incelemeyi en kaliteli kanıtlara dayandırmak için zorlu dışlama kriterlerinin uygulanmasını gerektirmektedir (Paul & Criado, 2020). Bu doğrultuda, ön araştırmada tespit edilen 130 makale, aşağıdaki dışlama kriterleri uygulayarak sınırlandırılmıştır. Dışlama kriterleri şunlardır: 1. Dergi dışı makaleler, 2. Filistin sinemasını ele almayan çalışmalar

İlk taramada toplam 130 makaleye ulaşılmıştır. Ancak, konferans bildirileri, kitap bölümleri, kitaplar ve diğer yayınlardan oluşan toplam 76 makale, akademik dergiler tarafından üstlenilen hakemlik süreci tarafından sağlanan makalelerden ayrılarak araştırma dışında tutulmuştur. Geriye kalan makalelerin başlıkları ve özetleri okunmuş, Filistin sinemasıyla ilgili olmayan 19 çalışma daha araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Böylece, örneklem, çalışma konusuyla ilgili araştırma alanlarına temel katkılar sağladığı düşünülen 35 hakemli dergi makalesinden oluşmuştur.

Tablo 2

Örnekleme Dahil Olan Makaleler Hakkında Bilgiler

Yazar(lar)/Yayın Yılı	Makalenin Konusu
Abu-Remaileh (2014)	Filistin sinemasında estetik ve kültürel direnişin Michel Khleifi ve Elia Suleiman'ın filmleri ne şekilde yer aldığı incelenmektedir.
Ball (2008)	Feminist bakış açısından toplumsal cinsiyet, ulusal kimlik ve postkolonyal konularının Filistin sinemasında nasıl yer bulduğu üzerinde durulmaktadır.
Ben Labidi (2021)	İşgal altında bulunan bir halkın direnişine ilişkin sinematik temsillerin Filistin sinemasında nasıl yer bulduğu araştırılmaktadır.
Bracco (2024)	Filistin sinemasında Nakba'nın cinsiyet ve bellek bakış açısıyla nasıl ele alındığı bir çalışmadır.
Brand (2008)	Filistin ve İsrail sinemasında mağduriyet ve fail olgularının ele alınışının incelendiği çalışma.
Brumm (1996)	<i>Foreign Nights</i> ve <i>66 Was a Good Year for Tourism</i> filmlerinde göç, kültürel çatışma ve kimlik kavramları incelenmektedir.
Burris (2022)	Makalede Filistin sinemasında işgal altındaki insanların kimlik, direniş ve özgürlük mücadelesi üzerinde durulmaktadır.
Chamarette (2014)	Elia Suleiman'ın filmlerinde kullanılan absürd estetik, kimlik ve politik yaklaşım ele alınmaktadır.
Crespi (2021)	Oslo Anlaşması sonrasında Filistin sinemasında ortaya çıkan "yol engeli filmleri" üzerinden ritüellerin ulusal kimlik, direniş ve mekân politikasıyla ilişkisini incelenmektedir.
Denes (2014)	Devrimci sinemanın özelliklerinin Filistin sinemasındaki karşılığının neler

Dushi (2023)	olduğu araştırılmaktadır. Filistinli ve İsraili kadın sinemacıların filmlerinde toplumsal cinsiyet, kimlik, azınlık temsili ve politik sinema gibi konuların nasıl ele alındığı üzerinde durulmaktadır.
El Attar (2019)	Şili'deki Filistin diasporasının kimlik, sürgün ve diaspora sineması üzerinden Filistin-İsrail çatışmasını nasıl yeniden yapılandırıldığını incelenmektedir.
Estefan (2022)	Makalede Filistin sinema arşivlerinin kaybolmasının, hafıza ve kimlik üzerindeki etkilerini ele alınmaktadır.
Fourest (2013)	Filistin sinemasında, kamusal temsillerin manipülasyonu ve sinema dilinin politik ve sanatsal bir araç olarak kullanımı incelenmektedir.
Gertz (2002)	Çalışmada İsraili ve Filistinli filmlerde mekân, cinsiyet ve ulusal kimlik temalarını ele alınışı incelenmektedir.
Georgis (2020)	<i>The Idol</i> filminde Filistin halkının yaşadığı travma ve beraberindeki umut arayışı ele alınmaktadır.
Gourgouris (2015)	Elia Suleiman'ın filmlerinde işgal, kimlik, ve aidiyet kavramlarının nesil ele alındığı araştırılmaktadır.
Hennebelle (1980)	Makalede Filistin sinemasında halkın ulusal mücadelesini, kimlik inşası ve direnişin nasıl ele alındığı araştırılmaktadır.
Jankovic ve Awad (2012)	Filistinli queer sinemasının kimlik, özgürlük ve adalet mücadelesi bağlamında feminist ve postkolonyal eleştirilerle toplumsal etkisi incelenmektedir.
Leperon (1975)	Filistin sineması, halkın mücadelesini ve kimliğini yansıtan bir araçtır; belgesel düzenleme ve direniş vurgular.
Meddeb (1975)	Çalışmada "Kafr Kassem" filmi üzerinden, Arap kimliği, tarihsel hafıza, sosyopolitik eleştiri ve estetik tercihler ele alınmaktadır.
Morag (2010)	Filistin ve İsrail sinemasında cinsellik, kimlik, travma ve işgal altındaki yaşam post-travmatik hafıza bağlamında ele alınmaktadır.
Narboni (1975)	Filistin direniş sinemasının kolektif bellek oluşturma ve tarihi travmaları ortaya koyma yaklaşımını "Kafr Kassem" filmi bağlamında ele alınmaktadır.

Ó Murchú (2023)	Makale, Filistin sinemasında bayrak motifinin renkleri aracılığıyla ulusal kimlik, direniş ve estetik-politik mesajların görsel temsili incelenmektedir.
Orr (2021)	Çalışma, feminist bakış açısından İsrail-Filistin çatışmasında cinsiyet ve direniş konularını ele alarak kadın karakterlerin dönüştürücü rollerini üzerinde durulur.
Oumlil (2016)	Filistin sinemasında cinsiyet, tarih ve kimlik temsillerinin <i>Salt of This Sea</i> filmindeki yansımaları üzerinde durulmaktadır.
Sevilla ve Lopez (2009)	Filistinli kadın yönetmenlerin sinema aracılığıyla direnişi, kimliği ve toplumsal gerçeklikleri estetik bir dille nasıl ele aldıkları üzerinde durulmaktadır.
Shilina-Conte (2021)	Bu çalışmada sessizliği seçici mutizm üzerinden ele alarak azınlık sinemalarında direniş ve olumlama bağlamında ele alınmaktadır.
Singh (2019)	Çalışma zaman, bekleyiş ve sürgün kavramları üzerinden Filistin kimliğini ve direnişini şekillendiren tarihsel, kültürel ve sanatsal özelliklerle ele alınır.
Sinno (2022)	<i>Wajib</i> filmi üzerinden Filistin kimliği, mizah, kuşak çatışmaları ve toplumsal dayanıklılık temaları incelenmiştir.
Tawil-Souri (2011)	Filistin kültürünü siyasal direniş, kimlik inşası ve Siyonist anlatılara karşı mücadele bağlamında ele alınmaktadır.
Tawil-Souri (2014)	Makale, Filistin sinemasını mekânsal ve kimliksel deneyimler üzerinden inceleyerek, kaybolan topraklar ve yeniden kimlik inşa sürecini işler.
Trbic (2020)	Filistin sinemasında işgal, doğa ve kimlik kavramları Rashid Masharawi'nin filmleri üzerinden ele alınmaktadır.
Yaqub (2012)	Filistin edebiyatı ve sinemasında dairesel yolculuk temasını, kimlik, sürgün, direniş ve İsrail işgali bağlamında araştırılmaktadır.
White (2019)	Çağdaş Filistin sinemasında mekân ve biyopolitika kavramları üzerinden, hapsedilme ve özgürlük temaları incelenmektedir.

Bu çalışma, Filistin sineması üzerine yapılan akademik

Communicata

çalışmaların temaları ve yaklaşımları açısından sistematik bir şekilde incelenmesini amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, seçilen makalelerin genel özelliklerini ortaya koymak için aşağıdaki soruların yanıtları aranmaktadır:

Çalışmanın teorik çerçevesi nedir? Çalışmanın yapıldığı ülke hangisidir? Çalışmanın hangi yıl yapılmıştır? Adı geçen yabancı yönetmenler kimlerdir? Ortak yapım/destek alan filmler hangileridir? Adı geçen Filistin filmleri hangileridir? Adı geçen Filistinli yönetmenler kimlerdir? Filmlerin aldığı ödüller ve adaylıkları nelerdir? Filmin türü nedir? Filmin öyküsünün geçtiği yer neresidir? Film öyküsünün geçtiği dönem nedir? Filmin ana teması nedir?

Bulgular

Bu bölümde Filistin sineması üzerine yapılmış akademik çalışmalara ait bulgular sunulmuş olup her bir tabloya ait bilgiler ilgili tablonun altında yorumlanmıştır.

Tablo 3

Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Frekans Değeri
1975	3
1980	1
1996	1
2002	1
2008	2
2009	1
2010	1
2011	1
2012	2
2013	1
2014	4
2015	1
2016	1
2019	2
2020	4
2021	2
2022	4
2023	2
2024	1

Tablo 3'te, Filistin sineması üzerine yapılmış 35 akademik çalışmanın yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. Ulaşılan bilgilere göre en fazla çalışmanın yapıldığı yıllar, 4'er çalışmayla 2014, 2020 ve 2022 olmuştur. 1975 yılında ise üç çalışma yayınlanmıştır. Bu üç çalışma, sinema literatüründe önemli bir yeri olan *Cahiers du Cinéma* dergisinde yayınlanmıştır. Diğer yıllarda ise daha az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Özellikle 2020 sonrasında bu alandaki akademik ilginin arttığı dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra,

1980, 1996 ve 2002 gibi geçmiş yıllarda da birer çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Bu durum, Filistin sineması üzerine akademik çalışmaların belirli dönemlerde yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 4

Çalışmaların Ükelere Göre Dağılımı

Ülke Adı	Frekans Değeri
ABD	14
Fransa	4
İngiltere	4
İsrail	2
Avusturalya	2
Kanada	2
Almanya	1
Katar	1
Hindistan	1
Arjantin	1
İspanya	1
Tunus	1
Fas	1

Tablo 4'te, Filistin sineması üzerine yapılmış 35 akademik çalışmanın ülkelere göre dağılımına yer verilmektedir. Bu alanda en fazla çalışmanın yapıldığı ülke 14 çalışma ile Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olmuştur. Fransa ve İngiltere, dörder çalışmayla ikinci sırayı paylaşmaktadır ve bu durum 1970'li yıllardan başlayan süreçte Avrupa akademik dünyasının Filistin sineması üzerine var olan ilgisini göstermektedir. 1970'li yıllardaki makaleler Fransa'da yayın yapan *Cahiers du Cinéma* dergisinde yayınlanmıştır. İsrail, Avustralya ve Kanada ikişer çalışmayla orta düzeyde ilgi göstermektedir. Almanya, Katar, Hindistan, Arjantin, İspanya, Tunus, Fas ve Lübnan birer çalışma ile listede yer almaktadır. Bu durum, Filistin sinemasına ilişkin akademik çalışmaların genellikle Batı merkezli olduğunu ve diğer bölgelerde sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise çalışmaların teorik çerçevesine ilişkindir. En sık yer verilen teorik yaklaşım, 10'ar çalışma ile kültürel bellek ve feminizm olmuştur. Kimlik ve aidiyet ile postkolonyal teori, sekizer çalışma ile diğer önemli odak noktalarıdır. Bununla birlikte, özellikle 1960 ve 1970'li yıllarda Güney Amerika kökenli olan ve Filistin sinemasını da etkileyen Devrimci Sinema anlayışına ilişkin yedi çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Yine 1948 İsrail'in kurulmasıyla ve sonraki yıllarda yaşananlarla birlikte vatanlarından edilen Filistinli yönetmenlerin bir kısmı diasporada yaşamlarını sürdürmüştür. Çalışmada diaspora konusuna sadece beş çalışmada yer verildiği tespit edilmiştir. Bu dağılım, Filistin sinemasının akademik çalışmalarında çoğunlukla toplumsal

hafıza, kadın çalışmaları, kimlik politikaları ve sömürgecilik sonrası analizlerin öne çıktığını göstermektedir. Devrimci sinema ve diaspora ise nispeten daha az incelenmiş alanlardır.

Çalışmada elde edilen bir başka bulgu ise örnekleme dahil olan çalışmalarda adı geçen yabancı yönetmenlerle ilgilidir. Jean-Luc Godard, sekiz kodla en sık referans verilen yönetmen olmuştur. Onu, üçer kodla Jacques Tati ve Anne-Marie Miéville takip etmektedir. Robert Bresson ve Steven Spielberg ise ikişer kez adı geçen yönetmenlerdir. Diğer yönetmenlerin her biri birer kez kodlanmıştır. Bu dağılım, Filistin sinemasının analizinde Avrupa sanat sinemasının (Godard, Bresson) ve postkolonyal veya toplumsal anlatılara odaklanan yönetmenlerin (Rama Burshtein, Deepa Mehta) etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Spielberg gibi ana akım sinema figürlerinin de çalışmalarda yer bulduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 5

Çalışmalarda Adı Geçen Filmlerin Ortak Yapım/Destek Frekans Değeri

Ülke Adı	Frekans Değeri
Fransa	17
Hollanda	10
Almanya	8
Katar	6
Belçika	6
İtalya	2
Fas	2
Suudi Arabistan	1
Ürdün	1
İngiltere	1
İsrail	1
Lübnan	1

Tablo 5'te, Filistin sinemasında yapılmış olan filmlerin kaç tanesinin ortak yapım veya maddi destekle yapıldığı yer almaktadır. Filistin sineması üzerine yapılan akademik çalışmalarda, ortak yapım ve destek veren ülkeler üzerine elde edilen veriler, uluslararası iş birliğinin güçlü bir göstergesidir. Tabloda görüldüğü üzere Filistin sineması üzerine Fransa'nın ilgisi bu alanda da kendini göstermektedir. Bunun nedeninin, Fransa'da yaşayan Filistin diasporası olduğu söylenebilir. Fransa, 17 ortak yapımla en önde yer almakta, ardından 10 yapımla Hollanda ve 8 yapımla Almanya gelmektedir. Bu ülkeler, Filistin sinemasının uluslararası alanda tanınmasında ve finansal, teknik destek sağlamada önemli rol oynamaktadır. Ayrıca Katar, Belçika gibi ülkeler de dikkat çekici katkılar sağlamıştır. Bunun yanında İsrail, Ürdün ve Lübnan gibi bölgesel ülkelerden destek alınması, yerel bağlamda iş birliğini

yansıtmaktadır. Genel olarak, Filistin sineması uluslararası bir ortak yapım mantığıyla ilerdediği söylenebilir. Bu durumun altında yatan neden ise teknik, mali ve yapım koşullarının zorluğu olarak gösterilebilir.

Tablo 6

Çalışmalarda Adı Geçen Filistin Filmlerinin Kod Temelli Frekans Değeri

Film Adı	Frekans Değeri
<i>Paradise Now</i>	48
<i>Wedding in Galilee</i>	32
<i>Divine Intervention</i>	28
<i>The Time That Remains</i>	27
<i>Laila's Birthday</i>	24
<i>Salt of This Sea</i>	20
<i>The Idol</i>	19
<i>Port of Memory</i>	19
<i>When I Saw You</i>	18
<i>Rana's Wedding</i>	17

Tablo 6'da, Filistin sineması içerisinde olup çalışmada en çok kodlanan filmlere yer verilmiştir. Çalışmada adı geçen toplam film sayısı 73'tür. Bu tabloda sadece en çok kodlanan 10 filme ait bilgiler yer almaktadır. Filistin sineması üzerine yapılan akademik çalışmalarda en çok kodlamanın yapıldığı film, 48 kez geçen *Paradise Now* olmuştur. Bu film, Filistin meselesini uluslararası platformlara taşımadaki etkisiyle dikkat çekmektedir. *Wedding in Galilee* (32 kez) ve *Divine Intervention* (28 kez) gibi filmler, siyasi ve toplumsal temalarla öne çıkmaktadır. *The Time That Remains* ve *Laila's Birthday* gibi filmler de sıkça kodlanmıştır. Tablo, Filistin sinemasının uluslararası alanda kabul gören yapıtlarının akademik tartışmalarda önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Tablo 7

Çalışmalarda Adı Geçen Filistinli Yönetmenlerin Kod Temelli Frekans Değeri

Yönetmen Adı	Frekans Değeri
Elia Suleiman	93
Hany Au-Assad	84
Annemarie Jacir	56
Michel Khleifi	30
Kamal Aljafari	22
Mai Masri	21
Rashid Masharawi	19
Azza El-Hassan	18
Tawfik Abu-Wael	14
Burhan Alouie	9

Çalışmada adı geçen toplam Filistinli yönetmen sayısı 44'tür. Tablo 7 sadece en çok kodlamanın yapıldığı 10 yönetmene ilişkin bilgiler içermektedir. Tabloda, Filistin sineması üzerine yapılmış 35 akademik çalışmada adı geçen Filistinli yönetmenlerin sıklıkları yer almaktadır. Verilere göre Elia Suleiman (93) ve Hany Abu-Assad (84) en çok kodlama yapılan isimlerdir. Bu durum, her iki yönetmenin de Filistin sinemasının uluslararası tanınırlığını artıran eserler üretmesiyle ilişkilidir. Annemarie Jacir (56) ve Michel Khleifi (30) gibi isimler, Filistin kimliğine, tarihine ve kadın bakış açısından yapıtlara ağırlık vermektedirler. Daha az sıklıkla yer alan yönetmenler, spesifik temalar veya dönemlerle ilişkilendirilirken, liste genel olarak Filistin sinemasının farklı anlatı biçimlerini ve sanatsal çeşitliliğini temsil etmektedir. Bu analiz, akademik literatürde öne çıkan yönetmenlerin sinemaya olan katkılarını göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular, Filistin sinemasının uluslararası ödüller ve adaylıklar açısından da çeşitlilik ve başarı gösterdiğini ortaya koymaktadır. Cannes Film Festivali, 10 ödül ve adaylık ile açık ara en öne çıkan platformdur; bu, Filistin sinemasının sanatsal ve politik hikâye anlatımının uluslararası düzeyde takdir edildiğini göstermektedir. Berlin Film Festivali ve Oscar Ödülleri, üçer ödül/adaylık ile dikkat çekerken, Venedik Film Festivali de iki ödül/adaylık ile öne çıkmıştır. Daha az temsil edilen Toronto, Kahire ve Boğaziçi Film Festivalleri, Filistin filmlerinin küresel çapta yankı uyandıran bir etkisinin olduğunu, ancak bu etkinin daha büyük festivallerde yoğunlaştığını göstermektedir. Bu durum, sinemanın politik bir ifade aracı olarak gücünü de vurgulamaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise araştırmada adı geçen filmlerin türlerine (belgesel film, kurmaca film, kısa film) göre ayrımıyla ilgilidir. Belgesel filmler 43 çalışma ile en fazla incelenen tür olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, Filistin sinemasının gerçekçi ve toplumsal meseleleri ele alan bir araç olarak yoğun biçimde kullanıldığını göstermektedir. 41 çalışma ile kurmaca filmler de önemli bir yer tutarken, bu türde hikâye anlatıcılığının güçlü bir ifade biçimi olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Kısa filmler ise 19 çalışma ile daha sınırlı bir odak noktası olmuştur. Bu dağılım, Filistin sinemasının hem gerçeklikten ilham alan hem de yaratıcı anlatım biçimlerini barındıran bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 8

Çalışmalarda Adı Geçen Filmlerin Öyküsünün Geçtiği Yer/Mekan Frekans Değeri

Yer/Mekan Adı	Frekans Değeri
İşgal Altındaki Topraklar	21
Mülteci Kampları	13
Kontrol Noktaları	11
Yurtdışı	4
Ayrım Duvarı yakını	2
Hapishane	1

Tablo 8’de, Filistin sinemasında filmlerin öyküsünün geçtiği mekânlara dair akademik çalışmaların odaklandığı yerler gösterilmektedir. 21 filmin işgal altındaki topraklarda geçen hikâyelere yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, Filistin sinemasının işgal altındaki yaşamı belgeleyen ve bu bağlamda bir direniş anlatısı sunan özelliğini ortaya koymaktadır. Mülteci kampları (13 film) ve kontrol noktaları (11 film) ise, mekânsal temaların bir diğer önemli unsurları olarak öne çıkmaktadır. Yurt dışı, ayırım duvarı yakını ve hapishane gibi mekânların ise daha az sıklıkla işlendiği görülmektedir. Bu veriler, Filistin sinemasının temel anlatı mekânlarının siyasi ve toplumsal bağamlarla güçlü bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 9

Çalışmalarda Adı Geçen Filmlerin Öyküsünün Geçtiği Dönemin Frekans Değeri

Dönem Adı	Frekans Değeri
2000 Sonrası	16
Oslo Anlaşması ve Sonrası	10
Birinci İntifada	8
İkinci İntifada	8
Nakba ve Sonrası	7
1967 Sonrası	4

Tablo 9’da, Filistin sineması üzerine yapılan 35 akademik çalışmada adı geçen filmlerin öykülerinin geçtiği dönemlere yer verilmiştir. Çalışmaların büyük kısmında, filmlerin öyküleri 2000 sonrası dönemde geçmektedir (16 film). Bunu Oslo Anlaşması ve sonrası dönem (10 film) takip etmektedir. Birinci İntifada ve İkinci İntifada dönemleri eşit sayıda (8 film) yer almaktadır. Nakba ve sonrası dönem, 7 filmle dikkat çekerken, 1967 sonrası dönem yalnızca 4 filmle sınırlı kalmıştır. Bu sonuçlar, Filistin sinemasının özellikle modern tarih ve çatışma dönemlerine odaklandığını göstermekte, Oslo süreci ve İntifada’ların tematik ağırlığını yansıtmaktadır.

Tablo 10

Çalışmalarda Adı Geçen Filmlerin Ana Temasının Frekans Değeri

Ana Tema Adı	Frekans Değeri
Ulusal Kimlik	17
Direniş	10
Bellek	7
Diaspora/Göç	6
Toplumsal Cinsiyet	5
Özgürlük Arayışı	5
Şiddet	3
Mültecilik	3
Sınırlama	3
İşgal	3

Tablo 10’da, Filistin sineması üzerine yapılmış çalışmalarda ele alınan filmlerin ana temalarını ve bu temaların vurgulanma sıklığına yer verilmektedir. Tablo, “Ulusal Kimlik” temasının 17 kez ile en sık tartışılan konu olduğunu ortaya koymaktadır; bu, Filistin sinemasının kimlik ve aidiyet konularıyla güçlü bir ilişkisini göstermektedir. Bunu “Direniş” teması 10 kez ile takip ederken, “Bellek” 7 kez, “Diaspora/Göç” temaları ise 6 kez kodlanmıştır. Bu dağılım, Filistin sinemasının hem tarihsel hem de sosyopolitik dinamiklere odaklandığını göstermektedir.

Sonuç

Bu araştırmada Filistin sineması üzerine yapılmış olan akademik çalışmalarda hangi temaların ve yaklaşımların ön plana çıktığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Filistin sineması, Filistinliler için sadece bir sanat dalı değil aynı zamanda Filistin halkının kimlik, direniş ve özgürlük mücadelesinin bir yansıması olarak görülmüştür. Bu sinemanın, Filistin halkının mücadelesini, travmalarını ve hayatta kalma çabasını beyaz perdeye taşıyarak dünya genelinde bir farkındalık yarattığı söylenebilir.

Yapılan çalışma sonucunda elde edilen veriler, Filistin sinemasının Filistin halkının tarihsel süreçte yaşadığı olayların bir izdüşümü olduğunu göstermektedir. Nekbe, 1967 Savaşı, Birinci ve İkinci İntifada ile Oslo Antlaşması süreci, bu tarihsel seyirdeki önemli anları oluşturmaktadır. Bu olaylar Filistin sinemasının içeriğini belirlemiştir. Filistin sinemasında başlangıcından itibaren uzun bir süre sadece belgesel filmler yapılırken zamanla kurmaca filmler yapılmaya başlanmış ve daha kişisel bir üslup tercih edilmiştir.

Elde edilen sonuçlardan bir diğeri de Filistin sineması üzerine yapılan akademik çalışmaların belli başlı temalar etrafında

toplandığıdır. Ulusal kimlik, direniş, bellek ve diaspora gibi temalar, Filistin sinemasında en sık ele alınan konuları arasında yer almaktadır. Çalışmada ulaşılan bir diğer sonuç ise akademik çalışmalarda adları en sık geçen yönetmenlerin Elia Suleiman, Hany Abu-Assad, Annemarie Jacir ve Michel Khleifi'nin olmasıdır. Bu yönetmenler sinema dillerini oluşturarak Filistin mücadelesini uluslararası alana taşımışlardır.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre üzerine en çok akademik çalışmanın olduğu filmler *Paradise Now*, *Divine Intervention*, *The Time That Remains* ve *Wedding in Galilee*'dir. Bu filmlerin kimlik, direniş ve aidiyet etrafında şekillenen bir Filistin mücadelesinin ulaşsırı alanda farkındalığına hizmet ettiği söylenebilir. Aynı zaman bu filmler Cannes, Berlin, Venedik ve Oscar gibi uluslararası festivallerde gösterilmiş ve kimi zaman ödüller almışlardır. Filmlerin bu festivallerde gösterilmesinin Filistin sinemasının küresel sanat çevrelerince kabul gördüğü anlamına geldiği söylenebilir.

Çalışmada örneklem olarak incelenen çalışmalara bakıldığında, Filistin sineması üzerine yapılan akademik çalışmaların daha çok Batı merkezli olduğu görülmüştür. ABD, Fransa, İngiltere ve Almanya gibi ülkelerde yapılmış olan çalışmalar Filistin sinemasının kavramsal yönünün belirlemede etkili olduğu söylenebilir. Bu durum, genel olarak Filistin meselesi özelde Filistin sineması üzerine fikriyatın Batı merkezli inşa edildiğini göstermektedir. Bu konular üzerine yapılan Doğu merkezli çalışmaların azlığı bir başka dikkat çeken noktadır.

Gelecek çalışmalar için yapılabilecek öneriler arasında Filistin sinemanın dijital platformlardaki konumunun araştırılması söylenebilir. Ayrıca Filistin sinemasındaki genç yönetmenlerin sinema dillerinin ve filmlerindeki temaların araştırılması da bir başka öneri olarak sunulabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

Abu-Remaileh, R. (2014). The Kanafani effect: Resistance and counter-narration in the films of Michel Khleifi and Elia Suleiman. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 7(2), 190-206.

Communicata

Alkassim, S. (2022). Struggling to be seen: The travails of Palestinian cinema. *Journal of Palestine Studies*, 51(2), 76-77.

Ball, A. (2008). Between a postcolonial nation and fantasies of the feminine: The contested visions of Palestinian cinema. *Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies*, 23(3), 1-33.

Ben Labidi, I. (2021). Representation and emancipation: Cinema of the oppressed. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 250-265.

Bracco, C. (2024). Género y memoria en el cine palestino. Debates y controversias en torno a Farha. *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, 36, 166-190.

Brand, R. (2008). Identification with victimhood in recent cinema. *Culture, Theory & Critique*, 49(2), 165-181.

Brumm, A. M. (1996). Migration, marginality and cultural conflict in recent Israeli and Palestinian cinema. *Canadian Review of Comparative Literature/Revue Canadienne de Littérature Comparée*, 23(2), 561-576.

Burris, G. (2022). Dreams/Cinema/Palestine: Unoccupied spaces in the dream and my love awaits me by the sea. *ARTMargins*, 11(1-2), 152-170.

Chamarette, J. (2014). Absurd avatars, transcultural relations: Elia Suleiman, Franco-Palestinian filmmaking and beyond. *Modern & Contemporary France*, 22(1), 85-102.

Crespi, E. (2021). The ritual in the roadblock film: The wedding and the birthday in post-Oslo Palestinian cinema. *Journal of Postcolonial Writing*, 57(6), 766-778.

Denes, N. (2014). Between form and function: Experimentation in the early works of the Palestine film unit, 1968–1974. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 7(2), 219-241.

Dickinson, K. (2018). *Arab film and video manifestos: Forty-five years of the moving image amid revolution*. Springer.

Dushi, N. (2023). Femininity and the challenge of representation: Some thoughts about minor Israeli and Palestinian films. *Israel Studies*, 28(1), 233-247.

El Attar, H. (2019) Restoring narratives: Third-generation Palestinian chileans and cinema. *Review: Literature and Arts of the Americas*, 52(2), 185-190. <https://doi.org/10.1080/08905762.2019.1681771>

Estefan, K. (2022). Narrating looted and living Palestinian archives: Reparative fabulation in Azza El-Hassan's Kings and extras. *Feminist Media Histories*, 8(2), 43-69.

Fourest, L. (2013). La Palestine comme écran, ou comment passer «de l'autre côté du miroir». *Le cinéma de Kamal Aljafari. Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 134, 85-98.

Georgis, D. (2020). Play and the affective space of hope in Hani Abu-Assad's The Idol. *Emotion, Space and Society*, 37, 2-7.

- Gertz, N. (2002). Space and gender in the new Israeli and Palestinian cinema. *Prooftexts*, 22(1-2), 157-185.
- Gertz, N., & Khleifi, G. (2008). *Palestinian cinema landscape, trauma and memory*. Edinburgh University Press.
- Gourgouris, S. (2015). Dream-work of dispossession. *Journal of Palestine Studies*, 44(4), 32-47. <https://doi.org/10.1525/jps.2015.44.4.32>
- Habashneh, K. (2023). *Knights of cinema: The story of the Palestine film unit*. Springer Nature.
- Hennebelle, G. (1980). National question in Palestinian cinema how to get down to business. *Cineaste*, 10(1), 32.
- Jankovic, C., & Awad, N. (2012). Queer/Palestinian cinema: A critical conversation on Palestinian queer and women's filmmaking. *Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies*, 27(2), 135-143.
- Leperon, S. (1975). Palestinian cinema. *Cahiers Du Cinema*, 256, 35-38.
- Meddeb, A. (1975). An analysis of Alaounie, Borhan 'Kafr Kassem' and the Palestinian homeland. *Cahiers Du Cinema*, 256, 47-51.
- Morag, R. (2010). Interracial (homo) sexualities: Post-traumatic Palestinian and Israeli cinema during the al-Aqsa Intifada (Diary of a Male Whore and The Bubble). *International Journal of Communication*, 4(23), 932-954.
- Narboni, J. (1975). 'Kafr Kassem', A Palestinian film by Alaounie, Borhan. *Cahiers Du Cinema*, 256, 39-46.
- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri 1: Nitel ve nicel yaklaşımlar* (S. Özge, Çev.). Yayın Odası.
- Ó Murchú, N. (2023) Coloring Palestine: The flag device and cinematic motivations in narrative movies. *Journal of Palestine Studies*, 52(1), 21-42. <https://doi.org/10.1080/0377919X.2023.2174039>
- Orr, M. (2021). The agency of the jewess and her Palestinian counterpart: Destabilizing gender and vulnerability as resistance in paradise now and for my father. *Shofar: An Interdisciplinary Journal of Jewish Studies*, 39(3), 243-280.
- Oumlil, K. (2016). Re-writing history on screen: Annemarie Jacir's Salt of this Sea. *Arab Studies Quarterly*, 38(3), 586-600.
- Sevilla, J., & Lopez, M. (2009). The cinema made by Palestinians: a look at continuous revolution. *Arte y Políticas de Identidad*, 1, 103-134.
- Shafik, V. (2004). Cinema in palestine. O. Leaman (Ed.), *Companion encyclopedia of Middle Eastern and North African film* (ss. 518-532). Routledge.
- Shilina-Conte, T. (2021). Silence as elective mutism in minor cinema. *Film-Philosophy*, 25(2), 130-150.
- Singh, A. (2019). Time and waiting: The fulcrum of Palestinian identity. *Arab Studies Quarterly*, 41(4), 317-331.
- Sinno, N. (2022). Exasperating rides and bittersweet Duties: Humoring the Palestinian homeland in Annemarie Jacir's *Wajib*. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 16(1), ss. 90-109. <https://doi.org/10.1163/18739865-tat00002>
- Tawil-Souri, H. (2011). Where is the political in cultural studies? In Palestine. *International Journal of Cultural Studies*, 14(5), 467-482.
- Tawil-Souri, H. (2014). Cinema as the Space to Transgress Palestine's Territorial Trap. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 7(2), 169-189.
- Thorpe, R., Holt, R., Macpherson, A., & Pittaway, L. (2005). Using knowledge within small and medium-sized firms: A systematic review of the evidence. *International Journal of Management Reviews*, 7(4), 257-281.
- Trbic, B. (2020). Bereft of nature: Renegotiating national identity in the films of Rashid Masharawi. *Transnational Screens*, 11(1), 62-77.
- White, R. G. (2019). A cage without walls. *Film Criticism*, 43(2).
- Yaqub, N. (2012). Utopia and dystopia in Palestinian circular journeys from Ghassān Kanafānī to contemporary film. *Middle Eastern Literatures*, 15(3), 305-318.

Türkiye’de Dijital Platformlarda Yayınlanan İnteraktif Yapımların İncelenmesi

An Examination of Interactive Productions Broadcasted on Digital Platforms in Türkiye

Türkay Türkan ÜNLÜ¹ 

Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul,
Türkiye

Onur AKYOL² 

İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo,
Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, Türkiye



Bu makale daha önce tam metni yayınlanmayan “Türkiye’de Dijital Platformlarda Yayınlanan İnteraktif Yapımların İncelenmesi” başlıklı bildirinin içeriği geliştirilerek ve kısmen değiştirilerek üretilmiş halidir.

Geliş Tarihi/Received 16.01.2025
İlk Revizyon/Firs Revision 24.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 02.03.2025
Kabul Tarihi/Accepted 11.03.2025
Yayın Tarihi/Publication Date 15.03.2025

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Türkay Türkan ÜNLÜ

E-mail: turkay.unlu@fbu.edu.tr

Cite this article: Ünlü, T. T. & Akyol, O. (2025). *An Examination of Interactive Productions Broadcasted on Digital Platforms in Türkiye. Communicata*, 29, 48-59.



Content of this journal is licensed under a
Creative Commons Attribution-Noncommercial
4.0 International License.

ÖZ

Yeni medyanın özellikleriyle şekillenen televizyon yayıncılığı; doğrusal olmayan bir anlatı formunu içeren interaktif yapımlar açısından bir dağıtım ve gösterim kanalı oluşturmuştur. Bu noktadan hareketle bu araştırma dijital platformlarda yayınlanan interaktif yapımların özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Ulusal literatürde interaktif yapımların inceleyen çalışmalar bulunmasına karşın bu çalışmanın dijital platformlarda sunulan interaktif içeriklerin özelliklerin incelemesi özgün değerini oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışma, interaktif yapımların özelliklerine yönelik sunacağı bakış açısıyla önem taşımaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında Türkiye’de yayın hizmeti sunan over the top TV (OTT TV)’lerdeki interaktif yapımlar örneklemini içermektedir. Bu çerçevede gerçekleştirilen medya taramasında sadece Netflix’te interaktif yapımların bulunduğu tespit edilmiştir. Nisan ve Aralık verileri doğrultusunda erişilen yapımlar karşılaştırmalı olarak içerik analiziyle incelenmiştir. Analiz neticesinde Netflix’te 2017’den itibaren interaktif yapımların sayısı 2024’e kadar artarken 2024 Kasım’da Netflix tarafından alınan kararla yapımların sadece altısı yayında bırakılmıştır. Her iki dönemdeki veriler neticesinde interaktif içeriklerde film türünün çoğunluğunu oluşturduğu, macera konusunun yoğunlukta olduğu, yapımların çoğunun 0-30 dakika arasında bulunduğu ve Amerikan menşeli yapımların çoğunluğu içerdiği görülmüştür. Ayrıca, Nisan ayında erişilen yapımlar incelendiğinde interaktif yapımların 16’sının çocuk ve aile temalı alt türlerle ilişkilendirildiği ancak Aralık ayı verilerinde sadece üçünün bu alt temalarla ilişkisinin kaldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platform, OTT TV, İnteraktivite, İnteraktif Sinema, İnteraktif Drama

ABSTRACT

Television broadcasting, which is shaped by the characteristics of new media has created a new distribution and screening channel for interactive productions that include a non-linear narrative form. Based on this point, this research aims to reveal the characteristics of interactive productions broadcasted on digital platforms. Therefore, the study is important with the perspective it will provide on the characteristics of interactive productions. Within the scope of the purpose of the study, the sample includes interactive productions on OTT TVs that offer broadcasting services in Türkiye. The productions were analysed through content analysis. In the study, a total of 21 productions were analysed. As a result of the analysis, while the number of interactive productions on Netflix increased from 2017 until 2024, only six of the productions were left on air with the decision taken by Netflix in November 2024. As a result of the data in both periods, it was observed that the majority of the interactive content was films, the adventure subject was predominant, most of the productions were between 0-30 minutes, and the majority of American origin productions. Furthermore, when the productions accessed in April were analysed, it was observed that 16 of the interactive productions were associated with child and family themed sub-genres, but three of them remained associated with these sub-themes in the December data.

Keywords: Digital Platform, OTT TV, Interactivity, Interactive Cinema, Interactive Drama.

Giriş

Dijitalleşme ve internet teknolojilerinin gelişmesi sayesinde etkileşimli televizyon yayıncılığının oluşması farklı anlatı formatlarının gelişimine zemin hazırlamıştır. Linear (doğrusal) anlatı yapılarının aksine non-linear (doğrusal olmayan) anlatı formatları izleyicinin katılımıyla şekillenmektedir. Doğrusal olmayan anlatılarda izleyici, olay örgüsünün şekillenmesini katılım sağlayarak gerçekleştirmekte, dolayısıyla içerik ve izleyici arasında bir etkileşim süreci bulunmaktadır.

Web 2.0'ın en önemli özelliği kullanıcıların içerik üretim ve tüketim süreçlerine dahil olmalarına olanak tanımasıdır (Beer & Burrows, 2007). Bu özellik kapsamında internet tabanlı televizyon yayıncılığında interaktivite unsuru, izleyicinin içerikle karşılıklı iletişim kurmasına imkân sunmaktadır. İletilerin karşılıklı aktarılması, süreç içerisinde yeni mesaj ve anlamlar oluşmasını sağlamakta (Cover, 2006, s. 140) ve interaktivite unsuru, hızlı geri bildirimler yaratmaktadır. Dolayısıyla internetin sunduğu eşzamanlı geri bildirim imkânı bağlamında içerik ve izleyici ilişkisi yeni üretimlerin oluşmasını sağlamaktadır.

İzleyicinin eşzamansızlık ve kitlesizleştirme özellikleri sayesinde yapımı bireysel katılım sağlayarak deneyimlemesi içeriğin kişiselleştirilmesine imkân sunmaktadır. Bu kapsamda internet tabanlı gelişim gösteren etkileşimli televizyon yayıncılığına bağlı oluşan dijital platformlar, içerik üretim ve kullanım süreçlerinde izleyiciye sundukları özellikler sayesinde doğrusal olmayan anlatı biçimlerinin dağılım ve gösterimi için alternatif kanalları oluşturmaktadır.

İnternet tabanlı televizyon kanallarının sunduğu bu avantajlardan hareketle “Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?” sorusu çerçevesinde oluşturulan bu çalışma kapsamında dijital platformlarda sunulan interaktif yapımlar incelemeye alınmıştır. Bu çerçevede çalışma, yeni medya yayıncılığın bir kanalı olan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlara yönelik mevcut durumu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla çalışma, Türkiye’de yayıncılık sunan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlara yönelik sunacağı bakış açısıyla önem taşımaktadır. Çalışma kapsamında Türkiye’de hizmet sunan dijital platformlarda yer alan interaktif yapımlar öncelikle tespit edilmiş, ardından erişilen yapımlar içerik analizi aracılığıyla incelenmiştir. Bu bağlamda dijital platformlarda yayınlanan interaktif yapımların gösterildikleri yıl, formatları, konu türleri, süreleri, üretildikleri ülke gibi özellikleri ortaya çıkarılmıştır.

Bu araştırmada, 1-10 Nisan tarih aralığında gerçekleştirilen medya taramasında sadece Netflix platformunda interaktif yapımların olduğu saptanmıştır. İnteraktif yapımların tespitinin ardından kodlama cetveli kapsamında yapımlar özelliklerine göre kodlanmıştır. Nisan 2024’te gerçekleştirilen medya taramasının ardından Netflix, 2024 Kasım ayında interaktif içerikleri platformdan kaldıracağını açıklamıştır (Peters, 2024). Bu bağlamda 20-30 Aralık 2024 tarih aralığında ikinci bir medya taraması gerçekleştirilmiş ve sadece Netflix’te altı interaktif içerik kaldığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın iki farklı tarih aralığında elde edilen bilgiler neticesinde bulgular karşılaştırmaları olarak aktarılmıştır. Bu doğrultuda Nisan 2024 ve Aralık 2024 verileri doğrultusunda her iki dönemde de Netflix’in interaktif içeriklerin dağılımında önemli bir kanal rolünü üstlendiği, film formatının interaktif yapımlarda tercih edildiği, belgesel ve kurmaca formatlarının ağırlıklı yer aldığı yapımların çoğunluğunun Amerikan menşeli ve macera konu türünde olduğu saptanmıştır. Ayrıca, Nisan 2024 ayında gerçekleştirilen içeriklerin Netflix’in kendi belirttiği alt türlerinde çizgi dizi, çocuk dizileri, aile filmleri gibi başlıklar içerisinde kategoriye ayırdığı görülmüştür.

İnteraktif Yapımların Gelişimi ve Özellikleri

İnteraktif yapımlar; kurmaca film, belgesel film ve televizyon programlarında süreç içerisinde yer almaya başlamış ve teknolojinin gelişimiyle farklı kanallar aracılığıyla gösterilmiştir. Sinema açısından bakıldığında ilk interaktif film denemesi 1961 yılında gösterilen *Mr. Sardonicus* isimli yapımdır. Bu yapımda, izleyiciye iki farklı son sunulmuştur. İzleyici kendisine dağıtılan kartlar aracılığıyla filmin son sahnesine karar vermiş ve çoğunluğun seçimi gösterilmiştir. *Mr. Sardonicus* isimli yapımda izleyici sadece filmin sonunda söz sahibiyken *Kinoautomat: One Man and His House* isimli yapımda izleyici birden fazla sahnede seçimde bulunabilmiştir.

İlk interaktif film olarak kabul edilen Raduz Cincera tarafından yönetilen *Kinoautomat* 1967 yılında Kanada’da gerçekleştirilen World Expo fuarında gösterilmiştir (Laurel, 1993, s. 53; Hales, 2005, s. 54). Film içerisinde her sahnenin sonunda yapım durdurularak ekran ikiye bölünmüş ve filmin yönetmeni Cincera sahneye çıkarak izleyicilere önlerinde bulunan kırmızı ve yeşil butonlar aracılığıyla sunulan sahnelerden birini seçmelerini istemiştir. Oylama neticesinde çoğunlukta yer alan sahne izleyiciye sunulmuştur. Bu çerçevede izleyiciye dallandırılmış bir anlatı formunun sunulduğu görülmektedir. Ancak yapımların sahneler arasında sunduğu seçim olanaklarına karşı olay örgüsünde tek bir son içermektedir.

İlk interaktif belgesel denemelerinden birini 1970'lerin sonunda üretilen *Aspen Movie Map* isimli proje oluşturmaktadır (Neimark, t.y.). Kullanıcının dokunmaya duyarlı bir monitör aracılığıyla Colorado'nun Aspen kasabasını interaktif olarak keşfetmesini sağlayan bir seyahat sistemi sunan bu proje, interaktif medya tasarımı ön açıcı bir çalışma ve Google Street View gibi sistemlerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (*Rebecca Allen*, t.y.). İlk interaktif belgeseli ise *Moss Landing* (1989) isimli yapım oluşturmaktadır (*MIT Open Documentary Lab*, t.y.; Kim & Kim, 2014). Bu yapımda, çok sayıda kamera Moss Landing Limanı sakinlerinin yaşamlarını kaydetmiş ve sonrasında kayıtlar, kullanıcının bir arayüz aracılığıyla gezinebileceği kapalı bir video klip veri tabanı olarak düzenlemiştir.

Televizyon yayıncılığında ise interaktif özellik sunan ilk program örneği 1953 ve 1957 yılları arasında Amerika'da CBS kanalında yayınlanan bir çocuk programı olan *Winky Dink and You*; ilk interaktif drama ise *Captain Power: And The Soldiers of The Future* (1987) isimli yapımdır (Akyol, 2012, s. 272).

Farklı türlerde sunulan bu ilk örneklerden itibaren interaktif yapımların ana özelliği, doğrusal olmayan anlatı yapıları sayesinde izleyicinin sürece katılım sağlamasına olanak tanınması olmuştur. Nelson'a (2022) göre diğer insanlarla birlikte olmak ve bir araya gelmek, bir alanda bir şeyler yapmak, katılım pratiğinin temel bir görevini içermektedir. Dolayısıyla interaktif yapımlarda sağlanan katılım unsuru sayesinde üretici ve tüketici aynı kanal üzerinde birleşmektedir. Bu durum, doğrusal olmayan anlatının özellikleri sayesinde şekillenmiştir.

Field'a (2012) göre hikaye doğrusal çizgide ilerleyen bir yapıyı içermektedir. Bu kapsamda neden ve sonuç içeren doğrusal anlatı formunda bir olay başlangıç, gelişme ve sonuç kısımlarından oluşmaktadır (Bordwell & Thompson, 2011). Dolayısıyla izleyici için anlatı, düz bir çizgide devam etmekte ve izleyici bu içeriğe müdahale edememektedir. Doğrusal anlatıda içeriğin belirli bir doğruda ilerlemesini referans alan Gustav Freytag, hikâyenin ilerleyişi merkezinde Freytag Piramidi veya Üçgeni olarak isimlendirilen bir anlatı modelini şekillendirmiştir.

Doğrusal olmayan anlatı formunda ise olay örgüsü doğrusal yapıdan farklı aktarılmaktadır. Bu nedenle doğrusal olmayan anlatıda Freytag üçgeninde belirtilen tahrik noktası, doruk noktası vd. bölümler olay örgüsü içerisinde birden fazla bulunabilmektedir (Ünlü, 2020, s. 35). Doğrusal olmayan anlatı formlarında dallanan, tek başlangıç ve çoklu bitiş, ara bağlantılı öykü gibi birden fazla anlatım yöntemi

kullanılabilmektedir. Dolayısıyla doğrusal olmayan anlatılar, doğrusalın aksine açık uçlu bir yapıya sahip olmaktadır. Açık uçlu yapısı etkileşim kapsamında katılımla gelişen bir olay örgüsünün şekillenmesine olanak tanımaktadır.

İnteraktif dramada doğrusal anlatının aksine izleyici için hikayede deneyim unsuru devreye girmekte ve izleyici açısından bu deneyim süreci ilgi önem kazanmaktadır (Arinbjarnar vd., 2009). İnteraktif yapımların ilk örnekleri çerçevesinde şekillendiği ilk dönemlerinde kolektif bir şekilde kitleyle tüketildiği görülmektedir. Dolayısıyla bireyin değil çoğunluğun seçimi hikâyenin oluşmasında etki oluşturmıştır. Bu durum izleyicinin bireysel deneyim yaşamasına engel yaratmıştır.

Dijitalleşmenin gelişmesiyle 1990 sonlarında DVD'lerin tanıtılması, interaktif yapımların kolektif deneyimden çıkmasına olanak tanımıştır. DVD teknolojisi önceden kaydedilmiş yapımların oynatılmasına izin vererek, izleyicinin içeriğe müdahalesine imkân sunmuştur. *Choose Your Own Adventure The Abominable Snowman* isimli 2006 yılında DVD formatında sunulan 80 dakikalık interaktif yapım, bu gelişim ile üretilen içeriklere örnek içermektedir.

DVD'lerin gelişiminin ardından internet teknolojilerinin oluşumu kullanıcı ve içerik arasındaki etkileşim için yeni kanalların doğmasına olanak tanımıştır. Geleneksel kitlesel akışın aksine içeriğin kullanımı sürecinde izleyici, içeriği kontrol edebilme evresinde aktifleşmiştir. Dolayısıyla internet sayesinde doğrusal olmayan anlatı formunu içeren interaktif yapımların bireysel deneyimlenmesine zemin hazırlanmıştır.

Etkileşimli Televizyon Yayıncılığı Kapsamında İnteraktif Yapımlar

Gelişen dijital teknolojiler, iletişim sürecinde birey tarafından mesajın iktidar denetimine girmeden üretilmesine ve dağıtılmasına olanak tanımış; bu durum kapsamında oluşan iletişim biçimi, Manuel Castells'e (2013) göre "Kitlesel Öz-iletişim" olarak adlandırılmıştır. Castells'in belirttiği dijital iletişim teknolojilerini içeren süreçte, iletişimdeki gelişmelere bağlı olarak televizyon yayıncılığı hem devamlılığı hem de izleyicinin gereksinimleri doğrultusunda yeni teknolojilerin özelliklerine uyum sağlamıştır.

Geleneksel televizyon yayıncılığında izleyici ve içerik tek yönlü doğrusal bir iletişim kurmaktadır. Newhagen ve diğerlerine (1995) göre geleneksel medya kanalları eşzamanlı bir dönüte olanak sunmamaktadır. Dolayısıyla kaynaktan gelen mesajı edilgen bir şekilde alan izleyici, bu

süreçte pasif bir konumda bulunmaktadır. İnternet teknolojilerinin gelişimi ve oluşan yeni medyanın özellikleri, etkileşimli televizyon yayıncılığının oluşumuna zemin hazırlamıştır. Bachmayer etkileşimli televizyonu şöyle ifade etmektedir:

Geleneksel olarak bu ortam, TV seti, set üstü kutusu (STB) ve uzaktan kumandadan oluşan standart bir ev TV istasyonudur. Web üzerinde daha gelişmiş medya formatlarının geliştirilmesiyle birlikte etkileşim ortaya çıkmıştır. Bu nedenle; TV ortamı, web'den bilinen medya hizmetleri fikirlerini giderek daha fazla benimseyen veya web'i bilgi/iletişim/iş birliği ortamı olarak paralel kullanan değişen bir ortamı kapsamaktadır (Bachmayer vd., 2010, s. 75).

Everett Rogers, yeni medyanın özelliklerini interaktivite, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık olarak üç özellikte belirtmektedir (1986, ss. 4-5). Bu kapsamda yeni medyanın özelliklerinden beslenen etkileşimli televizyon yayıncılığı da bu üç unsuru içermektedir. Bu bağlamda etkileşimli televizyon, interaktivite özelliği sayesinde izleyicinin içeriğe geri bildirimde bulunmasına olanak tanımaktadır. Kitlesizleştirme sayesinde içerik, bireysel tüketilebilmekte ve eşzamansızlık bağlamında içeriğin izlenme zamanı yayıncı değil izleyicinin kontrolünde bulunmaktadır. Bu doğrultuda etkileşim, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleri sayesinde televizyon, kitlesel özelliğini kaybederek (Thomas, 2011), kişiselleştirilmiş bir yayıncılık sunmaya başlamıştır (Rizzo, 2007). Bu çerçevede Web TV, IPTV (Internet Protocol Television-İnternet Protokolü Televizyonu), OTT TV (Over the Top) ve HBB TV (Hybrid Broadcast Broadband TV-Hibrit Yayın Genişbant TV) gibi kanallar etkileşimli yayıncılık formlarına örnek oluşturmaktadır.

Etkileşimli televizyon yayıncılığında izleyicinin sürece katılım sağlamasına olanak tanıyan Video on Demand (İsteğe Bağlı Video/VOD) özelliği bulunmakta ve izleyici bu özellikte yayın akışına müdahil olabilmektedir (Akyol & Ünlü, 2022). Etkileşimli televizyon yayıncılığı sunduğu bu özellikler neticesinde izleyicinin özerkleşmesini sağlamıştır. Geleneksel yayıncılıkta uzak kumandanın sunduğu “yıkıcı” olarak kabul edilen interaktivite (Thomas, 2011, s. 55) özelliğinin ötesinde, etkileşimli televizyon yayıncılığı içerik ve izleyici arasındaki interaktivitenin boyutunu artırmaktadır. Bu durum neticesinde izleyici, tüketici konumunda bulunan pasif bir rolde bulunmamakta; bilakis içeriğe katkı sunan, üretici olduğu aktif bir konuma geçiş sağlamaktadır (Ünlü & Akyol, 2021). İnteraktivitenin bu gelişimi, izleyicinin farklı boyutlarının ortaya çıkmasına olanak tanımıştır (Napoli, 2011). Öyle ki izleyici kavramı etkileşimli televizyon yayıncılığının gelişimiyle kullanıcı ve katılımcı olarak

adlandırılmaya başlamıştır.

Etkileşimli televizyon yayıncılığı platformlarının sunduğu bu olanaklar, katılımı geliştiren açık uçlu interaktif yapımların gösterim olanaklarında alternatif bir kanal oluşturmaya imkân sunmuştur. Youtube’da yayınlanan Super Mario serisinden esinlenen *Super Mario Interactive Adventure Game!* (2010); kara delikler üzerine eğitici ve macera türünde bir içerik sunan *Push Greg into Black Hole* (2018) ve "kendi halk masalını kendin seç" sloganıyla başlayan *Twas the Devil* (2021) Web TV platformlarında yayınlanan interaktif yapımlara örnek içermektedir. Ayrıca, etkileşimli yayıncılığın özelliklerden faydalanan bir OTT TV platformu Netflix, 2017 yılından itibaren interaktif içerikleri dağıtarak gösterim olanağı sunmuştur. Platform ilk interaktif içeriği olan 2017 yılında dağıtılan *Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler* isimli yapımdan itibaren doğrusal olmayan anlatı formlarını yayınlamıştır (King, 2017). Netflix Ürün İnovasyonu Yöneticisi Carla Engelbrecht Fisher bu durumu şöyle belirtmektedir:

İçerik yaratıcıları, bu tip doğrusal olmayan hikâyeler anlatmaya can atıyor. Netflix ise onlara serbestçe düşünmeleri, yeni şeyler denemeleri ve en iyi işlerini çıkarmaları için gerekli özgürlüğü sağlıyor. İnternet tabanlı bir şirket olmak; yeni formatlar denememizi, çok farklı tipte cihazlarla dünya çapında bizi izleyen milyonlarca üyemize bu yeni içerikleri sunmamızı ve en önemlisi bu içeriklerden yeni şeyler öğrenmemizi sağlıyor (Engelbrecht Fisher, 2017).

Ayrıca ilgili yazısında Engelbrecht Fisher, yayınladıkları interaktif anlatı içeren yapımların hedef kitlesinde çocukların olduğunu belirtirken, bu kapsamda çocuk programlarının önemini şöyle vurgulamaktadır:

Çocukların en sevdikleri karakterlerle "oyunama"ya hevesli olması ve dokunma ile kaydırmaya yatkınlıkları nedeniyle çocuk programı alanı, bizim için doğal bir başlama noktası oldu. Ayrıca çocuklar, sanki karakterler onları duyuyormuşçasına ekranla konuşur. Şimdi artık bu sohbet karşılıklı olabilir. Asıl konu, bu karmaşık hikâyeleri anlatabilecek doğru öyküleri ve anlatıcıları bularak bunları ilgi çekici bir şekilde hayata geçirmek (Engelbrecht Fisher, 2017).

2017 yılında doğrusal olmayan anlatı formlarını yayınlamaya başlayan platform, 28 Aralık 2018 tarihinde *Black Mirror* isimli drama kapsamında *Black Mirror: Bandersnatch* isimli interaktif filmi gösterime sunmuştur. Gogoi’ye (2019) göre bu yapım, interaktif film alanında ilklerden birini oluşturmada ve izleme kültürünün değişmesinde etkili

olacak cesur bir yapıyı içermektedir. Elnahla'nın ifadesiyle *Black Mirror: Bandersnatch* yeni bir film yapım çağının kapılarını açmış ve izleyiciye içerik üzerinde “yeni tanrılar” olma olanağını sunmuştur (2020, s. 509). Roh ve Koenitz ise platformda yayınlanan bu yapının önemi şöyle ifade etmektedir:

Netflix yapımı Bandersnatch, platformun erişimi, popüleritesi ve maliyetli deneysel yapımları finanse etme yeteneği nedeniyle etkileşimli dijital anlatı videoları için potansiyel olarak çok önemli bir adımı temsil etmektedir. Gerçekten de Netflix, etkileşimli anlatılara daha fazla yatırım yapacağını duyurmuştur – romantizm ve diğer türlere geçerek – bu da Bandersnatch'i ilk adım ve henüz gelmemiş şeylerin habercisi olarak daha da önemli kılmaktadır (Roth & Koenitz, 2019, s. 247)

Özellikle *Black Mirror: Bandersnatch*'in kazandığı popülerite, interaktif yapımların OTT TV platformunda üretimini destekleyen bir unsuru oluşturmuştur. *Black Mirror: Bandersnatch* yayınlandığı tarihten itibaren sosyal medya kanallarında hem Twitter'da hem de Instagram'da trend olurken; Reddit kullanıcıları, tüm olası sonuçlara dayalı olarak bölümün çeşitli sonlarını gösteren akış şemaları yayınlamış, bu kapsamda oyuna çözümler sunmaya çalışmıştır (Nee, 2021).

Black Mirror: Bandersnatch ile kazandığı başarının ardından Netflix, çoğu çocuk programları olmak üzere interaktif içerikler sunmaya devam ederken; Mayıs 2020'de *Unbreakable Kimmy Schmidt* isimli dramaya özel *Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy vs the Reverend* isimli bir interaktif bölüm sunmuştur (Kang, 2020). Bu örnekler kapsamında OTT TV olarak Netflix'in sergilediği politika ile etkileşimli televizyon platformu olmanın sunduğu avantajları, doğrusal olmayan interaktif yapımların üretim, dağıtım ve gösteriminde kullanmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Etkileşimli televizyon yayıncılığı sunduğu özellikler sayesinde doğrusal olmayan bir anlatı formu olarak interaktif içeriklerin dağıtım ve gösteriminde bir kanalı oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle bu araştırma, dijital platformlarda interaktif içeriklerin dağılımını ve özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda “Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?” sorusu çerçevesinde şekillenen bu çalışmada içerik analizi kullanılmıştır. Krippendorff'a (2019) göre içerik analizi, yinelenen, nesnel anlamların çıkarılmasında kullanılan yazılı/görsel/işitsel gibi veri formlarına uygulanan bir analizi kapsamaktadır. Verilerin kodlanması, temaların

oluşturulması, kodlarla temaların düzenlenmesi ve bulguların yorumlanmasını kapsayan içerik analizi (Yıldırım & Şimşek, 2016), veriler aracılığıyla araştırma sorularının yanıtlanmasına olanak tanımaktadır (Devran, 2010).

Bu araştırma kapsamında içerik analizi sayesinde aşağıda belirtilen araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- A.S.1.** İnteraktif yapımların dijital platformlarda dağılımı nasıldır?
- A.S.2.** İnteraktif içeriklerin yapım türü açısından dağılımı nasıldır?
- A.S.3.** İnteraktif yapımların konu türü açısından dağılımı nasıldır?
- A.S.4.** İnteraktif yapımların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- A.S.5.** İnteraktif yapımların sürelerine göre dağılımı nasıldır?
- A.S.6.** İnteraktif yapımların üretildiği ülkelere göre dağılımı nasıldır?

İçerik analizi çerçevesinde yukarıda belirtilen araştırma sorularının yanıtlanması amacıyla OTT TV platformlarındaki interaktif yapımlar başka bir ifadeyle doğrusal olmayan bir anlatı formunu içeren ve olay örgüsünde izleyiciye seçim olanağı sunarak, içerik ve izleyici arasında bir interaktif süreç yaratan yapımlar tespit edilmiştir. İnteraktif yapımlar tespit edilip incelendikten sonra temalar ve kodlar belirlenerek kodlama cetvelinin hazırlanması sağlanmıştır.

Araştırma kapsamında oluşturulan kodlama cetvelinde öncelikle erişilen yapımlar, araştırma sorularında aranan unsurlar çerçevesinde incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle yapımların türlerine, yıllarına, formatlarına, konu türlerine, sürelerine, ülkelere göre incelenmiştir. Ayrıca erişilen yapımların platformda “alt tür” kapsamında belirtildiği kategorilerde benzerlikler olduğu görülmüş, bu bağlamda yeni bir kategori açılarak platformda belirtilen alt tür çerçevesinde de yapımlar incelenmiştir.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği kapsamında araştırmacılar, analiz sürecinde çapraz kontroller gerçekleştirmiş ve kategoriler arası karşılaştırmalar yapılmıştır. Araştırmada hazırlanan kodlama cetveli ve gerçekleştirilen frekans analizlerinde Microsoft Excel programı kullanılmıştır.

Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada etkileşimli televizyon yayıncılık türlerinden OTT TV türünü içeren dijital televizyon platformları kapsamında interaktif yapımlar incelenmiştir. Dolayısıyla Web TV, IPTV ve diğer etkileşimli televizyon kanalları araştırmaya dahil

edilmemiştir.

Araştırma verilerinin toplandığı tarih aralıkları 1-10 Nisan 2024 ve 20-30 Aralık 2024 tarihleri aralığıyla sınırlıdır.

Araştırmanın Örneklemi

Bu çalışma çerçevesinde amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak, Türkiye’de yayıncılık hizmeti sunan OTT TV’lerdeki interaktif anlatı özellikli yapımlar incelemiştir.

Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle dijital platformlarda medya taraması gerçekleştirilmiştir. İlk medya taraması 1-10 Nisan 2024 tarih aralığında yapılmıştır. Gerçekleştirilen medya taraması neticesinde; Disney+, Prime Video, Blu TV, Puhu TV, Exxen, Gain, Turkcell TV+, D-Smart Go, Being Connect platformlarında interaktif yapımlar bulunmadığı sadece Netflix’te interaktif yapımların sunulduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda Netflix Türkiye’de gösterilen interaktif yapımlar Tablo 1’de listelenmiştir. Ancak Netflix, 2024 Kasım ayında gerçekleştirdiği açıklamayla 1 Aralık 2024 itibariyle interaktif özel içeriklerinin çoğunu platformdan kaldıracağını belirtmiştir (Peters, 2024). Bu kapsamda Nisan ayında gerçekleşen ilk medya taramasının ardından 20-30 Aralık 2024 tarihleri aralığında ikinci medya taraması yapılmıştır.

Aralık ayında gerçekleştirilen tarama neticesinde de sadece Netflix’te interaktif yapımların sunulmaya devam ettiği görülmüştür. Aralık ayında Netflix’te yayına devam eden yapımlar Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1

Netflix’te Nisan 2024 ve Aralık 2024 Aylarında Erişilen Interaktif Yapımlar Listesi

Nisan 2024	Aralık 2024
Aşkî Seç	Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı
Nerede Bu Millet?	Doğaya Karşı Mücadele: Neredeyim Ben?
Jurassic World Kretase Kampı: Saklı Macera	Doğaya Karşı Mücadele: Safari Macerası
Barbie Epic Road Trip	Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy Rahip'e Karşı
Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı	Doğaya Karşı Mücadele
Savaşçı Kitty	Black Mirror: Bandersnatch
Johnny Test: Mükemmel Köftenin Peşinde	
Undertaker: Lanetli Evden Kaçış	
Doğaya Karşı Mücadele: Neredeyim Ben?	
Headspace: İnteraktif Gevşeme Rehberi	
Dünya Üzerindeki Son Çocuklar: Kıyamet Koptu	
Doğaya Karşı Mücadele: Safari Macerası	
Spirit Özgürce Koşuyor: Maceraya Sen de Katıl	
Patron Bebek: Yakala Bebeği!	
Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy Rahip'e Karşı	
Carmen Sandiego: Çalmak ya da Çalmamak	
Kaptan Düşükdön Efsane Seç-Beğen-Geç	
Doğaya Karşı Mücadele	
Black Mirror: Bandersnatch	
Stretch Armstrong: Firar	
Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler	

Tablo 1 kapsamında Nisan ayında gerçekleştirilen taramada Netflix platformunda toplam 21 içeriğe ve Aralık ayında gerçekleştirilen taramada 6 yapıma erişilmiştir.

Tablo 2

İnteraktif İçeriklerin Yapım Türü Açısından Dağılımı

Yapım Türü	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Film	19	90,47	5	83,33
Program	2	9,52	1	16,66
Toplam	21	100	6	100

Netflix'te interaktif anlatı formları, film ve program olmak üzere iki türde bulunduğu görülmüştür. Bu kapsamda Nisan 2024 ve Aralık 2024 süreçlerinde erişilen içeriklerin çoğunluğunun film türünde yer aldığı Tablo 2'de görülmektedir. Bu kapsamda içeriklerin çoğunluğunu film olarak tasarlandığı saptanmıştır.

Tablo 3

İnteraktif Yapımların Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
2017	1	4,76	-	-
2018	2	9,52	1	16,66
2019	1	4,76	1	16,66
2020	5	28,57	1	16,66
2021	6	23,80	2	33,33
2022	4	19,04	1	16,66
2023	2	9,52	-	-
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te yayınlanmaya devam eden interaktif yapımların ilki 2017 yılında sunulan *Buddy Thunderstruck: Çılgın Fikirler* isimli filmken; son yapım 2023 yılında gösterime başlayan *Aşkı Seç* isimli filmidir. Nisan ayında gerçekleştirilen taramada 2017 yılından 2023 yılına kadar her sene en az bir interaktif anlatı içeriğinin sunulduğu görülmektedir. İnteraktif anlatıların en fazla üretildiği yılı ise dört yapımla 2021 oluşturmaktadır.

Aralık 2024'te ise 2018 yılında yayınlanan *Black Mirror: Banderstanch* ilk yapımı oluştururken; 2022 yılında sunulan *Ranveer ve Bear Grylls Doğaya Karşı* isimli içerik son yapımdır. En fazla yapımın sunulduğu 2021 yılında yayınlanan iki içerik ise sunulmaya devam etmektedir.

Tablo 4

İnteraktif Yapımların Formata Göre Dağılımı

Yapım Formatı	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Canlandırma	11	52,38	-	-
Kurmaca	4	19,04	2	33,33
Belgesel	3	14,28	3	49,99
Reality	2	9,52	1	16,66
Belgesel ve Canlandırma	1	4,76	-	-
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te erişilen içeriklerin 20'sinin sadece dört yapım formatını içerdiği; bir yapımın ise ikili format özelliklerini taşıdığı saptanmıştır. Yapımların %52,38 oranla yarısından fazlasının canlandırma türünde olduğu görülmüştür. Canlandırma türünü, sırayla kurmaca, belgesel, reality oluşturmaktadır.

Aralık 2024'te erişilen içeriklerde ise yapım format çeşitliliğinde azalma görülmüştür. Canlandırma formatı türündeki içeriklerin kaldırılmıştır. Ayrıca, içeriklerin çoğunluğu belgeselken en az kullanılan format reality olmuştur.

Tablo 5

İnteraktif Yapımların Konu Türlerine Göre Dağılımı

Konu Türü	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Macera	8	38,09	4	66,66
Komedi	5	23,80	1	16,66
Aksiyon	4	19,04	-	-
Fantastik	1	4,76	-	-
Romantik Komedi	1	4,76	-	-
Bilimkurgu	1	4,76	1	16,66
Diğer	1	4,76	-	-
Toplam	21	100	6	100

İnteraktif yapımların konu tür dağılımlarına bakıldığında altı türe dair içerikler bulunurken, bir yapım diğer kategorisinde kodlanmıştır. Uyku ve meditasyon üzerine bir içeriğe sahip olan *Headspace: İnteraktif Gevşeme Rehberi* (2021) başlıklı yapım diğer kategorisinde bulunmaktadır.

Tablo 5 kapsamında Nisan 2024'te erişilen interaktif içeriklerin çoğunluğunun (38,09) macera konu türünde olduğu görülürken, bu durum Aralık 2024'te erişilen içeriklerle benzerdir. Aralık ayında da erişilen içeriklerin çoğunluğu (66,66) macera türünde bulunmaktadır.

Nisan 2024'te erişilen 21 yapımda konu tür çeşitliliği Aralık 2024'e kıyasla daha fazladır. Nisan 2024'te erişilen içeriklerin yer aldığı aksiyon, fantastik, romantik komedi ve diğer kategorileri Aralık 2024'te kaldırılan içeriklerde yer almaktadır.

Tablo 6

İnteraktif Yapımların Sürelerine Göre Dağılımı

Yapım Süresi	Nisan 2024				Aralık 2024			
	Film		Program		Film		Program	
	N	%	N	%	N	%	N	%
0-30'	8	42,10	14	82,65	1	20	8	100
31-60'	6	31,57	3	17,64	1	20	-	-
61-90'	4	21,05	-	-	3	60	-	-
91-120'	1	5,26	-	-	-	-	-	-
Toplam	19	100	17	100	5	100	8	100

Tablo 6 kapsamında interaktif anlatıya sahip içerikler süreleri kapsamında incelenmiştir. Bu doğrultuda yayınlanan interaktif yapımların minimum 0-30 dakika ve maksimum 91-120 dakika aralıklarını kapsadığı görülmüştür.

İnteraktif yapımlar incelenirken filmler haricinde programları içeren yapımların her bölümü ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, sekiz bölümden oluşan *Doğaya Karşı Mücadele* (2019) ve dokuz bölümü kapsayan *Savaşçı Kitty* (2022) yapımları Nisan 2024'te incelendiğinde bölümlerin çoğunluğunun (%82,65) 0-30 dakika aralığında yer aldığı görülmüştür. Bu yapımlar, Aralık ayında incelendiğinde ise yayınlanan bölümlerin tamamının 0-30 dakika aralığında bulunduğu gözükmemektedir. Filmler açısından ise Nisan 2024 sürecinde taramada yapımların çoğu (42,10) 0-30 dakika arasında yer alırken; Aralık 2024'te incelenen içeriklerde çoğunluğunun (60) 61-90 dakika arası olduğu saptanmıştır.

Tablo 7

İnteraktif Yapımların Ülkelerine Göre Dağılımı

Ülke	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Amerika Birleşik Devletleri	18	85,71	4	66,66
Kanada	1	4,76	-	-
Hindistan	1	4,76	1	16,66
Birleşik Krallık	1	4,76	1	16,66
Toplam	21	100	6	100

Nisan 2024'te erişilen yapımların çoğunluğunu kapsayan %85,71'inin Amerikan menşeli olduğu görülürken; Aralık 2024'te ulaşılan içeriklerde de %66,66 ile Amerikan yapımları dağılımda en çok yer alan içerikleri oluşturmuştur. Nisan 2024'te %4,76 ile Kanada yapımı yer alırken; Aralık 2024'te bu yapımın kaldırıldığı görülmüştür.

Tablo 8

İnteraktif Yapımların Netflix Alt Türlerine Göre Dağılımı

Netflix Alt Türleri	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Çocuk ve Aile Filmleri	5	28,57	2	33,33
Çocuk Dizileri	1	4,76	1	16,66
Çizgi Film	1	4,76	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri	7	33,33	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çizgi Filmler	1	4,76	-	-
Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri Hem Çizgi Film	1	4,76	-	-
Diğer	5	28,57	3	49,99
Toplam	21	100	6	100

Tablo 8'de belirtilen Netflix alt türleri, platformun interaktif yapımları yerleştirdiği kategorileri kapsamaktadır. Bu bağlamda, platformun altı ana kategoride interaktif yapımları yerleştirdiği görülürken beş yapım Tablo 9'da belirtilen diğer kategorisinde yer almıştır.

Nisan 2024'te gerçekleştirilen taramada Netflix'in alt türlerinin beşinde çocuk; üçünde aile ifadesinin geçtiği görülmektedir. Bunlar dışında üçünde çizgi film ifadesi bulunmaktadır. Ayrıca, içeriklerin çoğunluğu "Hem Çocuk Dizileri Hem Çocuk ve Aile Filmleri" (33,33); ikinci olarak da (28,57) "Çocuk ve Aile Filmleri" alt türünde yer almaktadır. Aralık 2024'te yapılan taramada ise Netflix'in üç alt türünün kaldığı görülmüştür. Çocuk ve Aile Filmleri; Çocuk Dizileri ve diğer kategorisi bulunmaya devam etmektedir. Nisan 2024'e kıyasla çoğunluğu "Diğer" (49,99) kategorisi oluştururken; ikinci olarak (33,33) "Çocuk ve Aile Filmleri" yer almaktadır.

Tablo 9

İnteraktif Yapımların Netflix Alt Türlerine Göre Diğer Kategorisinde Bulunanların Dağılımı

Diğer Kategorisinde Netflix Alt Türleri	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Romantik Komedi	1	20	-	-
Hem Komedi Hem Durum Komedi	1	20	1	33,33
Hem Dram Hem Bilimkurgu	1	20	1	33,33
Hem Aksiyon Hem Macera	1	20	1	33,33
Hem Sağlık Hem Spor	1	20	-	-
Toplam	5	100	3	100

Tablo 8'de belirtilen "Diğer" kategorisinde bulunan alt türler, Tablo 9 kapsamında gösterilmiştir. Bu doğrultuda Nisan 2024'te beş alt türün bulunduğu görülmüştür. Bu türlerden romantik komedi haricinde diğerleri birden fazla konu türünü içermektedir. Diğer kategorisinde yer alan içeriklerin eşit bir oranla (yüzde 20'şer) olarak alt türler arasında dağıldığı görülmüştür. Aralık 2024 döneminde ise Romantik

Komedi ve Hem Sağlık Hem Spor alt türlerinde yer alan içeriklerin kaldırıldığı saptanmıştır.

Tablo 10

İnteraktif Yapımların Yetişkinlik Düzeylerine Göre Dağılımı

Yetişkinlik Düzeyi	Nisan 2024		Aralık 2024	
	N	%	N	%
Genel İzleyici	3	14,28	-	-
7+	11	52,38	1	16,66
10+	2	9,52	2	33,33
13+	1	4,76	-	-
16+	1	4,76	1	16,66
18+	3	14,28	2	33,33
Toplam	21	100	6	100

Tablo 10 kapsamında Nisan 2024'te erişilen yapımların çoğunluğunun (%53,38) 7 yaş ve üzeri olduğu görülürken bunu genel izleyici ve 18 yaş ve üzeri içerikler takip etmiştir. Aralık 2024'te ise 10 yaş ve üzeri ile 18 yaş ve üzeri hedef kitleleri için en fazla içerikler olduğu görülmektedir. Ayrıca, genel izleyici ve 13 yaş ve üzeri hedef kitleyi kapsayan içerikler kaldırılmıştır.

“Black Mirror: Bandersnatch”, Netflix’e üye olan ve olası yeni üyeler için yeni bir deneyim yaratmakta ve bizzat kendi kurumsal yapısını ve işleyişini de filme katmaktadır. Bandersnatch’i her izleyiş ve deneyimleme Netflix’e değerlendirecek çok sayıda veri aktarmaktadır. Böylece hem izleyici alışkanlıkları yönlendirilmekte ve yeniden üretilmektedir

Tartışma

Dijitalleşme ve ağ teknolojileriyle değişen televizyon yayıncılığı izleyicinin motivasyonları ve beklentilerini merkeze alarak değişmeye başlamıştır. Bu durum yeni anlatı formlarının gelişmesine ve dağıtılmasına zemin hazırlamıştır. İzleyicinin aktifleşmesi neticesinde yayınlar ve yapımlar interaktif bir forma geçmiştir. Taşdelen ve Kesim’in interaktif yayınlar için özel abonelik sistemleri geliştirileceği görüşü kapsamında (2014), OTT TV’lerin interaktif yapımlar çerçevesinde gösterim ve dağıtım kanalı olması bu durumu pekiştirmektedir. Ayrıca belirtilmesi gereken bir nokta OTT TV’lerin sunduğu ara yüz tasarımlarının izleyici ve içerik deneyim sürecine zemin oluşturmasıdır. Canlı ve Ay’ın belirttiği gibi interaktif yapımların sahip olduğu arayüzler izleme deneyiminin oluşmasını pekiştirmektedir (2023). Dolayısıyla OTT TV’lerin sunduğu arayüz ve olanaklar interaktif yapımların deneyimlenmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmanın bulguları neticesinde etkileşimli televizyon yayıncılığı özelliklerinden yararlanan Netflix’in 2017’den 2024 yılına kadarki süreçte Türkiye’de interaktif yapımların

dağıtım ve gösteriminde öncü bir OTT TV olduğu görülmüştür. Ancak, yayıncılık özellikleri ile interaktif anlatı türlerinin birbirini beslemesine karşın Netflix harici diğer OTT TV’lerin interaktif içerikleri sunmaması, doğrusal olmayan anlatı formlarının platformlar tarafından popüler bir içerik olarak tercih edilmediğini göstermektedir.

İnteraktif yapımların varlığının platformda özellikle 2019 yılından sonra artması, Black Mirror Bandersnatch adlı yapımın bir etkisi olarak görülmektedir. Bu durumu, Roth ve Koetiz’in Bandersnatch’in interaktif anlatılar için önem taşıdığı ve ileriye dönük Netflix’in daha fazla bu anlatı türüne yatırım yapacağı görüşü desteklemektedir (2019). Ayrıca, platformun Bandersnatch aracılığıyla izleyicilerin kararlarına yönelik verileri toplaması izleyici beklentisi merkeze alarak yeni doğan yapımların sayısının artmasına olanak tanımıştır. Elnahla’nın ifadesiyle platform “veri madenciliği” yaparak izleyiciye eğlence tüketimi içeren bir gelecek yaratabilmiştir (2020, s. 509).

İnteraktif yapımların gösterim sürecinde öncü bir rol üstlenen Netflix’in süreç içerisinde yapımların tür ve format çeşitliliğini artırmış ancak 2024 yılında bu yapımların kaldırılmasına yönelik karar almıştır. Bandersnatch’in kazandığı ticari başarının ardından çağın yeni anlatısı olarak kabul edilen interaktif yapımlara yönelik alınan bu karar platformun bu ürünleri, arz-talep ekseninde değerlendirmesinin neticesi mi yoksa oyun alanına yönelmesiyle yatırım kaynaklı bir gerekçe mi olduğu net belirtilmemiş ayrıca, platform yeni teknolojik gelişmelerini sunacağını ifade etmiştir. Platformun interaktif yapımlara sunulan yatırımlarını geri çekmesi, bu yapımların farklı platformlarda varlıklarını hangi sistemlerde nasıl devam ettireceğine ve platformun yeni teknoloji denemelerine hazırlanacak olması hangi medya içeriklerini üreteceği sorularını oluşturmaktadır.

İnteraktif yapımların çoğunluğunun Amerikan menşeli olması ise Yengin ve Ormanlı’nın belirttiği gibi yöndeşmeyle kültür endüstrisi içerisindeki tekelleşmenin görünür olduğu bir noktayı içermektedir (2020, s. 94).

İnteraktif yapımlar sunduğu deneyimle izleyiciyi olay örgüsüne dahil ederken sınırlı da olsa seçim hakkını sunmaktadır. Bu sınırlılık başka bir ifadeyle izleyicinin aktifliği içeriği tasarlayan yaratıcıların izin verdiği kadarıyla gerçekleşmektedir (Ünlü & Akyol, 2021; Yengin & Ormanlı, 2020). Ancak sınırlı da olsa bireyin içerik ile interaktif bir şekilde iletişim kurması izleyici deneyiminin şekillenmesine ve değişmesine olanak tanıyarak yeni bir izleme kültürü oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında ortaya çıkarılan önemli bir husus, interaktif yapımların platformda

yerleştirildiği alt tür olmuştur. Netflix interaktif yapım üretim sürecinde çocuk programlarını merkeze alarak çoğunlukta çocuk izleyiciye yönelik içerikler üretmiş, bu kapsamda “kendin seç” özelliğini çocukların oyun kültürüyle benzeştirmiş ve aktif bir izleyici kültürünün yetişmesine olanak tanımıştır. Dolayısıyla platform, interaktif yapımları çocuk izleyici kitlesine yönelik hazırlanması sayesinde dijital yerli kuşakların izleme eylemine yönelik tecrübelerini şekillendirmiştir. Dolayısıyla interaktif yapımlar OTT TV platformlarında yer edinmemesine karşın yeni medyanın sunduğu özellikler kapsamında diğer etkileşimli televizyon yayıncılığı formatlarında bulunarak dijital yerlilerin izleme kültüründe yer alabilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Teknolojik gelişmeler Castells’in ifade ettiği kitlesel öz iletişim sürecini başlatarak, bireyin üretim sürecinde bulunmasına zemin hazırlamıştır. Teknolojinin gelişimi ve bireyin motivasyonları doğrultusunda şekillenen televizyon yayıncılığı, bu süreçte çağın gereksinimleri doğrultusunda interaktif bir yayıncılığa geçmiş ve yeni anlatı formlarının oluşmasını sağlamıştır.

Yeni medyanın sunduğu olanaklarla gelişen etkileşimli televizyon yayıncılığı türü OTT TV’lerin özellikleri, doğrusal olmayan anlatı formlarının yayınlanmasına olanak tanımaktadır. İnteraktivite, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık özellikleriyle içeriğin kişiselleşmesine olanak tanıyan bu yayıncılık; açık uçlu ve katılım gerektiren interaktif yapımların özellikleriyle örtüşmektedir. Dolayısıyla etkileşimli yayıncılığın sunduğu özellikler, interaktif yapımlar için yeni bir kanalın oluşmasını sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında “Dijital platformlarda sunulan interaktif yapımların özellikleri nelerdir?” sorusu merkezinde Nisan 2024 ve Aralık 2024 dönemlerinde Türkiye’de OTT TV’lerde yayınlanan interaktif yapımlar, içerik analiziyle incelenmiştir.

Etkileşimli yayıncılığın özelliklerinden yararlanan Netflix’in 2017 yılından 2024 Aralık ayına kadar interaktif yapımların Türkiye’de dağıtım ve gösteriminde öncü bir rol üstlendiği görülmüştür. Ancak platform, 2024 Kasım ayında aldığı kararla interaktif içerik üretimine yönelik desteği kaldıracağını belirtmiş ve bu kapsamda sunduğu içerikleri de kısıtlamıştır. Dolayısıyla platformda sunulan interaktif yapımların, format, konu türü ve platformun kendi alt tür dağılımlarındaki çeşitlilik Nisan 2024’teki verilere kıyasla Aralık 2024’te azalmıştır. Bu durum interaktif yapımları sunan tek OTT TV platformunun bu kararının ardından anlatı formunun izleyici-içerik ve gösterim kanalları ekseninde incelenmesinin gerekliliğini oluşturmuştur.

İnceleme yapılan her iki tarih aralığında da interaktif yapımların çoğunluğunu Amerikan menşeli içerikler oluşturmuştur. Bu kapsamda küreselleşmeyle Batı merkezli içerik üretiminin bu anlatı formatının üretiminde de tek el bir yapı oluşturduğu görülmektedir. Yapımlarda film türünün tercih edildiği ve macera konu türünde içeriklerin fazla olduğu görülmüştür.

Bulgular kapsamında Nisan 2024’e kıyasla Aralık 2024’teki verilerde canlandırma formatına yönelik içeriklerin kaldırıldığı, yayınlanan filmlerde süre uzunluğunun 61-90 dakika aralığında olduğu buna karşın programların bölüm sürelerinin 0-30 dakika aralığında yer aldığı saptanmıştır. Dolayısıyla özellikle Aralık 2024’ten itibaren kalan içeriklerde programların sürelerinin filmlere oranla daha kısa bir zaman aralığını kapsadığı filmlerinse anlatılarından dolayı daha uzun bir formata sahip olduğu görülmüştür.

Nisan 2024 verilerinde platformun kendi alt tür kategorilerinde yapımların çoğunluğu çocuk ve aile unsurlarını içeren başlıklarla eşleştirilirken; Aralık 2024’te geriye kalan yapımların yarısı çocuk ve aile unsurları ile ilişkilendirilmiş diğer yarısı ise farklı alt başlıklarda bulunacak şekilde yer almıştır. Bu kapsamda Netflix’in yayın politikasında çocuk izleyiciye yönelik bir değişim olduğu görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de etkileşimli televizyon yayıncılığının özelliğini taşıyan dijital platformların hangi özelliklerdeki interaktif içerikleri yayınladığı araştırılmıştır. Netflix’in kısıtlama kararının ardından interaktif yapımlara hangi kanallar aracılığıyla gösterim olanağı sunulacağına ve kazanılan izleme kültürünün devamlılığını ne şekilde sağlayacağına yönelik unsurlar izleyici ve içerik merkezli araştırmaların yapılması açısından önem ve gereklilik taşımaktadır. OTT TV’lerde popüler bir tür olmamasına karşın doğrusal olmayan anlatıların internet tabanlı farklı platformlar üzerinden yayılmaya devam edeceğini ön gören bu çalışma; sunulan veriler kapsamında gelecek araştırmaların özellikle çocuk izleyicilerin interaktif yapımları izleme eylemi neticesinde değişen izleme kültürlerini incelenmesi gerekliliğini belirtmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir–T.T.Ü, O.A; Tasarım–T.T.Ü, O.A; Denetim–T.T.Ü, O.A; Kaynaklar–T.T.Ü, O.A; Veri Toplama ve/veya İşleme–T.T.Ü, O.A; Analiz ve/veya Yorum–T.T.Ü, O.A; Literatür Taraması–T.T.Ü, O.A; Yazıyı Yazan–T.T.Ü, O.A; Eleştirel İnceleme–T.T.Ü, O.A.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını

beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept-T.T.Ü, O.A; Design-T.T.Ü, O.A; Supervision-T.T.Ü, O.A; Resources-T.T.Ü, O.A; Data Collection and/or Processing-T.T.Ü, O.A; Analysis and/or Interpretation-T.T.Ü, O.A; Literature Search-T.T.Ü, O.A; Writing Manuscript-T.T.Ü, O.A; Critical Review-T.T.Ü, O.A.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Akyol, O. (2012). *Gelişen televizyon yayın teknolojileri ve etkileşimli yayıncılık uygulamaları* [Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=JiczbbLwln7_OQxXQyETvw&no=8eCx9T-gwwxspUMJh7lkgw
- Akyol, O., & Ünlü, T. T. (2022). Etkileşimli televizyon yayıncılığı ve izleyici alımlaması Black Mirror: Bandersnatch örneği. Mavnacıoğlu, K. (Edt.), *Dijital dönüşüm yeni medya ve iletişim*. (ss. 207-242). Çizgi Kitabevi.
- Arinbjarnar, M., Barber, H., & Kudenko, D. (2009). *A critical review of interactive drama systems*. AISB'09 Symposium: AI & Games, Edinburgh, UK.
- Bachmayer, S., Lugmayr, A., & Kotsis, G. (2010). Convergence of collaborative web approaches and interactive TV program formats. *International Journal of Web Information Systems*, 6(1), 74-94.
- Beer, D., & Burrows, R. (2007). Sociology and, of and in Web 2.0: some initial considerations. *Sociological Research Online*, 12(5), 1-13.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2011). *Film sanatı: bir giriş* (E. Yılmaz & E. S. Onat, Çev.). De ki Basım Yayım.
- Canli, K., & Ay, S. (2023). Hikâye tabanlı interaktif içeriklerde görsel tasarım dili. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(15), 278-292.
- Cover, R. (2006). Audience inter/active: interactive media, narrative control and reconceiving audience history. *New Media & Society*, 8(1), 139-158.
- Devran, Y. (2010). *Haber, söylem, ideoloji*. Başlık Yayın Grubu.
- Elnahla, N. (2020). *Black Mirror: Bandersnatch* and how Netflix manipulates us, the new gods. *Consumption Markets & Culture*, 23(5), 506-511.
- Engelbrecht Fisher, C. (2017, 20 Haziran). *Netflix'te interaktif hikâyeler: şimdi ne olacağını siz seçin*. About Netflix. <https://about.netflix.com/news/interactive-storytelling-on-netflix-choose-what-happens-next> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Field, S. (2012). *Senaryo yazımının temelleri* (Ş. Erol, Çev.). Alfa Yayınevi.
- Gogoi, P. (2019). *The Bandersnatch experience*. https://www.academia.edu/38146313/The_Bandersnatch_Experience adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Hales, C. (2005). Cinematic interaction: from *Kinoautomat* to *cause and effect*. *Digital Creativity*, 16(1), ss. 54-64.
- Kang, I. (2020, 11 Mayıs). "Unbreakable Kimmy Schmidt: Kimmy vs. the Reverend" Review. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-reviews/unbreakable-kimmy-schmidt-kimmy-reverend-review-1294248/adresinden> 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Kim, N., & Kim, S. (2014). *Interactive Documentary as a New media*. ss. 120-124.
- King, D. (2017, 28 Temmuz). *Netflix's Buddy Thunderstruck predicts the future of interactive storytelling*. The Verge. <https://www.theverge.com/2017/7/28/16055642/netflix-interactive-buddy-thunderstruck-children-tv-programming> adresinden 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Laurel, B. (1993). *Computers as theatre*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Manuel, C. (2013). *İsyen ve umut ağları internet çağında toplumsal hareketler* (E. Kılıç, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- MIT open documentary lab. (t.y.). Moss Landing. <https://docubase.mit.edu/project/moss-landing/> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution*. Columbia University Press.
- Nee, R. C. (2021). Wild, stressful, or stupid: Que es *Bandersnatch* ? Exploring user outcomes of Netflix's interactive *Black Mirror* episode. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(5), 1488-1506.
- Neimark, M. (t.y.). Aspen movie map. <http://www.naimark.net/projects/aspen.html> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Nelson, K. (2022). The historian is present: live interactive documentary as collaborative history. *Rethinking History*, 26(3), 289-318.
- Newhagen, J. E., Cordes, J. W., & Levy, M. R. (1995). nightly@nbc.com: Audience scope and the perception of interactivity in viewer mail on the internet. *Journal of Communication*, 45(3), 164-175.
- Peters, J. (2024, 4 Kasım). *Netflix is removing nearly all of its interactive titles*. The Verge. <https://www.theverge.com/2024/11/4/24287857/>

- netflix-removing-interactive-titles-games adresinden 17 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Rebecca Allen. (t.y.). Aspen Movie Map. <https://www.rebeccaallen.com/projects/aspen-movie-map> adresinden 12 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.
- Rizzo, T. (2007). Programming your own channel: An archaeology of the play list. Kenyon, A. T. (Edt.), *TV futures: digital television policy in Australia* (ss. 108-132). University of Melbourne Press.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology: the new media in society*. The Free Press.
- Roth, C., & Koenitz, H. (2019). Bandersnatch, yea or nay? Reception and user experience of an interactive digital narrative video. *Proceedings of the 2019 ACM International Conference on Interactive Experiences for TV and Online Video*, ss. 247-254.
- Taşdelen, B., & Kesim, M. (2014). Etkileşimli televizyon geleneksel televizyona karşı: televizyon izleyicisi ne ister? *Selçuk İletişim*, 8(3), ss. 268-280.
- Thomas, J. (2011). When digital was new: the advanced television technologies of the 1970s and the Control of Content. Bennett, J. & Strange, N. (Edt.), *Television as digital media* (ss. 52-75). Duke University Press.
- Ünlü, T. T. (2020). *İnteraktif sinemada izleyicinin karakter ile özdeşleşmesi* [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. <https://nek.istanbul.edu.tr/ekos/TEZ/ET002021.pdf>
- Ünlü, T. T., & Akyol, O. (2021). "Kararlar Siziniz" İnteraktif sinemada izleyici ile karakterin etkileşimi. Çil, S. & Akyol, O. (Edt.), *Medya ve iletişim çalışmaları* (ss. 129-150). Kriter.
- Yengin, D., & Ormanlı, O. (2020). İnteraktif kurgu örneği olarak Bandersnatch filminin analizi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 10(2), 83-96.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Dil, Söylem ve İdeoloji Perspektifinde ‘Yoksul’ Filminin Eleştirisi

Criticism of the Film Yoksul “The Poor” from the Perspective of Language, Discourse and Ideology

Yusuf DEVİRAN¹ 

¹İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Görsel İletişim Tasarım Bölümü, İstanbul, Türkiye

Burak DUMAN² 

²İstanbul Ticaret Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim
Enstitüsü, İstanbul, Türkiye

ÖZ

Bu çalışmanın amacı yönetmenliğini Zeki Öktem’in yaptığı, 1986 yılında vizyona giren Yoksul filmini dil, söylem ve görsel anlatım unsurları bakımından incelemektir. Yoksul, dönemin sosyo-ekonomik ve politik arka planını betimleyen bir eserdir. Çalışmada Yoksul filmi üzerinden, Norman Fairclough’un söylem çözümlemesi yöntemi kullanılarak, 1980’li yıllarda Türk toplumundaki egemen söylemler, dönemin güç ve sınıf ilişkileri, alt ve üst sınıf söylemleri arasındaki farklar vs. gibi unsurlar ele alınmaktadır. Filmde burjuvazi sınıfı aç gözlü, para kazanma hırsıyla dolu, etik ve yasal kuralları tanımayan cahil bireyler olarak betimlenmektedir. İşçi sınıfı ise sürekli olarak istismar edilen, hakkı yenilen, aşağılanan, hor görülen ama hiçbir zaman bilinçlenemeyen bir kesimdir. Diğer bir sorun ise alt sınıfın kendisine yönelik kullanılan söylemleri doğal karşılaması ve kurtuluşu patronlara benzemekte bulmasıdır.

Anahtar kelimeler: Yoksul (1986), Söylem Çözümlemesi, Sinema-Toplum, Sinema-İdeoloji

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the film Yoksul, directed by Zeki Öktem and released in 1986, in terms of language, discourse and visual narrative elements. Yoksul is a work that is worth examining, depicting the socio-economic and political background of the period. Norman Fairclough's discourse analysis method was used in the study. Thus, answers were sought to questions such as the dominant discourse in Turkish society in the 1980s, the power and class relations of the period, and the differences between the lower and upper class discourses. In the movie, the bourgeoisie class is depicted as greedy, ignorant individuals who are full of ambition to make money and do not recognize ethical and legal rules. Workers, on the other hand, are a group that is constantly exploited, whose rights are renewed, that is humiliated, that is despised, but is never conscious of it. Another problem is that the lower class accepts the discourses used against them as natural and finds salvation in resembling the bosses.

Key words: Yoksul (1986), Discourse Analysis, Cinema-Society, Cinema-Ideology

Geliş Tarihi/Received 31.01.2025
İlk Revizyon/First Revision 14.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 23.02.2025
Kabul Tarihi/Accepted 11.03.2025
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Yusuf DEVİRAN

E-mail: ydeviran@ticaret.edu.tr

Cite this article: Deviran, Y. & Duman, B. (2025). Criticism of the Film Yoksul “The Poor” from the Perspective of Language, Discourse and Ideology. *Communicata*, 29, 60-70.



Content of this journal is licensed under a Creative

Giriş

Yoksul filmi kapitalist söylemin toplumda yaygın olduğu 1980'li yılları betimleyen bir filmidir. Yönetmenliğini Zeki Öktem'in yaptığı film dil, söylem ve görsel anlatım unsurları bakımından analiz edilmesi gereken başarılı bir dönem eleştirisi olarak Türk sinema tarihinde yerini almıştır. Bu çalışmada söylem çözümleme yönteminin imkanlarından yararlanılarak söz konusu döneme dair yönetmenin inşa ettiği anlam ve vermeye çalıştığı mesaj incelenmektedir. Bir anlamıyla bu çalışma, yönetmenin döneme ilişkin filmsel söylemine ilişkin bir söylem niteliğindedir.

Çalışmanın 1980'li yıllardaki toplumsal sınıflara ve onların söylemlerine dair bilgi sunabileceği, hegemonya üretimi bağlamında önemli ipuçları verebileceği ve toplumda egemen söyleme karşı eleştirel bir söylem çabasının var olup olmadığını ortaya koyabileceği değerlendirilmektedir. Bu nedenle özellikle şu sorulara cevap aranmaktadır:

1. 1980'li yıllarda Türk Toplumunda egemen olan söylemler nelerdir?
2. Dönemin güç ve sınıf ilişkileri söylemlerle nasıl inşa edilmektedir?
3. Filmde burjuvazi veya üst sınıf nasıl betimlenmektedir?
4. Alt sınıfla üst sınıfın söylemleri arasındaki temel farklar nelerdir?
5. Kadın ve erkek söylemleri arasındaki farklılıklar nelerdir?

Çalışmada Norman Fairclough'un söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmaktadır. "Language and Power" adlı eserinde Norman Fairclough, söylem çözümlemesi için üç boyutlu bakış açısını şöyle açıklamaktadır (Fairclough, 1989, s. 143).

Birinci boyut bir metin olarak söylemdir. Metinlerin söylem çözümlemesi kelime seçimlerindeki tercihler, seçilen sözcükler, metaforlar, gramer yapısı, kipler (modality) geçişkenlik, bağlaçlar, metnin yapısı açısından yapılabilir. Sözcük seçimi, örneğin bir kişinin ırkçı, milliyetçi, vatansever, ayrılıkçı, terörist, gerilla veya özgürlük savaşçısı olarak belirtilmesi vs. söylemde bulunanın ilgili kişi hakkındaki kanaatini ifşa etmektedir.

İkinci boyut, söylemsel pratik olarak söylemdir. Söylem toplumda inşa edilen, dolayımlanan, yayılan, dağıtılan ve tüketilen bir pratiktir. Fairclough süreci dilbilimsel metinlerin yayılması, dağıtılması açısından ele almakta ve metinlerarası etkileşimin nasıl olduğuna vurgu yapmaktadır. Böylece bir metnin diğer metinlerin söylemlerini nasıl etkilediğini

araştırmakta; bir dilin kullanıcısının farklı söylemlerin unsurlarından alıntılar yaparak kendi bireysel söylemini nasıl değiştirdiğini, sosyal ve kültürel dünyada nasıl değişime uğrattığını ortaya koymaktadır.

Üçüncü boyut ise sosyal pratik olarak söylemdir. Başka bir anlatımla söylemin ideolojik ve hegemonik işlevidir. Hegemonya güçle ilişkilendirilmekte olup bu güç sınıfları ve grupları rıza ile topluma entegre etmektedir.

Dil ve Söylem Arasındaki İlişki

Dil belli bir sözcük havuzu ve gramer yapısı olan sistemsel bir bütündür. Dil mesajı ve düşünceyi taşıyan temel bir araçtır ancak salt bir ileti kanalı değildir. Metaforik bir şekilde izah etmek gerekirse dil, suyu bir bölgeden başka bir noktaya aktaran su borusu gibi bir kanal olmadığı için düşünceyi olduğu gibi hedef kitleye taşıyamamaktadır. Çünkü dil bir inşadır ve bireyler onu kendi tercihlerine göre kullanırlar. Dilin temel işlevi göstergeler aracılığıyla düşüncelerin iletilmesini sağlamaktır ve bir metnin söylem çözümlemesine konu olabilmesi için düşüncenin dilsel sembollerle kodlanması gerekmektedir.

Söylem ise dilin kullanım biçimi olup dilsel eylemde bulunmadır. Başka bir anlatımla söylem, birbirine bağlanmış ve birden çok cümleyi içeren bir dil parçası, konuşma biçimi ve dil pratiğidir. Bu nedenle Ferdinand de Saussure dil ve sözü ayrı kavramlar olarak ele almıştır (Saussure, 1959, ss. 9-17). Çünkü dil toplumsal, söylem ise bireysel bir olgudur. Söylem yazılı, sözlü, görsel olabilir. Saussure'un gösterge kavramı söylem açısından da önemlidir. Çünkü görsel söylemlerin çözülmesinde ikonik, sembolik ve belirtisel göstergelerin de analiz edilmesi gerekmektedir. Öte yandan her söylemin aynı zamanda bir içeriği, anlatısı ve retoriksel boyutu da vardır.

Söylem toplumsal bir mücadele alanı ve toplumsal eylemin bir parçası olarak sınıfsal çatışmaları yansıtmaktadır. Söylem, söylemde bulunan taraflar arasındaki anlam mübadelesi olup niyeti ortaya koymakta ve gücü ifşa etmektedir (Scollon, 2001, s. 141). Söylem toplumsal ve tarihsel bir olgu olduğu için toplumsala ve tarihe dair egemen söylemleri de göstermektedir. Başka bir anlatımla söylem, söylemde bulunan tarihin ve toplumun karakteristik özelliklerine dair bilgiler verebilmektedir.

Söylem toplumsal kontrol aracıdır. Söylemi kontrol eden toplumu da kontrol edebilir. İktidarların dil ve söylem üzerindeki belirleyiciliği iktidar olgusunun belirlenmesinde ve devamında önemlidir. Politikacılar siyasi söylemleri, hukukçular hukuki söylemleri, gazeteciler medyadaki

söylemleri, iş adamları ekonomik söylemleri ve öğretmenler eğitimle ilgili söylemleri kontrol ederler. Toplumsal söylemi kontrol edenler daha güçlü olurlar. Söylemin kontrolü açısından konuşmanın bağlamı ve konuşmayı yapan kişi önemlidir. Sözelimi mahkemelerde hâkim, karakolda polis, hastanede doktor, okulda öğretmen söylemleri kontrol edebilir (Devran, 2010, s. 27). Söylemsel ve zihinsel kontrol hegemonya ve hakimiyet kazanmanın en temel yollarından biridir. Karşımızdakinin zihni, bilgisi ve kanaatleri etkilenebilirse eylemleri de etki altına alınabilir. Söylemde bulunanın uzman veya otorite olması karşındakinin iletilen inançlara inanmasında etkili olabilmektedir (Devran, 2010, s. 29).

Michael Foucault çalışmalarında söylem yapılarını ele almak yerine bilgi ve güç teorisi geliştirmiştir. Ona göre söylemsel anlamda güç belli bir kişiye, kuruma veya devlete ait değildir ve bilgi söylemsel gücün oluşmasında önemlidir (Jorgensen & Philips, 2002, s. 14). Dolayısıyla toplumsal gücün görülebilmesi için söylemlerarası ilişkilerin incelenmesi gerekmektedir. Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'ye göre ise söylem dış dünyanın anlamını inşa etmektedir ve dildeki köklü değişiklikler nedeniyle anlam ilanihaye sabit, değişmez ve durağan kalamamaktadır. Çünkü söylem diğer söylemlerle temas ettikçe sürekli olarak değişmektedir (Jorgensen & Philips, 2002, ss. 1-6).

Söylem çözümlemesi yorumlayıcı ve açıklayıcıdır. Bu anlamda söylem çözümlenirken hermenötik gibi yöntemlerden de yararlanılabilir. Dolayısıyla söylemde bulunanın geçmişteki yaşamı, tecrübeleri, müktesebatı vs. üzerinde durularak niyeti ve ne söylemek istemiş olabileceğine dair tahminlerde bulunulabilir. Eğer metne bağlı kalınarak söylem anlaşılmaya çalışılacaksa o zaman metin bütün öğelerinin yanısıra metinlerarası boyutunun da göz önünde bulundurulması gerekir. Çünkü metinlerarasılığın temelinde bir söylemin daha evvelinde başka bir söylemin içinde olduğu düşüncesi yatmaktadır. Kristeva'ya göre ise bir metin ancak başka bir metinden dönüşerek türeyebilmektedir. Aktulum'un ifadesiyle metin, öncesinde yazılmış bir başka metni içermekte veya onunla ilinti kurmaktadır (Aktulum, 2000, s. 18).

Söylem çözümlemesi yapısalcı bir teoridir ve yapısalcı teorilerin paylaştığı ortak dört temel husus şudur (Jorgensen & Philips, 2002, s. 5):

1. Bizim bilgimiz ve dışımızdaki dünyanın temsilleri orada duran gerçekliği birebir temsil etmemektedir. Söylem ürünü olup sadece bizim dünyayı nasıl kategorize ettiğimizi göstermektedir.

2. Söylem sosyal bir eylem biçimidir; bilgi, kimlik ve sosyal ilişkileri inşa etmeye yaramaktadır.
3. Bizim dünyayı algılamamız sosyal işlemler neticesinde olmaktadır. Bilgi, bu sosyal etkileşimler neticesinde oluşmaktadır.
4. Belli bir dünya görüşü içerisinde bazı eylem biçimleri doğal hale gelmektedir. Dünyaya dair farklı anlayışlar farklı sosyal eylemlere yol açmaktadırlar.

Dil ve İdeolojik İşlevi

Dil aracılığıyla inşa edilen anlam bir dünya görüşü oluşturmada ya da var olan dünya görüşünü değiştirmektedir. Bu nedenle dil hem dünyaya dair gerçekliği açıklayan hem de sosyal dünyayı değiştiren bir araçtır. Dil, konuşma eyleminde bulunanların ideolojisini de ifşa etmektedir. Bu nedenle dil ideolojik bir olgudur ve bireylerin, toplumdaki güçlü grupların çıkarlarını destekler yönde düşünmesini sağlayan bir araçtır.

Dil ideolojilerin oluşumunda ve muhafaza edilmesinde önemli bir işlev görmektedir. Dil bilgi ve düşünceyi artırmak için kullanılabileceği gibi düşünce ve inançların kontrol edilmesi için de kullanılabilir. Sözelimi politikacılar dili kullanarak iktidarda kalmakta ve medyayı kullanarak söylemlere hakim olmaya çalışmaktadırlar.

İdeoloji kavramını ilk olarak 18. yüzyıl sonlarında Fransız Filozof Destutt de Tracy kullanmıştır. Ona göre ideoloji bir düşünce bilimidir (Çelik, 2005, s. 28). Daha sonraları bu kavramla ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. Şöyle ki; toplumsal yaşamdaki anlam, gösterge ve değerlerin üretimi; belirli bir toplumsal sınıf veya gruba ait fikirler kümesi veya inanç sistemi, egemen bir siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirler vs. Kuşkusuz bir düşünce sisteminin ideoloji olabilmesi için kitlelere yol gösterebilmesi gerekmektedir. O nedenle de her düşünce ideoloji değildir (Türk, 2003, ss. 107-108).

Türk toplumunda zaman zaman ideoloji kavramına dair olumsuz değerlendirmeler yapılmaktadır. Oysa ideoloji bireyler için bir kimlik, aidiyet ve güven kaynağı olabilmekte; sosyal kimliğin inşa edilmesinde ve grup çıkarlarının tanımlanmasında önemli rol oynamaktadır (Devran, 2010, s. 18). Sosyalist ideolojilerde sınıf kimliği, milliyetçi ideolojilerde millet kimliği esastır. İş bulmak veya ikamet etmek amacıyla kırsal kesimden şehirlere yerleşerek kitlelerin arasına karışan, daha az güvenli ortamlarda yaşayan ve yalnızlaşan bireyler için ideoloji bir anlamda can simidi gibi tutunma aracıdır (Türk, 2003, s. 108).

İdeoloji ayrıca Marksizm, kapitalizm ve faşizm gibi belirli bir

sosyal ve politik sistemi karakterize eden bir olgudur. Louis Althusser, Michael Foucault, Antonio Gramsci, Raymond Williams ve Roland Barthes ise ideolojinin belli bir aktöre atfedilemeyeceğini, bir siyasi parti veya hükümet gibi belirli bir tarafa yerleştirilemeyeceğini ama toplumun bütün katmanlarına nüfuz edebileceğini, herhangi bir düşüncenin doğal kabul edilmesine, doğallaşmasına yol açabileceğini ifade etmektedirler (Blommaert, 2005, ss. 158-159).

Biraz daha açmak gerekirse şu söylenebilir: İdeoloji, toplumsal yapıları, kültürel dinamikleri ve bireysel bilinçleri anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Marks'a göre, ideoloji, egemen sınıfların çıkarlarını koruyan bir araçtır ve üstyapıdaki yanlış bilinç (ideoloji), bireylerin mevcut düzeni eleştirme yeteneğini kaybetmelerine yol açmaktadır (Marks, 2002, s. 123). Althusser'e göre ise ideoloji, bireyleri belirli toplumsal rollere uyumlu hale getiren ve onları toplumsal yapıya entegre eden ideolojik aygıtlar (okul, aile, medya gibi) aracılığıyla işlemektedir (Althusser, 2010, ss. 168-169). Barthes, ideolojiyi kültürel sembollerle ilişkilendirmekte ve kültürel mitlerin, toplumsal güç yapılarını meşrulaştırmaya yardımcı olduğunu vurgulamaktadır (Barthes, 2006, s. 59). Hall, ideolojiyi kültürel temsiller olarak görmekte ve kültürün ideolojik işlevini, kodlama ve kod açma süreçleriyle açıklamaktadır (Hall, 2000, s. 92). Foucault, ideolojiyi bilgi ve güç ilişkileri çerçevesinde ele almakta ve ideolojinin, bireylerin davranışlarını ve düşünce biçimlerini düzenleyen bir güç ilişkisi olarak şekillendiğini ileri sürmektedir (Foucault, 2007, s. 211). Raymond Williams, kültürün ideolojiyi şekillendirdiğini ve alternatif kültürel pratiklerin de üretilebileceğini öne sürmektedir. İdeoloji, toplumsal düzeni korurken karşı-hegemonik anlatıları da üretmektedir (Williams, 2004, s. 45). Gramsci ise ideolojiyi hegemonya kurma aracı olarak değerlendirmekte, egemen sınıfların sadece ekonomik ve politik güçle değil, aynı zamanda ideolojik hegemonya ile de toplumu kontrol ettiğini belirtmektedir. Bu süreçte kültürel araçlar, halkın zihinsel dünyasını şekillendirmektedir (Gramsci, 2002, s. 74). Başka bir ifadeyle Gramsci'ye göre hegemonya burjuvazinin toplum içerisindeki kültürel kontrolünü ifade etmektedir. Çünkü burjuvazi sadece ekonomik değil, kültürel olarak da egemendir. Bu anlamda hegemonya yumuşak güçtür (Çelik, 2005).

İdeolojilerin algısal işlevleri de vardır. Şöyle ki, ideolojiler dış dünyanın nasıl algılanabileceği üzerinde etkili olmaktadır. Bireylerin düşüncelerini, gerçekleştirdiği eylemleri etkiler. Eylemler de düşünceler üzerinde etkili olurlar.

İdeolojiler dil aracılığıyla yeniden inşa edilerek

hegemonyanın devamı sağlanmaktadır. İdeolojiler ancak kodlandığı zaman anlaşılabilir. Ancak ideolojiler sadece egemen grupların kullandıkları sözcüklerle değil ayrıca bireylerin topluma girebilmek için kullandığı sözcüklerle de dile yüklenmektedir. Şöyle ki, belirli bir ideolojinin egemen olduğu topluma girilebilmesi için egemen ideolojinin etkili olduğu dilin kullanılması gerekmektedir. Böylece egemen ideoloji toplumun bütün bireylerinin dilinde dolaşır hale gelmektedir (Matheson, 2005, s. 6).

1980'li Yıllarda Egemen Olan Toplumsal Söylemlerin Sinema Diliyle Ele Alınışı: *Yoksul* Filmi Örneği

Bir filmin mesajını anlayabilmek için konu edindiği dönemin sosyo-politik şartlarının bilinmesi gereklidir. Türkiye'de 1980'ler dendiğinde, Başbakan Süleyman Demirel'in yetki verdiği Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarı Turgut Özal'ın imza attığı 24 Ocak Kararları öne çıkmaktadır. 12 Eylül Darbesi'nden sonra da hükümet kanadında kalan Özal, Batı'nın ve dönemin Cumhurbaşkanı'nın desteğiyle bu politikaları hayata geçirmiştir.

Özal dönemi, Türkiye açısından birçok uygulamanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bunlar serbest piyasa ekonomisine geçiş, yabancı yatırımcının teşviki, devletin ekonomiye müdahalesinin azaltılması, kamu iktisadi teşebbüslerinin özelleştirilmesi, ekonominin dışa açılması, ithalata serbestlik getirilmesi, reel faiz politikalarının uygulanması ve gümrük tarifelerinin düşürülmesi şeklinde özetlenebilir. Bu dönemde serbest döviz kur politikası uygulanmaya başlanmış ve Türkiye ekonomisi küresel ekonomiye entegre edilmeye çalışılmıştır. Kuşkusuz ekonomideki bu paradigma değişimi işçi sınıfını ve dar gelirliyi daha da fakirliğe sürüklemiş ve bu durum ciddi toplumsal rahatsızlıklara yol açmıştır.

Elbette, bu politikaların şekillendirilmesinde, 1947'den 1989'a dünya tarihine damgasını vurmuş olan Soğuk Savaş'ın etkisinin göz ardı edilmemesi gerekir. Bu süreçte kapitalist bir politika izleyen Türkiye, ABD'nin de desteğini almıştır. Böylece ülkeye sıcak para girişi sağlanmış ve neticesinde ekonomi büyüme eğilimi göstermiştir.

Yönetmen Ziya Ökten tarafından çekilen *Yoksul* filmi dönemin toplumsal yapısını, egemen söylemlerini, toplumdaki sınıfsal katmanları ve bunlar arasındaki güç ilişkilerini ortaya koyan ve eleştiren bir metindir. Film başka bir ifadeyle yönetmenin döneme dair söylemidir. Dolayısıyla bu çözümleme yönetmenin o döneme ilişkin söyleminin bir analizidir. Filmdeki söylemler incelenerek yönetmenin amacını, niyetini, ideolojisini ve dönemin toplumsal

ilişkilerini anlamak mümkündür. Yönetmenin kapitalizme bakış açısı, alt ve üst sınıfların ilişkileri, üst sınıfın alt sınıfı nasıl konumlandığı, sistemin olumsuz yönleri vs. film söyleminin içinde yer almaktadır. Filmin söylem çözümlemesi hem yazılı ve sözlü hem de görsel dil bakımından yapılabilir. Bunun için de görüntülerin paradigmatik tercihlerinin sözcüklerin seçiminin, cümle yapılarının, kiplerin ve metinlerarası ilişkilerin ele alınması gerekmektedir.

Yoksul filmi adı itibarıyla bir karşıtlığı ve ne olmadığını göstermektedir. Çünkü her şey zıddıyla anlam kazanmaktadır. Yoksulun olabilmesi için zengin var olması bir zorunluluktur. Aynı mekânda bulunsalar da pozisyonları birbirinden farklıdır. Birisi işveren patron diğeri ise emekçidir. Gelir farklılığının yaşamlarını, günlük alışkanlıklarından kıyafet tercihlerine, yedikleri yemeklere, içecekler, dinledikleri müziklere hatta konuşmalarının içeriklerine kadar tesir ettiği açıkça görülmektedir. İşçi yoksul, patron ise zengindir; dolayısıyla patron iyi kıyafet giyer, kahve içer, pop müzik dinler ve kaliteli yemekler yer; işçi ise arabesk müzik dinler, çay içer, sıradan kıyafetler giyer ve ucuz yemekler yer.

Söylemlerin Cümle ve Sözcük Düzeyinde Analizi

Filmde ilk replik “*Yoksul*”dur. Sonrasında “*Ulan Yoksul*” şeklinde yinelenmektedir. Yoksul adında bir çaycı, handa çalışan birçok kişinin seslenmesine, bağırmasına maruz kalmaktadır. Kimisi kola, kimisi çay, kimisi aspirin isteyen bu kişiler, hor görür bir üslup ile Yoksul’a seslenmektedirler. “*Yoksul, ulan Yoksul. Neredesin lan!*” vb. şekildeki ifadeler kabalığı ve belirli bir hiyerarşiyi göstermektedir. Bu tarz seslenmeleri yalnızca işverenler değil, proleterler de yapmaktadır. Bu ifadeler Yoksul’un, alt sınıfın da aşağısında bir yerde konumlandırıldığını, patronun ve işçilerin de eğitim düzeylerinin çok düşük olduğunu göstermektedir. Yoksul’un sözlüsü Leyla, onun saflığından faydalanmakta ve ondan para, müzik seti vb. istemektedir. Leyla filmin sonunda da birçok kişiden borç alarak sırı kadem basmıştır. Yoksul, konfeksiyonda çalışan sözlüsüne “*Çekeceğim seni bu hayattan,*” demektedir. Burada, konfeksiyonun bir bataklık olduğu, kurtulması gereken bir yer, bir iş dünyası olduğu betimlenmektedir. Zira, orada çalışan herkesin bir çıkış kapısı aradığı, filmin genelinden anlaşılmaktadır. Bir başka yerde ise Leyla “*Paranın gözü kör olsun, para lazım para,*” diye hayıflanmaktadır. Bu hayıflanmada asıl anlatılmak istenen, dönemin neoliberal politikası sonucu ezilen alt tabakanın mütemadi bir parasızlık konuşmasına mahkum olması yatmaktadır. Bir başka yerde ise Yoksul, sözlüsü Leyla’ya tost ve çay getireceğini söylerken “*Büyük bardakta beş şekerli, iki de tost, çift kaşarlı*” demektedir. Kemer sıkılan bir dönemde

gerek şeker gerekse çift kaşar lüks ve ayrıcalık sayılmaktadır. Yoksul bu ayrıcalığı kadınlar arasında sadece Leyla’ya tanımaktadır. Çünkü onun nezdinde Leyla, tıpkı işadamları gibi çok yüksek bir konuma sahiptir. Ancak Leyla, Yoksul’a karşı samimi değildir. Öncelikle burada çayın bardağının hacmi, küçük veya büyük olması, sonrasında da şekerlerin sayısı anlamlıdır. Bunun nedeni, şekerin pahalı bir gıda olması ve çay ocağının sahibi Süleyman Bey’in Yoksul’a birçok defa iki şeker yerine tek şeker götürmesini tembihlemesidir. Aynı şekilde, tostta da çift kaşar istemesi, proleterin imtiyazlı sınıfın istediği şekliyle hizmeti manipüle ederek elde ettiğini göstermektedir. Burada, Yoksul’u ikna eden şey, karşısındaki çekici kadın metasının ona gösterdiği ilgisidir.

Yoksul bir an evvel Leyla ile dünya evine girmek ve bekarlık hayatından kurtulmak gayreti içerisinde. Bunun için de çay ocağından alacağını tahsil etmek ister. Ancak, Süleyman Bey, Yoksul’un alacağını vermeye yanaşmamaktadır. Aralarında “*Senin kiralardan haberin var mı?*” şeklinde bir diyalog geçmektedir. Burada, yukarıda da belirtildiği üzere, ekonomik kriz sonucu kiralara artık karşılanamayacak derecede arttığına göndermede bulunulmaktadır. Ayrıca bu söylemler işadamlarının, işçilerinin ücretini ödemediğine ve emeği istismar ettiğine dair vurgu yapmaktadır.

Yine çay ocağında geçen başka bir konuşmada, Yoksul çay tepsisiyle servise çıkarken Süleyman Bey “*Bu ne bolluk? Ben sana bir tane koy demedim mi? Bak ne diyor Başbakan? Biraz boğazınızı tutun deyo. Devir ekonomi devri,*”. Çayın yanında iki küp şeker olması bile işveren için çok gelmektedir. Süleyman Bey bu söylemini ayrıca Başbakan’ın sözleriyle destekleyerek kuvvetlendirmektedir. Bu söylemde ayrıca sarkazm (alaya alma) da vardır.

Yoksul servise çıktığında teker teker iş hanındaki ofislere girmekte ve izleyici de onun sayesinde handa nelerin olup bittiğini anlama fırsatı yakalamaktadır. Örneğin bir işveren “*Bize sıcak su getir de birer Nescafe içelim, hadi anam,*” demektedir. Bu dil hali hatırı yerinde olan işyeri sahibinin imtiyazlı bir sınıf olarak Nescafe içtiğini göstermektedir. O dönemde halk Nescafe bir yana, filmde de betimlendiği üzere, çayı bile güç bela bulmaktadır. Yoksul, Kerim Bey’in odasına gittiğinde ise Kerim Bey ona “*Allah bilir sigortaya da sokmamıştır seni*” diye konuşmaktadır. Böylece Yoksul, haksızlığa uğradığını, işverenin onu sömürdüğünü anlar. Ancak, mesele sadece Yoksul’un istismarın farkına varması değil, aynı zamanda alelade bir han üzerinden, işverenlerin çalışanları nasıl sömürdüğünü anlatmaktır. Yoksul, iyi bir iş teklifi aldığı dahi “*Bilmem ki, ekmek yediğim yere*” diyerek çalıştığı yere ilişkin nasıl vefa duygusu ile bağlı olduğunu ifade etmektedir.

Handaki konfeksiyonda öğle arasındır ve işçiler kendi aralarında konuşmaktadırlar. Kadınlar erkeklerden ayrı bir yerde çalışmaktadır. Kadınlardan birinin evlenmesi ekonomik sorunlar nedeniyle ancak imar affının çıkmasıyla mümkün olacaktır. O sırada bir kadın başka bir kadına “*Piyango çıkacak ki olacak bu*” demektedir. Erkekler de kederli bir şekilde loto ve altılı ganyan oynamaktadır. Çünkü kendi içinde bulunduğu sosyal sınıftan bir diğerine terfi edebilmek için tek kurtuluş yolu odur. Aslında bu gerçeklik bütün proleterlerin ortak kaderidir. Sonrasında, başka bir işyeri ekrana gelmekte ve iki işveren muz yerken görülmektedir. Birisi “*Öğlenleri sadece meyve yiyorum moruk, çok kilo aldım*” şeklinde konuşmaktadır. Onlar için lezzetli yemekler ve meyveler kolaylıkla ulaşılabilir bir şeyken, çalıştırdıkları insanlar yalnızca kuru ekmeğe mahkumdurlar. İşverenlerin özellikle muz yemesinin ayrı bir önemi vardır. Çünkü dönemin Türkiye’sinde muz ancak zenginlerin yiyebildiği pahalı bir meyve olarak bilinmektedir. Dolayısıyla muz bir yiyecek olmaktan ziyade yan anlam olarak öne çıkmaktadır.

Bir başka yerde ise çay ocağının sahibi Süleyman Bey, Yoksul’a çay ocağının ortağı olduğunu ifade etmekte, Yoksul ise ona “*Binde sıfır virgül bilmem kaç*” demektedir. Burada, ironik bir dille, Yoksul üzerinden sömürü düzeni vurgulanmaktadır. Bu, Yoksul’un işi sahiplenmesi için bir avutma taktiğidir. Çünkü bu oran ekonomik olarak hiçbir değer ifade etmemektedir.

Yoksul, Leyla’nın yanına gitmekte ve evlenme hayalleriyle konuşmaktadırlar. Leyla “*Ben senin hemşerilerinin arasında oturmam,*” demektedir. Yoksul ise “*Oturma güzelim, ben de sana Nişantaşı’nda ev tutarım*” cevabını vermektedir. Burada, Nişantaşı’nın küçük burjuvaziye kucak açan bir bölge olduğu bilinmektedir. Yapılan göndermede, sosyal sınıf olarak en aşağı tabaka olan Yoksul’un, kendisi gibi alt sınıfa ait Leyla’ya Nişantaşı’nda ev vadederek onu hangi konuma oturttuğu anlaşılmaktadır.

Dönemin Türkiye’sinde hayali ihracat patlak vermiştir. Filmde bu hayali ihracata gönderme yapılmaktadır. İçi boş olan sepetler, kutular gelip gitmektedir. Süleyman Bey Mehmet Efendi’ye neler olup bittiğini sorduğunda “*İhracat var*” cevabını almaktadır. Sonrasında da Yoksul’a “*Hayali avanak, hayali*” diyerek gülmektedir.

Öte yandan, bu dönem zamların art arda geldiği ve kesilmediği bir dönemdir. Beyaz eşya satan bir dükkandaki satış elemanı müşterisine “*Tam zamanında aldınız, ay sonunda fiyatlara %15 zam geliyor. İki ay içinde fiyatlara üç kere zam geldi*” diyerek fiyat istikrarsızlığına vurgu yapmaktadır. Bu arada dükkanda çalışan eleman, Yoksul’un

beyaz eşyalara bakmasından rahatsız olmuştur. Çünkü bu eşyaları ona layık görmemektedir. Oysa kendisinin de üst sınıf tarafından aynı kategoriye konulduğunun bilincinde değildir. Yabancılaşma sorunu burada açıkça kendisini göstermektedir.

Süleyman Bey kurnaz, dolandırıcı ve hak yiyen biridir. Yoksul’a “*İstanbul’da para kazanacam diyosan, önüne geleni kazıklayacaksın,*” şeklindeki ifadesi işverenin açlığını, para kazanma hırsını ve kural tanımamazlığını göstermektedir.

Yoksul insani bir ihtiyacını karşılamak için tuvalete gitmiştir. Süleyman Bey alt kata inip Yoksul’un kapısına vurmakta ve “*Çık lan dışarı, içine mi düştün, bu kaçınıcı tuvalet?*” diye seslenmektedir. Burada yönetmen alt sınıfın kenefte bile rahat olmadığını vurgulamaktadır. Yoksul’un hasta olması, temel ihtiyacını karşılaması vb. zorunlu ihtiyaçları işveren için önemli değildir. Çünkü onun tek derdi cebine girecek paradır.

Yoksul çay ocağına döndüğünde ise “*Recaylan mı iş yaptıracaz, adam mı yok, it gibi kıvranıyo bir sürü başı boş*” demektedir. Burada, her türlü işine koşan tek çalışanını tehdit eden bir Süleyman Bey vardır. Hatta ileri gider ve kaba şiddete başvurur. Buna karşılık Yoksul, “*Bana vuramazsın, vurman mı lazım, babanın uşağı değilim*” şeklinde karşılık vermektedir. Yoksul’un bunları söylemesinde elbette Kerim Bey’in ona rehberlik etmesi de etkili olmaktadır. Çünkü öyle bir noktaya gelinir ki alt sınıfın da altında olan Yoksul içinde bulunduğu koşullara başkaldırır ve kendi yazgısını ele alır. Yoksul’un “*Ben bu koşullar altında çalışamam. Sigortamız yok. Asgari ücrete talim. Ayakçı mıyız, gece bekçisi mi belli değil*” şeklindeki ifadeleri onun içinde bulunduğu şartların, istismarın farkına vardığının ve isyanının bir göstergesidir.

Proleter kuru ekmek yerken patronlar Bebek’te keşfettikleri yeni mekanlarda et ve mantı gibi lezzetli yemekler yemektedir. Bu durumu alt sınıftaki bireyler “*Herif’in beytisini bir oturuşta on porsiyon götürürsün*” söylemiyle ifade etmektedir. Yoksul’un bir işadamına “*Nescafe mi içecen? Patron adam Nescafe içer*” şeklindeki söylemi içeceğin nasıl bir sosyal statünün göstergesi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ifade aynı zamanda alt sınıfın içeceğinin de farklı olması gerektiğine inandığını göstermektedir. Öğle tatilinde ekmek yiyen proleter, patronuna “*Domuz gibi yiyor patlar inşallah*” diyerek ona yönelik güttüğü kını dışa vurmaktadır.

Filmde anlatımın güçlendirilebilmesi amacıyla zaman zaman metinlerarası vurguların da yapıldığı görülmektedir. Örneğin Başbakan’ın sözüne doğrudan gönderme yapılarak “*Bu ne bolluk? Ben sana bir tane koy demedim mi, bak ne diyor*

başbakan? Biraz boğazınızı tutun, devir ekonomi devri” söylemi kullanılmakta ve dönemin idarecilerinin ekonomiye dair verdiği toplumsal mesajı öne çıkarılmaktadır.

Güç İlişkileri, Statü ve Hegemonya Bağlamında Metnin Mesajı

Filmdeki görsellerde ve söylemlerde hegemonya, statü ve güç ilişkileri açıkça gözlemlenmektedir. Bu filmde bu ilişkiler emir ifadelerinin kullanımında, hakaretlerde ve davranışlarda açıkça görülmektedir. Üst sınıf alt sınıfa “*yap, et, getir, götür*” şeklinde emir verirken, alt tabaka sürekli “*Baş üstüne*” demekte ve kendisine kötü davranılmasına ve şiddet uygulanmasına boyun eğmektedir. Filmde alt sınıf bir erkek, alt sınıf bir kadına kurtuluşu vaat etmekte ancak kadın tarafından kandırıldığının farkına varamamaktadır. Ayrıca filmde bütün işyeri sahiplerinin erkek olduğu dikkat çekmektedir. Erkekler rahat bir şekilde kadınlara laf edebilmekte, onları süzebilmektedir. Aşağıdaki söylemlerde bu hegemonya ve hiyerarşi açıkça görülmektedir:

-“*Hoş gelmişsin ağam, görüyon di mi, ne cigaraları biter ne aspirinleri.*”

-“*Nerdesin ulan *** 50 saattir?” “Ne o bi bok mu yedin lan yoksa?”*

-“*Hani lan sigara? Unuttum valla Rahmi Bey, insanda kafa bırakmıyorlar ki. Hay ben senin kafana. Çabuk fırla şunu da bankadan çek getir. Sana ne söylüyorsam onu yap lan çabuk.*”

- Konfeksiyondaki bir kadın iğneleyici bir üslup ile (çayı kastederek) şöyle demektedir: “*Çok şükür gelebildiniz beyefendi.*”

-“*Sana kapıyı vurmada girme diye kaç kere söylücez hayvan herif. Çık dışarı.*”

-“*Yoksul’u evlendireceğiz. Sayenizde inşallah. Nasıl makine çalışıyor mu? Valla şimdiye kadar bir arıza yapmadı. Al bir muz ye iyi gelir.*”

- Yeni çayçı, patron olan Yoksul’a “*Tamam abi*” şeklinde konuşmaktadır. Yoksul ise patron sıfatıyla “*Höst. Abi yok, duymucam bi daha, patron diyecen*” diyerek onu ikaz etmektedir.

Filmde söylemlerle ifade edilen statü ve güç farklılığı ve vurgusu görüntü diline de yansımaktadır. Filmin açılış sahnesinde Eminönü’nde konumlandırılmış bir kamera, gündüz vakti gelen geçen insanları çekmektedir. O sırada arka planda “*I love you, I love you, do you love me yes I do*” sözlerinin geçtiği şarkı çalmakta, kamera gelip geçen insan

selini çekmeye devam ederken, bu kez “*Seni sevmeyen ölsün*” adında arabesk bir şarkı duyulmaktadır. O sırada kamera yukarıdan aşağı tilt hareketi yaparak rafta duran birtakım ayakkabıları göstermektedir.

Görsel 1

Kamera Açısıyla Kurulan Hiyerarşiyi Betimleyen Analoji



Şekil 1’de en yukarıda en lüks sayılabilecek pahalı ayakkabılar dururken, kamera aşağı tilt hareketi yaptığında en alt sınıfın giydiği, yırtık, eskimiş ayakkabılar görülmektedir. Sosyal sınıf üçgeninde, en aşağıyı alt sınıfın oluşturduğu böylece vurgulanmaktadır.

Görsel 2

Fakirlerin İkinci El Satın Aldığı Eşyaların Taşınmasını Gösteren Sahne



Şekil 2’de yoksulların giydiği kıyafetlerin, sokaktaki satıcılar tarafından özensiz bir şekilde, yerde sürüklenerek götürüldüğü görülmektedir. Öte yandan, zenginlerin giydiği kıyafetler ise, bir amelenin sırtında özenle taşınmaktadır. Burada alt tabakanın, yerde sürüklenmesi betimlenirken, zenginlerin ise yukarılarda olduğu ve onun yükünün yine alt tabaka tarafından taşındığı anlaşılmaktadır.

Görsel 3

Aşağıdan Yukarıya Doğru Kamera Hiyerarşiyi Betimlerken



Sonrasında, Yoksul'un çaycı olarak çalıştığı iş hanının dış görünümü alt açıdan yukarı doğru gösterilmektedir. Bu kamera açısıyla binadaki işyerleri ve şirket ofisleri yüceltilmektedir. Kamera iç mekana geçtiğinde ise yukarıdan aşağıya doğru bakmakta ve aşağıda Yoksul belirlemektedir. Bazen de kamera alt açıdan Yoksul'un bakışıyla yukarıdakileri görmektedir. Bütün bu açılarda Yoksul aşağıda ve güçsüz olarak konumlandırılmaktadır. Bu kamera açılarındaki alt sınıf ile üst sınıf arasındaki hiyerarşi açıkça kendisini göstermektedir.

Bir sonraki görselde handa çalışanlar yine belirlemek ve Yoksul'dan çay, kola vb. şeyler istemektedirler. Söylemleri ise şöyledir: *"Yoksul, nerde kaldı bizim çaylar? Yoksul Allah seni kahretsin nerde bizim kolalar? Ulan Yoksul getirme beni oraya şimdi, hay senin gibi çaycının. Yoksul ustanın başı tuttu, Yoksul!"*

Yoksul, patronundan birikmiş parasını istemektedir. Amacı sözlüsüyle evlenmek ve bekarlık yaşamından kurtulmaktır. Süleyman ise Yoksul'a *"Evlen de gör gününü. Senin kiralardan haberin var mı?"* diye sormaktadır. Sonrasında Yoksul servise çıkarken Süleyman Bey şekerleri görmekte ve şöyle demektedir: *"Batıracan mı bizi? Bak ne diyor Başbakan, biraz boşgazinızı tutun diyor. Devir ekonomi devri."* Bu satırlar, dönemin sosyo-ekonomik şartlarını ve siyasi mekanizmanın buna karşı tutumunu gösterir niteliktedir.

Görsel 4

Proleterler Arabesk Müzik Eşliğinde Aynı İşi Yaparken



Şekil 4'te herkesin birbirini gördüğü, kolektif çalıştığı bir ortamda arka planda arabesk bir şarkı çalmakta ve duvarda asılı yarı çıplak kadın posterleri dikkat çekmektedir. Yoksul çay dağıtmaya devam ederken neden bir şeker olduğunu soran işçiye *"Şekere zam geliyor ha, ona göre, devir ekonomi devri diyor Süleyman Bey, kemerler sıkılacakmış"* diyor. Burada devrin yönetimine de gönderme yapılmaktadır. Süleyman, hem dönemin başbakanıdır, hem de çay ocağının sahibi, Yoksul'u kötü şartlarda çalıştıran kişidir. Süleyman adı, Sultan Süleyman gibi, tarihsel anlamda da çağrışım yapmaktadır.

İlerleyen sahnelerde handaki başka bir ofis gösterilmektedir. Burada bir işveren ve bir de saçları sarı renkte olan sekreter vardır. Aralarındaki samimiyet gözlerden kaçmaz. Buna tanık olan Yoksul, işveren tarafından kovularak dışarı çıkarken *"Burası da devlet dairesine döndü, çal kapıyı, önünü ilikle"* diyerek hayıflanmaktadır. Bu ifade de hiyerarşiye işaret etmektedir. Bir ofisin kapısının çalınarak içeri girmesi saygı ve güç göstergesi olabilir.

Görsel 5

Kerim Bey Tek Başına, Tek Bir Telefonla Her Şeyi Hallederken



İş hanında ofisi olan "Kerim" karakteri, Yoksul'la eşit seviyede konuşan tek işadamdır. Yoksul onun odasına girip, o telefon görüşmesindeyken sigarasını alıp içecek kadar kendisini rahat hissetmektedir. Kerim Bey farklı bir kültürle

yetişmiş ve eğitilmiş bir kişidir. İyi düzeyde İngilizce konuşan Kerim Bey'in diğerlerinin pek de anlamadığı borsa işi yaptığı görülmektedir. Her işini kendisi görebilecek niteliktedir. Bu nedenle işçilere ihtiyacı yoktur. Hatta makul bir argümanla *"Alalım şu çay ocağını, sermayesi benden, işletmesi senden"* diye teklif sunduğunda bile, Yoksul, haklı olmasına rağmen *"Bilmem ki, ekmek yediğim yere..."* diye cevap vermektedir. Dolayısıyla hiçbir etik ilkesi olmayan patrona karşı, çalıştırdığı elemanın ne derece ahlaklı olduğu vurgulanmaktadır.

Yoksul çay ocağına indiğinde Süleyman Bey siparişleri söylemekte ve Yoksul'a *"Şimdi piyasa serbest aslanım, gözünü aç"* demektedir. Yoksul ise *"Biliyom, liberalizm var"* diye cevap vermektedir. Sonrasında *"Ee, onlar içecek ki sen kazanasın"* diye diyalog devam etmektedir. Burada dönemin neoliberal ekonomi politikalarına doğrudan gönderme yapılmaktadır. Başka bir anlatımla para kazanmanın bir diğer kitlenin tüketimine bağlı olduğu ve uyanık olunması gerektiği vurgusu yapılmaktadır.

Görsel 6

Gençler Umudu Loto ve Şans Oyunlarında Ararken



Yemek paydosunu gösteren Şekil 6'da konfeksiyondaki işçiler sohbet etmektedir. Bu sırada arkada arabesk şarkı çalmaktadır. İlk önce kadınlar konuşmaktadır: Kadınlardan biri *"Şu imar affı çıkarsa seni evlendiririz diyor babam"* demektedir ve arkadaşları da *"Hikâye, insana piyango çıkacak ki"* şeklinde yanıtlamaktadır. Burada, evlilik gibi bir müessese kurmanın bile birtakım dinamiklere bağlı olduğu resmedilmektedir. Bir sonraki karede erkekler kupon doldurmaktadır, *"O maç berabere olmaz oğlum"* derken biri, diğeri de *"Lotoda para yok, gelin ortak bir altılı yapalım"* diye cevap vermektedir. O sırada işverenin odasında ahabıyla muz yediği görülmektedir. Proleterler camekanın diğer tarafında, geçinme derdini konuşurken, işveren ise keyif yapmaktadır.

Görsel 7

Hayali İhracata Gönderme Yapılırken



Filmin bu sahnesinde Süleyman Bey (solda) görseldeki diğer adama amelelerin nereye eşya taşıdığını sormaktadır. *"İplikçi Şevket Bey'e, ihracat var."* Sonra da Süleyman Bey, *"anlaşıldı, gene seferberlik başlıyor. Hayali avanak, hayali"* diye vurgulamaktadır. Bu da o dönem yapılan hayali ihracatlara bir göndermedir.

Görsel 8

Süleyman Bey Müşterilere İçmedikleri Halde Çay Yazarken



Şekil 8'de Süleyman Bey her bir çay karşılığı bir çizgi atılan tahtaya, onları kazıklamak adına kendiliğinden çizikler atmaktadır. Sonrasında da Yoksul'a *"Bu İstanbul'da para kazanacağım, evleneceğim diyorsan, önüne geleni kazıklayacaksın aslanım, acımak yok."* demektedir. Bu davranışıyla patronun hırsızlığı vurgulanmaktadır. Buradaki patron metonimi olarak işlev görmek ve bütün patronları temsil etmektedir.

Görsel 9

Yoksul Patron Olduğunda Yalnızca Rollerin Değiştiğini Gösteren Sahne



Şekil 9'da Yoksul artık çay ocağının işletmecisi haline gelmiştir. O da başka bir Yoksul'u buyruğu altına almıştır. Yoksul kendisine yapıları, aynı şekilde yeni gelene uygulamaktadır. Yoksul giydiği kazağın üstüne bir ceket çekmiştir. Artık o da bir patrondur ve çaycının ona “*Tamam abi*” demesine müsaade etmemekte, “*Baş üstüne patron*” şeklinde konuşmasını istemektedir. Böylece alt sınıfın, üst sınıfa terfi edip patron olduktan sonra nasıl bozulduğu ortaya konulmaktadır.

Sonuç

Zeki Ökten'in çektiği *Yoksul* filmi 1980'li yıllarda Türkiye'de hayata geçen neoliberal devlet politikaları nedeniyle tezahür etmiş söylemleri, sınıf çatışmalarını ve toplumsal eşitsizlikleri ortaya koymaktadır. Sinema diliyle o yıllara ait ideoloji ve iktisadi değişim ironik bir üslupla beyaz perdeye aktarılmaktadır. İş hanında geçen bu filmde işveren ve işçiler arasındaki ilişkiler, kılık kıyafet, beslenme alışkanlıkları, konuşulan konular bağlamında ele alınmakta ve belirgin karşıtlıklar olduğu gözlemlenmektedir. Bunun yanında, yönetmenin kamera açıları, görsel detaylar ve sosyo-ekonomik hiyerarşiyi betimleyen teknikleriyle, sınıf farklılığını ortaya çıkarmaya çaba gösterdiği görülmektedir. Yönetmen metinlerarası göndermelerle döneme, siyasal söylemlere dair eleştirilerde bulunmakta ve liberalizm” olarak tanımlanan ekonomi modelinin işçi sınıfı üzerindeki yansımalarını vurgulamaktadır.

Burjuvazi sınıfı aç gözlü, aşırı para kazanma hırslında olan ve bunun için hiçbir etik kuralı tanımayan kaba bireyler olarak tarif edilmektedir. İşçi sınıfı ise çalışmaktan başka seçeneği olmayan, istismar edilen ve karşılaştığı bu gayri etik uygulamalara karşı bilinçlenme emaresi göstermeyen bir kesimdir. Sürekli altta kalmaya mahkum olan bu sınıf kendisine dair kullanılan söylemleri de doğal karşılamakta ve kendilerinden alt gördükleri çaycıya aynı hiyerarşik söylemde bulunmaktadır.

Refah seviyesi yüksek işverenin, aynı mekanda, bir camekanın ardından baktığı işçisiyle arasında görünmez bir duvar olduğu, çalışanların yaşadığı sorunlara ne denli uzak kaldığı ve işçinin çaresizlik içinde sıkışıp kıvrandığı görülmektedir. Kadınlar zengin koca bulma veya bulacağı zengin bir erkek vesilesiyle refaha kavuşma arayışında iken, erkekler ise şans oyunları ile zengin olma hayali kurmaktadır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir-Y.D.; Tasarım-Y.D.; Denetleme-Y.D.; Kaynaklar B.D. Veri Toplanması ve/veya İşlemesi-Y.D.; Analiz ve/veya Yorum B.D.; Literatür Taraması-Y.D.; Yazıyı Yazan-Y.D. & B.D.; Eleştirel İnceleme Y.D. & B.D.

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept-Y.D.; Design-Y.D.; Supervision-Y.D.; Resources-B.D.; Data Collection and/or Processing-Y.D.; Analysis and/or Interpretation-B.D.; Literature Search-Y.D.; Writing Manuscript-Y.D.; Critical Review-Y.D. & B.D.

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

- Aktulum, K. (2000). *Metinlerarası ilişkiler*. Öteki Yayınevi.
- Althusser, L. (2010). *Devletin ideolojik aygıtları* (Y. Alp, Çev.). İletişim Yayınları.
- Barthes, R. (2006). *Mitolojiler* (A. Akın, Çev.). Can Yayınları.
- Blommaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction*. Cambridge University Press.
- Çelik, N. B. (2005). *İdeolojinin soykütüğü: Marks ve ideoloji*. Bilim Sanat Yayınları.
- Devran, Y. (2010). *Haber, söylem, ideoloji*. Başlık Yayınları.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman Yayınları.
- Foucault, M. (2007). *Disiplin ve ceza: Hapishanenin doğuşu* (S. Bilge, Çev.). İthaki Yayınları.
- Gramsci, A. (2002). *Antonio Gramsci'nin hapishane defterlerinden seçmeler* (A. Gökçek, Çev.). Say Yayınları.
- Hall, S. (2000). *Kodlama ve kod çözme* (S. Aydın, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Jorgensen, M., & Phillips, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Marx, K. (2002). *Kapital: Kapitalist üretim biçiminin eleştirisi* (A. Süel, Çev.). Sol Yayınları.
- Matheson, D. (2005). *Media discourse: Analysing media text*.

Open University Press.

Saussure, F. de. (1959). *Course in general linguistics*. Philosophical Library.

Scollon, R. (2001). Action and Text: Towards an Integrated Understanding of the Place of Text in Social (Inter)action, Mediated Discourse Analysis and the Problem of Social Action. In SAGE Publications Ltd eBooks (139-183). <https://doi.org/10.4135/9780857028020.n7>

Türk, B. H. (2003). İdeoloji. *M. Türköne (Edt.), Siyaset. (105-144) Lotus Yayınevi.*

Williams, R. (2004). *Kültür ve toplum* (S. S. Yalçın, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.

Çevrimiçi Kamusal Alanda Bireysel Kimliğin Akıbeti: Warcraft Oyunu Ekseninde Etnografik Bir İnceleme

The Status of Individual Identity in Online Public Space: A Ethnographic Analysis in the Case of the Warcraft Game

Onur GEDİK¹ 

Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Antalya, Türkiye



Öz

Kimliği bir yapıntı/kurgu olarak tanımlamak mümkündür ve günümüzde onu oluşturan olguların başında dijitalizm gelmektedir. Dijitalleşme sürecinde kimlik kavramına ve bu kavramın yaşadığı dönüşüme odaklanan bu çalışma için postmodern bireyin kimliği; temelden ve aidiyetten yoksun, akışkan, kapitalizm tarafından tüketime kanalize edilmiş, bir kriz hali olarak ele alınmakta ve dijital dünyanın kurgusal alanlarından biri olan çevrimiçi oyunlar kapsamında yeniden kurgulanışına odaklanmaktadır. Dijital alanda kimlik oluşturma oldukça popüler bir yolu olan çevrimiçi oyunlar sağladığı kamusal ortam sayesinde bireylere çevrimdışı dünyada sahip olamadıkları aidiyetler, statüler ve sağlam temellere dayandığı iddiasıyla bir kimlik vaat etmektedir. Kavramsal olarak oyun, egemen anlatıya alternatif sağlayan, muhalif tavrılı, toplumsallaştırıcı ve kültür yapıcı niteliklere sahiptir. Fakat oyun da diğer pek çok kavram gibi kapitalizmin yörüngesine girmiş ve bir tüketim nesnesine indirgenmiştir. Dijitalleşme sürecinde bir endüstri halini alan ve metaya dönüştürülen oyun, egemen anlatıyı yeniden inşa etmekte, bireyi özneye dönüştürerek toplumsallaştırma becerisinden uzaklaşmakta ve böylelikle bireyin kimlik krizini derinleştirmektedir. Bahsi geçen problemi görünür kılmak ve bu sebeple çevrimiçi oyun kamusal alanında yer alan bağlantıları bir araya getirip anlamak için dijital etnografi yönteminden destek alan bu araştırmanın sahası, çevrimiçi bir rol yapma oyunu olan World of Warcraft olarak belirlenmiştir. World of Warcraft oyununun sağladığı kamusal alan, oyuncu habituslarında sergilenen pratikleri gözlemlemeyi mümkün kılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular araştırmanın problemini destekler niteliktedir. Zira birey, oynama eylemi aracılığıyla kimliğini tasarlarlarken, bunu egemen anlatıya alternatif sağlayan, özgür ve yaratıcı kılan bir alanda gerçekleştirememekte aksine kapitalist ideolojinin toplumsal pratiklerini ve güç ilişkilerini yeniden üreten ve bunu eyleycilerine dayatan bir alanda gerçekleştirmektedir. Bu şartlar altında birey, ne kimliğinin vitrini olan avatarını oluştururken ne de oyun içinde eyleyince yeterince özgür olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, Tüketim, Çevrimiçi Oyun, Dijital Etnografi

ABSTRACT

Identity can be defined as a construct or fiction, with digitalism being a key force shaping it today. This study explores identity transformation in the digitalization process, conceptualizing the postmodern individual's identity as fluid, lacking a stable core or belonging, and driven toward consumption by capitalism. It examines how identity is reconstructed in online games, a fictional realm of the digital world. As a widely used tool for identity formation, online games provide a public space where individuals are promised belonging, status, and a supposedly stable identity—elements often absent in offline life. Games, in theory, offer alternatives to dominant narratives, adopt critical stances, encourage socialization, and contribute to cultural production. However, like many concepts, they have been absorbed into capitalism and reduced to consumer products. As gaming has become an industry, it has reshaped dominant narratives, moving away from its socialization function and deepening the individual's identity crisis. To investigate this issue, this study employs digital ethnography, focusing on World of Warcraft as a research

Geliş Tarihi/Received 21.01.2025
İlk Revizyon/First Revision 17.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 20.02.2025
Kabul Tarihi/Accepted 11.03.2025
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Onur GEDİK

E-mail: onur.gedik1@gmail.com

Cite this article: Gedik, O. (2025). *The*

Status of Individual Identity in Online

Public Space: A Ethnographic Analysis in

the Case of the Warcraft Game.

Communicata, 29, 71-86.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

field. The game's public sphere allows for the observation of player habitus and identity practices. The findings support the study's argument: although individuals design their identities through play, they do not do so in a space fostering freedom or alternatives to dominant narratives. Instead, the gaming environment reinforces capitalist social practices and power relations, imposing them on its players. Under these conditions, individuals lack full autonomy—both when constructing their avatars, which serve as identity showcases, and in their in-game actions.

Keywords: Identity, Consumption, Online Gaming, Digital Ethnography

Giriş

Modern dönem boyunca araçsal-rasyonalist bir ideolojiyle kurgulanan kimlik, hayatın her alanını kapsayacak bütüncül bir yapı arz etmiştir. Fakat modern dönemin bitişiyle birlikte terkedilen bu kapsayıcı/bütüncül kimlik anlayışı yerini tüketim ekseninde oluşan ve öznel yorumlamaların makbul sayıldığı postmodern bir döneme bırakmıştır (Castells, 2006). Postmodernizmin kabulleri birey ve kimliğini parçalara ayırmış, merkezsiz, eklektik ve akışkan bir hale getirmiştir. Bu şartlar altında, birey için belirsizlik ve kimlik kargaşası gündelik hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Bauman, 2017, s. 44). Öte yandan, hızlı ve yaygın bir gelişim göstererek kamusal bir yapıya bürünen dijital alan, oluşturduğu kültürel ortam nedeniyle postmodern birey kimliğinin inşa edildiği bir ortam niteliğine bürünmüştür.

Dijital alanda kimlik oluşturma ve kendini bu kimlikle ifade etmenin popüler biçimlerinden biri de çevrimiçi oyundur. Oyun; özgürce ve belirli kurallara göre gerçekleştirilen amacı genellikle eğlence, keşif veya beceri geliştirme olan etkinlikler bütünüdür. Oyun, onu gerçekleştiren eyleycilerine, mevcut egemen gerçekliği birlikte aşma, hayal gücünün sınırlarını zorlama ve yeni deneyimler edinme imkanı tanır (Kızıl, 2017). Bu anlamda oyun sadece bir eğlence aracı değil, kültürel yapının ve bu yapı içinde oluşan kimliğin temel unsurlarından biridir. Bütün bu sağladıkları ile günümüzün dijital kültürü içinde rağbet gören tüketim nesnelerinden biri haline gelen çevrimiçi dijital oyunlar, kullanıcılarına özgü bir kültür oluşturmakta onları dijital bir sosyallik altında birleştirmektedir (Binark & Bayraktutan-Sütcü, 2020, s. 45). Oyun nosyonunun tarihsel süreci izlendiğinde kültür üzerindeki gücünü ve toplumsallaştırıcı özelliğini her daim koruduğunu söylemek mümkündür. Fakat tarihin bütün müstesna kavramlarına olduğu gibi, oyun da kapitalizmin yörüngesine girmiş, onun tarafından boş zaman etkinliğine dönüştürülmüş ve özünde bulunan egemen anlatıyı gayri ciddileştiren, özgürleştirici, muhalif tavrını yitirmiştir (Kızıl, 2017). Öyle ki; günümüzde varlığına anlam atfederken, dolayısıyla kimliğini oluştururken oynamak eylemini işe koşan, "gamer" olarak tanımlanan bireyler ortaya çıkmıştır. Fakat oynayan birey oyunun tarih boyunca sağladığı alternatif anlatı/kimlik

biçimlerini değil, kapitalizmin toplumsal ilişki ve tüketim pratiklerini yeniden üretmektedir. Bu şartlar altında üretilen kimlik de bireyin mevcut kimlik krizini giderememekte hatta ona yeni boyutlar katmaktadır. Bu durum çalışmanın temel problemi olarak konumlandırılmıştır.

Belirlenen problemin görünürlüğünü sağlamak amacıyla çevrimiçi dijital oyunlarda bireyin kimliğini nasıl inşa ettiği ve bu kimlikle eyleyişlerine odaklanılmıştır. Bu noktada Pierre Bourdieu'nun habitus, alan ve fail kavramları ile sunduğu sosyolojik yaklaşımı benimsenmiş, 'alan' çevrimiçi oyun mekânı, 'fail' ise bu alan içinde habituslar oluşturan oyuncular olarak ele alınmıştır. Araştırmanın problemi ekseninde, alan ve fail arasındaki bağıntıların irdelendiği bu çalışmada; içine girilen alanın bireyin kimliğine ne yaptığı ve bireyin bu kimlikle ne gibi pratikler sergilediği sorularına cevap aranmaktadır. Oyuncu kültürünü irdeleyen bir çalışma için insan eylemlerini gözlemleme ve bu eylemleri biçimlendiren alan ve bağıntıları anlama fırsatı sunan dijital etnografi yöntemi uygun bulunmuştur. "Dijital etnografi temelde araştırmacıları dijital, maddi ve duyuşsal bir ortamda yer alan hikayeleri bir araya getirme, yorumlama ve yaşam kültürlerini anlamaya teşvik etmektedir" (Cengiz & Cengiz, 2019, s. 83).

Oyuncu topluluklarının sosyalleştiği, ritüellerini sergilediği, habitusunu yeniden ürettiği ve başka habituslarla mücadeleye giriştiği bir maddi kesişim alanına duyulan ihtiyaçtan hareketle sektörün önde gelen çevrimiçi rol yapma oyunlarından biri olan World of Warcraft (WoW) alan olarak tercih edilmiştir (Dot Esports.com, 2023). Alan ve failin oluşturduğu bağıntıların bilgisine ise, oyuncular arasında fazlasıyla popüler olan Twitch platformunun yanı sıra, BlizzadrTürk adlı yerli ve Wowhead adlı yabancı forumlara yapılan çevrimiçi gözlemlerle ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan araştırmalar sonucunda çalışmanın sahasını oluşturan çevrimiçi oyunlarda -ve burada oluşan kültürel ortamda- birey kimliğinin oluşumunda egemen ideolojinin izleri gözlemlenmiştir. Çevrimiçi oyun alanında da tıpkı çevrimdışı ortamda olduğu gibi kapitalist egemen ideoloji tarafından kurgulanmış güç ilişkileri etkindir. Oyun alanında kimliğini özgürce ve yaratıcı biçimlerde oluşturma hevesinde olan birey, alanın belirlenim baskılarına maruz kalmaktadır. Öte yandan, diğer oyuncularla aidiyetler sosyal

ilişkiler gerçekleştirerek varlığına anlam kazandırmak isteğiyle bir topluluğa/klana dahil olan birey, tıpkı çevrimdışı dünyada olduğu gibi sınıflı bir yapıyla karşılaşmakta, bu sınıflı yapı içinde görece kıdemli oyuncular tarafından baskılanmaktadır. Bu şartlar altında birey kimliğini yine özgürce yaratamamaktadır zira alana egemen olan başarı ve sürekli ilerleme/gelişim gibi kapitalist toplum mitleri alandaki toplumsal ilişkilere sirayet etmiş vaziyettedir.

Bu araştırma ile oyun mefhumunun -egemen ideoloji ekseninde algılandığı haliyle- bir boş zaman tüketim etkinliği olarak değil, toplum kültürü ve birey kimliği üzerinde önemli etkileri olan bir unsur olarak anlaşılmasına katkı sağlamak hedeflenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın, oyun ve dijital kültür ilişkisine odaklanan alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Zira içinde bulunduğumuz dijital çağda, kendini oynamak edimiyle anlamlandıran oyuncu (gamer) bireylerin sayısında yaşanan artış, oyun ve kültür ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara olan ihtiyacı arttırmaktadır.

Kimlik Nosyonu ve Geçirdiği Değişimler

Modern dönem boyunca devlet tarafından kurgulanan ve denetlenen ulus temelli kimlik anlayışı, bireye kurumsal bir meşruluk dayatmıştır. Modern devletin kimliği denetleme gücü ona otoritesinin ve tahakkümünün kaynağını sağlamıştır. Manuel Castells'in *meşrulaştırıcı kimlik* olarak tanımladığı ve "devlet kurumları tarafından onaylanmaya mahkum, toplumsal aktörler karşısında egemenliklerini genişletmek ve akılcılaştırmak için inşa edilmiş" bu kurgulanmış kimlik anlayışı, postmodern dönemin *ağ toplumu* ile birlikte bir krize girmiş, globalleşme karşısında zamanla çözülmüş ve parçalanmıştır (Castells, 2006, s. 4). Postmodernizmle birlikte üzerindeki belirlenim baskısından "kurtulan" kimlik, daha önce hiç olmadığı kadar ve hiç olmadığı biçimlerde tartışılmaya/anlaşılmaya muhtaç olmuştur.

Akışkan ve Parçalanmış Kimlikler: Postmodern Dönem

20. yüzyılın özellikle ikinci yarısına gelindiğinde, statik ve sınırlayıcı yapısıyla globalleşen dünyaya ayak uydurmakta zorlanan ulus devlet kimliği, Zygmunt Bauman'ın (2017, s. 40) ifadesiyle; "metropollerin neon ışıklı, geniş caddelerinde kendini post-modernizmin akışkan ve "özgür" ruhuna kaptırmıştır". Georg Simmel, kimliğe ilgili bu değişimin nedenlerinden biri olarak, bireyleri atomize ve anonim hale getiren metropole dikkat çekmiştir (2009, s. 325). Simmel'e göre metropol, bireyi daha az denetlenebilir hale getirmesi noktasında özgürleştiricidir. Fakat bu özgürlüğün bedeli bireyin kendini yalnız ve yersiz yurtsuz hissetmesidir (2009, s. 325). Metropolde yalnız ve yersiz yurtsuz hisseden

postmodern birey için varlığını anlamlı ve görünür kılmamanın yolu ise hayat tarzıdır. Egemen ideoloji olarak postmodern dönemin ruhuna sirayet etmiş olan kapitalizm, bireyi hayat tarzını tüketim ile oluşturmaya noktasında motive etmektedir.

Anthony Giddens hayat tarzı kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: "Bir hayat tarzı, bir bireyin benimsediği az çok bütünlük içindeki bir pratikler topluluğu olarak tanımlanabilir; bunun nedeni, sadece, bu tür pratiklerin ihtiyaçları karşılaması değil, aynı zamanda özel bir bireysel-kimlik anlatısına maddi bir biçim kazandırmalarıdır" (2010, s. 110). Fakat postmodern birey için tüketim ekseninde bir hayat tarzı oluşturmak problemlili olabilmektedir zira; "postmodernizm bireyi kompleks bir seçimler çeşitliliğiyle yüz yüze bırakır ve temelci olmadığı için hangi seçeneklerin tercih edilmesi gerektiği konusunda oldukça sınırlı bir yardım sunar" (Giddens, 2010, s. 110). Bir başına kalmış, varlığı temelden yoksun hale getirilmiş birey, seçimler arasında parçalara ayrılmaktadır. David Harvey'e (1997) göre bu parçalanmışlık hali Marksist yabancılaşmanın da ötesinde vahimdir; çünkü yabancılaşma dahi kendisinden yabancılaşacak tutarlı bir benliğe ihtiyaç duymaktadır. Bu şartlar altında birey, çare olarak tüketim seçimlerine sıkı sıkıya sarılmaktadır çünkü onun için bu seçimler hayat tarzının yani kimliğinin yeniden inşası için elzem olmaktadır. Modern birey için anılan tutarsızlığın yanı sıra bir diğer kriz hali de tüketimle kimlik oluşturma ediminin nihayete ermeyecek olmasındadır. Zira kapitalizm, kar odaklı ideolojisiyle bireyleri sürekli yeni kimliklerin peşinden koşmaya ikna etmektedir. Bunu sağlamanın yolu ise; metalara fonksiyonel anlamlarının ötesinde göstergeler ve sembolik değerler yüklemekten geçmektedir (Baudrillard, 2019, s. 25).

Tüketimle kimlik oluşturmaya yönlendirilen birey, herhangi bir ürünü satın alırken o ürünün etrafa yaydığı göstergelere dikkat etmektedir. Jean Baudrillard, "gösterge değeri" olarak kavramsallaştırdığı bu sembolik anlamlar dizisini "tüketim düzeni göstergelerle beslenir ve göstergelere sığınarak yaşar" şeklinde ifade etmiştir (2019, s. 25). İnsan, tarih boyunca semboller üreten bir tür olmuştur fakat günümüzde sembolik anlamlar öze ait, birikimsel ve derinlikli olma özelliklerini yitirmiş, değiş tokuş metası halini almışlardır. Baudrillard'a göre; "artık nesnelerin işlevsel pratiği, iletişim ve değiş tokuş sistemi olarak durmadan verilip alınan ve yeniden yaratılan göstergeler kodu olarak" sağlanmaktadır (2019, s. 111). Fonksiyonel anlamını yitirmiş, moda ve trend gibi kavramlarla kendini sembolik olarak sürekli yeniden üreten tüketim, günümüzde paradoksal bir yapıya bürünmüştür. Zira; "postmodern kapitalizmin tüketimci kültürünün etkisi altında yaşayan insanlar elde

edemeyecekleri bir şeyi -yani bütün arzularının doyuma ermesini- istemeye devam edeceklerdir (Baudrillard, 2019, s. 75)

Şüphesiz, kar odaklı kapitalist anlayış açısından mevcut arzulanma ve tüketme halinin sürekli tutulması elzemdir. Bunu sağlamanın önemli yollarından biri; bireylerin de bu tüketim aracılığıyla semboller üretme ve yayma haline dahil olmasından geçmektedir (Bocock, 2014, s. 77). Tam bu noktada dijital alan kapitalizm için kullanışlı bir saha olarak kendini göstermektedir zira; sağladığı -zaman ve mekân sınırlılıklarının flulaştığı- interaktif kamusal ortam sayesinde, bireylerin bahsi geçen tüketim eksenli sembolleri yeniden üretmesi ve yayılıma sokması çok daha efektif olmaktadır. Ayrıca bu görece yeni kamusal alan, benliğin sunumunda yeni kimlikler takınılmasını da mümkün kılmaktadır.

Çevrimiçi Alanda Benliğin İfadesi: Dijital Kimlik

Bauman, postmodernizm felsefesinin “kimliğin sabitlenmesinden nasıl kaçındığını ve seçeneklerin ne şekilde açık uçlu tutulabileceğini kendine dert edindiğini” söylemektedir (2003, s. 19). Bu bağlamda, dijital alan sağladığı akışkanlık ile bireye sınırları belirsiz, şartlara göre bir kenara bırakılabilen, oluşturulması için fazla emek gerektirmeyen kimlikler sağlaması noktasında kullanışlı olmaktadır. Bu sayede; birey var olmak için, salt çevrimdışı dünyanın maddi gerçekliğine muhtaç olmamakta, kendini çevrimiçi kimlik yaratımının akışkanlığına bırakmaktadır.

Erving Goffman (2020, ss. 33-35), bireyin kimliğini sosyal etkileşimler vasıtasıyla, teatral bir yapıda, yani performansa dayalı olarak oluşturduğunu söylemiştir. Goffman’a göre; performansı belirleyen, kişinin üzerine giyindiği ve performe ettiği rollerdir. Günümüzde dijital alan, mevcut kimliği parlatmanın veya sahip olunmayan kimliklere bürünerek bunları sergilemenin uğrak yeri haline gelmiştir (Karaduman, 2010, s. 2893). Bu noktada önemli olan kimliğin sahiçiliği değil ne boyutta etki/tepki üretebildiği olmaktadır. Çünkü; birey kimliğinin değeri etkileşim oranlarıyla ölçülmekte ve benliği bu oranlar sayesinde gerçeklik kazanmaktadır. Modernizmin “düşünüyorum öyleyse varım” düsturu yerini dijitalleşmiş postmodernizmin *like* alıyorum, bu görüldüğüm ve beğenildiğim anlamına gelir, öyleyse varım kabulüne bırakmıştır.

Kimlik, bireyin diğer birey, topluluk ve kurumlarla oluşturduğu/oluşturmadığı toplumsallık halleri içinde belirlenmektedir. Çünkü birey kendini daha iyi tanımlayabilmek için başka kimlikleri gözetlemekte, benzerlikler ve zıtlıklar kurarak varlığını anlamlandırmakta, buna binaen ilişkiler geliştirmektedir. Birey için çevrimiçi

kamusal alanda kimlik oluşturmaının etkili yollarından biri de kimliğine uygun düşeceğine inandığı topluluklara dahil olmaktır; çünkü bu topluluklarda kimlik üzerinde önemli etkisi olan aidiyet kavramı yoğun olarak hissedilebilmektedir (Akkaş, 2013, s. 42). Bahsi geçen topluluklar Howard Rheingold (2000) tarafından dijital cemaatler olarak tanımlanmıştır. Rheingold’a göre dijital cemaat; kişisel ilişkiler ağıının yaratılması için yeterli sayıda insan bir araya geldiğinde, networkler vasıtasıyla yaratılan sosyal gruplardır (Rheingold, 2000). Kimliğini çevrimiçi alanda oluşturan birey, çıkarlarının ve algoritmaların yol göstermesiyle kendi dijital cemaatini seçip, içinde bulunduğu alanın temel özelliklerini taşıyan kültürel yapıya dahil olmakta ve kimliğini ya da kimliklerinden birini bu cemaatler içinde oluşturmaktadır.

Mevcut çalışmada merkezi konumda olan çevrimiçi oyun metası, bireyleri tüketim ekseninde sembolik bir kimlik oluşturmaya ve bu kimliği başkalarıyla paylaşmaya/geliştirmeye teşvik eden kamusal bir alan olma özelliği taşımaktadır. Oyun ekseninde sergilenen bu kimlik paylaşımı, Michel Maffesoli’e (1995) göre, kitle toplumuna ait, ortak tüketimler çerçevesinde kurulan, yeni bir tür kabileciliktir. Oyun kavramı, bireylerin eylemlerini kendine çeken ve onları ortak kurallar, çıkarlar ve uzlaşımlar doğrultusunda topluluklar haline getiren doğası, kavramın tarihsel ve kültürel işlevinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Binark & Bayraktutan-Sütcü, 2020, s. 55). Günümüzde oyun, eğlence bir boş zaman metası olarak algılansa da kültür mefhumunun oluşumda merkezi bir öneme sahiptir.

Oyun ve Kültür İlişkisi Ekseninde Kimlik

Oyun, özünde bulunan akışkanlığı sayesinde pek çok kültürel ilişki biçiminin içine sızmış ve onların doğası haline gelmiştir. Bu özellik oyun kavramına disiplinler arası hareket imkânı sağlarken, tanımlanmasını da güçleştirmiştir. Quentin Stevens (2007), *The Ludic City* adlı kitabında belirttiği üzere oyun; genel olarak ‘normalin’ yani gündelik, uzlaşımsal, beklenti dahilinde, hesaplanmış, pratik ve sabit olan davranışın karşı kutbu olarak kullanılır. Bireyi verili/egemen gerçekliğin dışına çıkarması sebebiyle; “insan özgürlüğünün bir ifadesi olarak değerlendirilebilecek oyun, kendi akışı ve anlamlandırılışı içinde, sıradan olan günlük yaşamımızın bir ara faslı olarak ciddiyetin ve zorunlulukların dışında ve ötesinde kendini konumlandırmaktadır” (Taşkaya & Aydoğan, 2019, s. 105).

Özünde oyunu barındıran eylemlerin çoğunda bu muhalif tavrı gözlemlemek mümkündür. Oyun mevcut iktidar ilişkilerini parçalamakta, onu alternatif anlatım biçimleriyle gayri ciddileştirmekte ve iktidarın birey/toplum üzerinde yarattığı baskıyı hafifletmektedir. Bob Black, “İşin Yok

Edilmesi Üzerine” isimli makalesinde; sohbet ve sevişme, dans ve yolculuk gibi belli kuralları olmayan etkinlikleri, oyuna ait olarak görmüştür (1985, s. 3). Bu eylemlerde de görüleceği üzere oyun, bireyi aktif ve yaratıcı kılmaktadır.

Kültürel yaşamın merkezinde olan oyun kavramı, insanı arı rasyonel bir varlık addeden ve standardize etme gayesinde olan modernist ideoloji tarafından eğlencelik bir boş zaman aktivitesi haline getirilerek önemsizleştirilmiştir. Fakat mevcut çalışmanın bakış açısıyla oyun; kültürel hayatın önemli bir faktörü olarak birey/toplum yaşamının merkezinde yer almaktadır. Oyun ve kültür o kadar iç içedir ki; hipotetik açıdan kültürün oluşumu için elzem olan dili incelediğimizde; onun oluşumu için dahi zihnin şeylerle oyun oynayarak, onları zihinsel düzeye taşıması, soyutlaştırması ve sembolleştirmesi gerektiği görülmektedir (Huizinga, 2023, s. 21).

Oyunda oynanan ortak çıkarlar ve uzlaşımlardır; bu çıkar ve uzlaşımlar bireyi ait hissettiren, toplumsal yapan özelliklerdir. Ortak çıkar ve uzlaşımlar, oyunun cemaatleştirici yapısının altını çizmektedir. Huizinga, kültür ve oyun ilişkisinin, oyunun toplumsal boyutunda aranması gerektiğini belirtir zira kültür: “toplumsal oyunun üst biçimlerinde, yani bir topluluğun veya grubun veyahut karşılıklı olarak iki grubun kurallı eylemiyle ilişkili olduğu yerde aranmalıdır”. (Huizinga, 2023, s. 71). B. Black ise oyunu; “genelleşmiş bir neşe ve sevinç olduğu kadar, karşılıklı coşkunluğa ve özgür rızaya da dayanan ortak bir serüven olarak” nitelemiştir (1985, s. 1). Oyunun özgür rızaya dayanan ortak bir serüven olarak tanımlanması önemlidir çünkü bu tanımlamayı cemaat veya topluluklar için de kullanmak mümkündür. Oyunda oynayanın öznelliğini sarıp sarmalayan, kendine has dinamik bir bütün bulunmaktadır. Çünkü oyunda mevcut gerçekliğin dışına çıkılmakta, oyunun kendine has dünyasına giriş yapılmaktadır. Bahsi geçen durum bireye yeni bir gerçeklik dolayısıyla kimlik sunmaktadır. Öte yandan oyun, salt kendi kamusal alanı içinde kalmamakta, toplumsallaştırıcı kültürel etkileri oynandıktan sonra da devam etmektedir zira; “istisnailiğin içinde birlikte yaşama, önemli bir şeyi birlikte paylaşma, ötekilerden hep birlikte ayrılma ve genel ölçülerin dışına çıkma duygusu, yalnızca oyun süresiyle sınırlı kalmayan bir cazibe oluşturmaktadır (Huizinga, 2023, s. 30).

Oyun, katılıma teşvik eden, ortak eylem ekseninde bireylerden topluluk yaratabilme erkini hala kendinde barındırmaktadır. Yarattığı eğlenceli alternatif anlatı hala bireyleri kendine çekmektedir. Günümüzde, meta olarak oyunu popüler kılan da kavramın bu tarihsel yapısı olmaktadır. Fakat oyunu biricik kılan bu öz kapitalizmin tahribatına uğramıştır. Oyun kavramı, tarihin bütün

müstesna kültür öğelerine de olduğu gibi; kapitalizmin postmodern tüketim kültürünün bir metası haline gelmiş ve özünde bulunan muhalif, yaratıcı, özgürleştirici kimlik anlatılarını yitirmiş; egemen ideolojinin çıkarlarını, toplumsal ilişkilerini yeniden üreten ve oynatan bir alan haline gelmiştir.

Alan ve Habitus Kavramları Ekseninde Çevrimiçi Oyuncu Kimliği

Mevcut çalışmanın çıkış noktasını oluşturan kimlik; egemen ideoloji tarafından alan içinde kurgulanmış, manipülatif ve ideolojik bir kavram olarak değerlendirilmiştir. Değişime teşne, akışkan bir kavram olarak kimlik, geçirdiği tarihsel yolculuk sonucunda günümüzdeki bireyci, parçalanmış ve dijitalizmle yakından alakalı haline gelmiştir. Kimlik, bireyin kurduğu bağıntılar ağının bir ifadesidir ve Pierre Bourdieu’ya (2014) göre bu bağıntılar *Alan* içinde oluşur. Dolayısıyla bireyin kimliğini anlamamanın yolu içinde olduğu alanı anlamaktan geçmektedir. Alanı anlamak içinse; onu oluşturan bireylerin habituslarını gözlemlemek elzemdir. Habitus, Bourdieu için pratik düşünümSELLİK etkinliğidir. Yani; “belirli bir toplumsal ve iktisadi koşul türünün içselleştirilmesi yoluyla edindikleri ve söz konusu alanın içinde tanımlanmış bir yörüngede az ya da çok gerçekleşme fırsatı bulan farklı yatkınlık sistemleridir” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 90). Çalışma kapsamında dijital alan, alt-alanı olarak değerlendirilen çevrimiçi oyunlar, anılan yatkınlıklar sistemini oluşturan, bağıntıların kurulduğu mekanlar olarak değerlendirilmektedir. Bourdieu’nun da ifade ettiği üzere; “her alt-alanın kendi mantığı, kuralları ve özgül düzenlilikleri vardır” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 82). Bu da her alanın beraberinde niteliksel (kültürel) bir sıçrayış getirdiği düşüncesine delalet etmektedir.

Bourdieu’nun sosyoloji anlayışı ve kavramları (*illusio*, *alan* ve *habitus* vd.) mevcut çalışmanın nirengi noktalarını oluşturmaktadır. Oyuncuların alan içindeki oynama motivasyonlarını ve oynadıkça oluşturdıkları kültürü incelerken Bourdieu’nun yaklaşımını kuramsal dayanak olarak konumlandırmak, çalışmanın özgünlüğünü desteklemekte, saha çalışmasının sistematiğini beslemektedir. Alan içindeki eylemlerin temel gerekçesi olan *illusio*’nun köken itibarıyla oyun anlamına gelen *ludus*’tan türemiş olması da çalışmanın olası çıktıları açısından destekleyici bir mefhum olarak değerlendirilebilir (Bourdieu & Wacquant 2014, s. 82). Oyuncular belli çıkarlar dahilinde oyun alanına dahil olmaktadır. Bourdieu’ya göre; bu çıkarları *illusio* kavramı karşılar ve “belirli bir toplumsal oyunun bir anlam taşıdığını, kazanılıp kaybedileceklerin önemli ve peşinde koşulmaya değer olduğu kabul etme” haline işaret eder (Bourdieu & Wacquant 2014, s. 82). Bu çalışma

kapsamında bu çıkarlar; oyunun sağladığı alternatif gerçeklik içinde, çevrimdışı dünyanın belirlenim baskılarından azade kimlik oluşturup, bu kimliği diğer oyunculara sergilemek ve onlarla kimliğini kuvvetlendirecek aidiyetler gerçekleştirmektir.

Oyun, tarih boyunca bireylerin eylemlerini kendine çekmeyi başarmış bir mefhumdur. Oyunun bu özelliği, dijital teknolojilerin erişim gücüyle birleşince ortaya devasa bir tüketim ağı çıkmaktadır. Öyle ki; 2023 yılı itibariyle dünyadaki oyuncu oranı 3.3 Milyar olarak paylaşılmıştır (Gill, 2023). Benliğini oyun oynama edimleri üzerinden tanımlayan oyuncu bireyler -sayıları giderek artan bir biçimde- kimliklerini çevrimiçi oyun uzamında yaratmakta ve performe etmektedir. Çevrimiçi oyunların bu denli tercih edilmesinde; oyuncuları için yarattığı alternatif ve ayrıntılı gerçeklik etkili olmaktadır. Oyuncular kimliğinin fiziksel ifadesi olan avatarlarıyla bu evrende sosyal ilişkiler oluşturarak, mücadelelere girerek, üretmek ve tüketerek, ayrıntılı bir yaşam sürmektedir. (Lehdonvirta & Castronova, 2014, s. 2). Oyuncular yaşadıkları bu alternatif yaşam içinde -başarılı oldukları sürece- bir statü elde edebilmekte ve -dahil oldukları toplulukların/klanların beklentilerini karşılayabildikleri sürece- aidiyetler oluşturabilmektedir. Elde edilen statü ve aidiyetler -çevrimdışı alanda da olduğu gibi- çevrimiçi oyun alanında kimliğin dayanaklarını oluşturmaktadır.

Bourdieu'ya göre alan; her oyuncusunun içine girdiği ve alanın doğası tarafından yaratılan belirlenimleri dayatan güç alanıdır. Alanın yapısını belirleyen şey, oyuncular arasındaki kuvvet ilişkilerinin her anki durumudur (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 82). Kuvvet ilişkilerini belirleyen şey yani sermaye ise oyuncuların avatarları aracılığıyla sergilediği itemleri (kostüm, zırh, silah, yetenek vb.), ve oyundaki seviyeleri/tecrübeleridir. Oyun içi sermayenin fiziksellik kazandığı avatar, en basit anlatımıyla; bireyin sanal ortamdaki kendi beyanıdır. Nick Yee, "The Proteus Effect" adlı çalışmada; avatarın yalnızca bir kimlik sergileme aracı değil aynı zamanda kimliği etkileyen bir faktör olduğunu ileri sürmüştür ve bu durumu *Proteus Etkisi* olarak kavramsallaştırmıştır (2007, ss. 271-290). "Öz temsillerimizi değiştirdikçe, öz temsillerimiz de davranışlarımızı değiştirir mi?" sorusuna cevap arayan Yee (2007, s. 273); oluşturulan avatarın, birey davranışlarını üzerinde etkisi olduğunu ileri sürmüştür: "Siyah üniformalı öznelerin daha agresif bir kimliğe bürünmesi gibi; kullanıcılar da avatar kimliğinin beklentilerine ve klişelerine uyabilir. Ya da daha doğrusu, başkalarının sahip olmasını beklediğine inandıkları davranışa uyular.

Bourdieu "bir alana katılanların rekabeti azaltmak ve alanın

özel bir alt kesiminde tekel oluşturabilmek için kendilerini sürekli en yakın rakiplerinden farklılaştırdıklarını" ifade etmiştir (2014, s. 84). İtemler, oyuncunun avatarına yani kimliğine yeni yetenekler ve karizma katmasını sağlayıp mücadele gücünü arttırdığı için oyun içi kullanımda elzemdir (Tronstad, 2008). Bourdieu bunu iktidar gücünü elinde bulundurmak olarak değerlendirmiştir: "Söz konusu iktidar/sermaye güçlerine sahip olmak, alanda elde edilecek özgül faydalara erişimi belirler" (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 82). Çevrimiçi klan kültüründe, bu özgül sermayeler statü ve aidiyet kurmada etkili olmaktadır. Görülmektedir ki; WoW oyununda aynı itemlere sahip oyuncular kendilerinden daha aşağı seviyede olan kullanıcıları küçümsemekte ve onlar üzerinde bir tahakküm kurmaktadır (Kara, 2013, s. 85). Öte yandan, tahakküme ve küçümsemeye maruz kalan görece acemi kullanıcılar bu durumun doğal olduğunu -Bourdieu bu kabullenışı *doxa* olarak tanımlamaktadır- düşünmektedir (Wowhead, 2023; BliizarTürk, 2023). Bourdieu terminolojisinde bu itemler *özgül sermaye* olarak kavramsallaştırılmıştır. Eyleyiciler stratejilerini özgül sermayelere sahip olma konumlarına yani alanı algılama biçimlerine göre belirlemektedir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 87).

Çalışma kapsamında alan olarak değerlendirilen WoW, popüler bir çevrimiçi rol yapma oyunu olarak, 2004 yılından bu yana oyuncuların eylemlerini kendine çekmeyi sürdürmektedir. Wow, interaktif yapısıyla oyuncuları belli bir kamusal ekseninde bir araya getirmekte, onlara çeşitli hikayeler, etkinlikler, ritüel ve adetler sunarak habituslarını kuvvetlendirmektedir (Krzywinska, 2008, s. 134). Bu konuya bulgular bölümünde daha ayrıntılı bir biçimde değinilecektir. Öte yandan, alana dahil olan oyuncular da burada -elbette alanın koyduğu kurallar ve güç ilişkileri ekseninde- kendi kültürlerini geliştirmekte ve bu kültürü tekrarlayan eylemler sonucunda oluşan ritüel ve adetlerle beslemektedir. Bahsi geçen durum bizi habitus'un en önemli işlevine yani; "oyunu hissetme duygusunun aşılmasına" götürmektedir (Güçlü vd., 2003, s. 641). Bourdieu, habitus kavramının, "alışkanlık" kelimesinden daha iyi bir biçimde, Aristo'daki *exis* edinme ve yetenek anlamlarını ifade ettiğine vurgu yapar (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 111). Oyuna ait hikayeler, görevler, oynanış biçimleri, sermayeler -ki bunlar *exis* tanımlamasına ait kavramlardır-, yani ritüelleri ve adetleri oluşturan bütün bir eylem seti, oyuncuların habitus'udur. Unutulmamalıdır ki oyuncular arasındaki sınıfsal ilişkiler, bu ilişkiler ekseninde oluşan dışlamalar veya arkadaşlıklar bahsi geçen ritüeller ekseninde oluşmaktadır. Birey kimliğini ve eylemlerini -çevrimdışı alana kıyasla- daha özgürce belirleyebileceği hevesiyle, bu çevrimiçi rol yapma oyununa dahil olmakta fakat alanın kapitalist kültür eksensiz belirlenimlerine uyum sağlayamadığı, adetlerini yerine getiremediği noktada

dışlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Rettberg, 2008, s. 20).

Dijitalleşmiş kapitalizmin bir metası olarak WoW oyunun temel amaçlarından biri oyuncuların ilgisini yüksek tutmak ve belli bir noktada ücretli versiyonunu oynamaya teşvik etmektir. 20. seviyeye kadar ücretsiz fakat belli kısıtlamalarla oynanabilen bu oyun, sonrasında oyuncularını tam erişimle ve kesintisiz oynayabilmek için abonelik satın almaya ve aylık 12.99 Euro ödeme yapmaya mecbur kılmaktadır (Battle.net, 2023). Oyuncular anılan aidatı ödeyebildiği sürece; duygusal bağ kurdukları bu alanda varlığını sürdürmeye, klan üyeleriyle birlikte var olmaya ve kimliğini sürdürmeye devam edebilmektedir. Bu haliyle oyun kavramı, egemen ideolojiye alternatif sağlayan özgün mücadele biçimlerini yitirmekte ve içinde kimlik oluşturma maddi yeterlilik şartına bağlandığı bir tüketim nesnesi haline getirilmektedir. Bu haliyle çevrimiçi oyunlar kapitalist ana alan içinde var olan alt-alanlar olarak işlev göstermektedir. Hali hazırda tüketim endeksli kapitalist kültür içinde bir kimlik krizi yaşayan birey, bir kaçış noktası olarak dahil olduğu bu yeni ortamda da bir tüketiciye dönüştürülmekte ve ondan beklenen tüketimi gerçekleştiremediğinde kimliğinin kesintiye uğrayacağı gerçeğiyle yüzleşmek durumundadır.

Yöntem

Çevrimiçi oyunlarda kimlik pratikleri ve oyuncu kültürüne odaklanan bu çalışmada dijital etnografi yöntemi tercih edilmiştir. "Etnografi, insan ve toplulukları bulundukları ortamlarda gözlemleyen ve alan araştırmalarının gerçekleştirilmesini sağlayan, niteliksel bir araştırma yöntemidir" (Alyanak, 2014, s. 117). Çalışmada etnografi yönteminin tercih edilmesinde; "niteliksel araştırma yöntemleri arasında toplumsal davranış ve kültürleri incelemek için kullanılan en derinlemesine yöntem" olması etkili olmuştur (Alyanak, 2014, s. 117). Çünkü etnografiyle dile getirilmeyen, yerleşmiş, eylem içindeki bilginin de peşine düşülmektedir.

Etnografinin dijital alanla birleştiği bir çalışma ise, günümüz dijital kültürünün pratiklerini anlamak ve yoruma açmak açısından faydalı olmaktadır. "Dijital etnografi temelde araştırmacıları dijital, maddi ve duygusal bir ortamda yer alan hikayeleri bir araya getirme, yorumlama ve yaşam kültürlerini anlamaya teşvik etmektedir" (Cengiz & Cengiz, 2019, s. 83). Alan ve fail arasındaki bağıntılarla oluşan kültürü anlamak için araştırma nesnesini gündelik yaşam pratikleriyle birlikte anlamak elzemdir. Ayrıca, dijital etnografi kapsamında elde edilen içerik ve söyleme ilişkin veriler eleştirel analize tabi tutulmuştur.

Araştırma kapsamında; WoW oyununun Twitch uygulamasında yer alan herkese açık yayınlarına çevrimiçi gözlemler gerçekleştirilmiş, bireylerin ve klanların oyun oynama pratikleri incelenmiştir. Ayrıca yayınlar sırasında, oyuncular tarafından gerek mikrofonla gerekse sohbet kısmına gönderilen mesajlarla kurulan iletişim, söylem analizine tabii tutulmuştur. Gözlemler; Twitch platformunda herkese açık yayın yapan, takipçi sayısı en yüksek, iki yerli WoW yayıncısı özelinde yapılmıştır. Her iki yayından elde edilen veriler ortak potada bir araya getirilerek yorumlanmıştır. Oyun yayınlarında yapılan çevrimiçi gözlemlerin yanı sıra; "Blizzardtürk" adlı yerli ve "Wowhead" adlı yabancı forum sitelerine anonim katılım gerçekleştirilmiş ve çevrimiçi gözlem yapılmıştır. Bahsi geçen forumlar ve bu forumlardaki paylaşımlar herkesin erişimine açık bir yapıdadır. Bu forumlardaki iletişimin yorumlanmasında da söylem analizlerinden faydalanılmıştır. Ayrıca, topluluğa özgü belirleyicilerin (davranış pratikleri, ritüeller, jargon, semboller, itemler vs.) anlaşılabilmesi için ayrıntılı saha notları da çalışmanın araştırma tekniklerinden biri olarak ön plana çıkmıştır. Anılan gözlemler; 24 Şubat-31 Mayıs 2023 tarihleri arasında, 3 ay 7 gün boyunca sürmüştür. Bu süre zarfında Twitch yayınlarında ve forumlarda -istisnai durumlar dışında- günde bir kere ve en az iki saat bulunulmuştur.

Bulgular

Çalışma kapsamında kimlik, bireyin kendi, başkaları ve içinde bulunduğu alan ile girdiği etkileşimlere dayalı, dinamik bir yapı olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda; Twitch uygulamasındaki WoW oyunu yayınlarından, Blizzardtürk ve Wowhead adlı forum sitelerinden elde edilen çevrimiçi oyuncu kimliğine yönelik bulgular, 3 temel başlık ekseninde kategorize ve analiz edilmiştir. Bunlar; kimliğin oluşturan alan olarak çevrimiçi WoW oyunu, bireyin dijital benliğinin temsilcisi olan avatari ve avatari aracılığıyla çeşitli ilişki biçimleri geliştirdiği habituslar olan oyuncu klanları (cemaatleri) şeklindedir.

Bir Alan Olarak World of Warcraft

WoW oyunu bireyin avatariyle bir hikâyeye akışına dahil olduğu ve akış içindeki eylemlerine göre kendine bir yol çizdiği, RPG olarak adlandırılan bir rol yapma oyunudur. WoW, köklü bir mitolojiye, kompleks bir tarih anlayışına sahip, birçok farklı ırkın ve uygarlığın hikayesini içinde barındıran fantastik bir evren görünümündedir. Oyuncu bu evrende zaman geçirirken çeşitli tarihi kalıntıların, mitolojik eserlerin ve ırklara ait dini/kültürel belirteçlerin arasında gezinir. WoW, Alliance ve Horde adlı iki düşman grubun birbirleriyle girdiği mücadeleler ekseninde, kronolojik olaylar örgüsüne sahip bir oyundur. Oyuncu ilk olarak bu

mücadelede hangi tarafta olacağını belirlemekte -Allience veya Horde- ve buna göre bir avatar seçmektedir (Ege & Koullapis, 2011, ss. 21-22). Bu seçim kimliği belirleyen ilk faktördür zira avatar seçimi ile oyunun/oyuncunun nasıl bir seyrinde ilerleyeceği de kalıcı olarak belirlenmiş olur. Taraf seçiminin ardından avatari belirleyecek olan ikinci faktör ırk seçimidir. Oyunda ırk seçimi noktasında kompleks bir yapı dikkat çekmektedir. Alliance'a dahil olan ırklar; Human, Night Elf, Dwarf, Gnome, Draenei, Worgen şeklindedir. Horde'a dahil olan ırklar ise; Orc, Tauren, Undead, Darkspear Troll, Blood Elf, Goblin olmaktadır (Lorekeeper.net, 2023). Oyunda yapılan ırk seçimi; akışı, zaman geçirilen mekanları, oynanışı, oyun içi statüyü, ittifakları yani oyun içi kimliği belirleyen pek çok kavramı etkilemektedir. Zira; "evrendeki her ırkın kendine özgü bir tarihsel kimliği vardır ve bu kimlikler sıklıkla çatışmalar, trajediler ve kayıplarla şekillenmiştir" (Bainbridge, 2012, s. 13). Oyuncu seçtiği ırkla birlikte onu belirleyecek olan tarihsel bir kimliği de devralır. WoW'un karakter yaratma ve yapılandırma süreci, oyunun genel tasarım vizyonunun bir parçasıdır ve oyuncuları belirli oyun tarzlarına yönlendirmek için tasarlanmıştır. WoW, oyunculara seçeceği ırk, sınıf, cinsiyet ve bağlı olunacak hizip gibi unsurlar konusunda bir özgürlük sağlanmaktadır. Fakat öte yandan yapılan bu seçimler oyunda oluşturulan kimlik ve oynama biçimi üzerinde kalıcı etkiler yaratır; çünkü her ırktan, sınıftan, hizipten beklenen belli algoritmik davranış kalıpları vardır. Oyuncu rekabet dolu bu alanda var olabilmek ve seviyesini arttırabilmek için ırkından beklenen kalıplara uygun düşecek eylemlere ve görevlere girişmelidir. Zira oyun içi ilerleyişte ana ve yan görevler bu ırklara uygun düşecek bir biçimde tasarlanmıştır. Anılan durum bir rol yapma oyunu alan WoW'da kimliğin özgürce belirlenmesini kısıtlamaktadır (Glas, 2013, ss. 39-40).

Buna ek olarak; oyunda seçime açık 11 sınıf (şövalye, büyücü, rahip, avcı vd.) bulunmaktadır (Lorekeeper.net, 2023). Bu sınıflar da yine oyunun hikayesini ve oynanışı belirleyen faktörlerdir. Bütün bu duygusal öğelerle bezenmiş seçim işlemleri, oyuncunun benliğini beslemekte, oyunla daha en baştan duygusal bir bağ kurmasını sağlamaktadır fakat belirtildiği üzere bireyin kimliği üzerinde bir belirlenim baskısı oluşturmaktadır. Birey çevrimdışı dünyada üzerinde hissettiği kimlik baskısını çevrimiçi oyun alanında da hissetmektedir. Üstelik iki farklı fraksiyon halinde mücadeleye girişen bu ırklar yalnızca iyicil veya kötücül olarak belirlenmemektedir. Özellikle Horde'a dahil olan ırkların -tablo 2'de belirtilen- karakteristik özellikleri, görünüşleri ve aksanları, -Avrupalı, Anglo-Sakson- egemen ideolojinin postkolonyal stereotipleştirmelerine referans verir niteliktedir. "Alliance ve Horde arasındaki temel ayrım iyi ve kötü ikiliğinden ziyade, tanıdık ve yabancı, merkez ve çevre gibi postkolonyal ayrımlara dayanır. Oyun, Horde'u

estetik ve kültürel olarak ötekileştirirken, bu ayrımı gerçek dünyadaki toplumsal önyargılara dayanarak yapmaktadır" (Langer, 2008, ss. 87-88). Kapitalizm içinde boş zaman tüketim metası haline getirilen oyun, bu haliyle çevrimdışı dünyadaki egemen ideolojinin tutumlarını yeniden üretmektedir.

Öte yandan, bahsi geçen alanlardaki gözlemler göstermektedir ki; WoW oyununda alana özgü bir jargon bulunmaktadır. Oynayış sırasında sıklıkla tekrarlanan veya ilgili forumlarda sıklıkla kullanılan bazı temel jargon biçimleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1
WoW Oyun Jargonu

Terim	Açıklama
Guild	Oyuncuların birlikte görevler yaptığı veya sosyal bir ortam oluşturduğu klanlardır.
Item	Oyuncuların oyun sırasında topladığı, kullandığı veya ticaret yaptığı her türlü nesneye verilen genel bir isimdir.
Aggro	Bir oyuncunun veya grubun düşman tarafından hedef alınması durumudur.
DPS	Saniye başına düşmana mümkün olan en fazla hasarı vermeyi ifade eder.
Tank	Düşmanı üzerine çekerek ve takımdaki diğer oyuncuları koruyan karakteri belirtir.
Healer	Takımdaki diğer oyuncuları iyileştiren, sağlıklarını koruyan sınıftır.
Buff	Bir karakterin veya grubun belirli bir süre için güçlendirilmesidir.
Raid	Grupların birlikte daha güçlü düşmanlarla ve zindanlarla mücadele ettiği etkinliklerdir.
Loot	Düşmanlardan veya görevlerden kazanılan eşyalar, ganimetlerdir.
XP	Karakterin seviye atlaması için gereken deneyim puanıdır.
Grinding	Oyuncunun bir hedefe ulaşmak için sürekli olarak düşmanları yenmesi veya görevleri tekrarlamasıdır.

Kullanılan terimler yalnızca oyunun oyuncuları tarafından anlaşılacak derecede karmaşık olabilmektedir. Ayrıca bahsi geçen bu jargon, hızlı karar ve aksiyon almanın elzem olduğu WoW alanında, elzem olan bu mobilitayı de sağlamaktadır. Oyuncuların sıklıkla belirttiği "DPS'imiz yetersiz, DPS'imizi

arttırmamız gerekiyor veya yenilmek üzereyiz Tank görevini yapsın" ifadeleri daha seri bir iletişim kurma ve aksiyon almaya örnek olarak verilebilir. Dil önemli bir aidiyet biçimidir çünkü ortak bilince ve kültüre ait emeğin bir çıktısı olmaktadır. Dil ürünü onu ortaya çıkaran topluluk tarafından benimsenmekte ve diğer topluluklardan bir ayrışma aracı olarak görülmektedir. Bir topluluk her kendinden olmayı belirlediği her seferde buna binaen kendi çeperini de oluşturmaktadır. Çevrimiçi oyun alanında jargon, kimliği pekiştiren ve özgün kılan, habitusun çeperini kalınlaştıran bir ifade biçimi olarak dikkat çekmektedir.

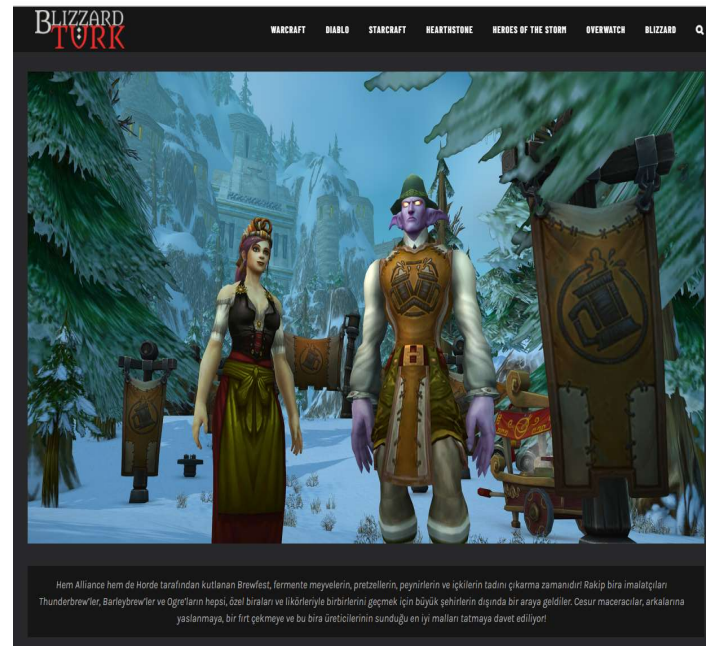
Oyun kavramı tarih boyunca üretilen hikayelerden ve efsanelerden beslenerek ilerlemiştir. Aslında hikâye yaratımı da özünde oyun barındıran bir eylem olarak değerlendirmek yerinde olacaktır. WoW oyununun önemli başarılarından biri de yarattığı evreni yeni hikayeler ile beslemesidir. Eklenen her hikâye, yenilikler içeren bir oynayı serüveni demektir. WoW, 2004 yılından beri oynanan, milyonlarca oyuncuya sahip popüler bir oyundur. WoW düzenli olarak oyuna yeni paketler dahil etmekte ve bunu da oyun içi hikâyenin kronolojik ilerleyişine uygun bir şekilde yapmaktadır. Dolayısıyla oyuncuların dikkatini sıcak tutmakta, onlara yeni kimlik eklentileri sağlamaktadır. Örneğin yakın zamanda eklenen paket olan *Shadowlands* ile oyuna cennet ve cehennem kavramı getirilmiştir. Paketle birlikte ölen bir avatarın -yani oyuncunun- nereye gideceği yıllar içinde sergilediği davranışlara göre belirlenmektedir (Lorekeeper.net, 2023). Bu oyuncu kimliği açısından önemlidir; çünkü cennet ve cehennem kavramı, oyuncunun yıllar içinde sergilediği kimliğinin bir değerlendirmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca gittiği yere göre onu yeni bir hikâye ve mücadele sahaları beklemektedir. Oyun çevrimdışı toplumsal hayatta bireyin varoluşunu belirleyen mitleri (bu örnekte anılan mit cennet-cehennem anlatısıdır) kendi evrenine uyarlamaktadır. Oyun uyguladığı bu yöntem sayesinde bünyesinde oluşan kimlikleri destekleyip, bireyleri tüketimle kimlik oluşturma halinde tutabilmektedir. Bu sayede oyuncu aylık aidatını ödemeye, açıklanan yeni eklentileri/paketleri ve itemleri satın almaya devam edebilmektedir.

Sadece mücadeleye dayalı bir oyun olmayan WoW, oyuncunun seçtiği tarafa göre -alliance veya horde- dahil olabileceği festivaller ve etkinlikler gibi başka sosyalleşme biçimleri de sunmaktadır. Örnek vermek gerekirse; oyunda *Brewfest* adlı, çevrimdışı dünyadaki Octoberfest'i referans alarak her yıl Ekim ayında düzenlenen, *Winter Veil* isimli çevrimdışı dünyadaki Noel zamanında düzenlenen ve *Lunar Festival* gibi Çin Yeni Yılı ile eşzamanlı olarak düzenlenen festivaller/etkinlikler bulunmaktadır. Oyuncular bu festivallerde avatarları aracılığıyla sosyalleşmekte, alışveriş

yapmakta ve çeşitli aktivitelere katılmaktadır (BlizzardTürk, 2023). "Bu festivaller, oyuncuların oyun dünyasında döngüsel ve kültürel bir zaman algısına sahip olmalarına yardımcı olur. Oyuncular bu etkinliklerde çeşitli ödüller kazanırken, aynı zamanda zihinlerinde WoW'u sürekliliği olan bir dünya olarak pekiştirirler" (Krzywinska, 2008, s. 134). Bütün bu aktiviteler oyuncunun mevcut alan içinde oluşturduğu habitusunu destekleyen yeni aidiyetler anlamına gelmektedir.

Görsel 1

Brewfest ile ilgili yayınlanmış bir afiş (BlizzardTürk, 2023)



Blizzard firmasının, *Shadowlands* veya *Brewfest* gibi oyun içi kimliği etkileyen eklentileri, kapitalizmin tüketimi sembolleştiren, idealist bir uygulama haline getiren ideolojisinin dijital bir versiyonu olmaktadır. Çünkü oyunda çok az oyunda görülen bir aida sistemi bulunmaktadır ve oyuncular her ay oyuna 12.99 Euro vermektedir (Battle.net, 2023). Oyunun hikâye örgüsüne yapılan bu eklentiler; yeni trendler, mücadele sahaları, sosyallikler ve aidiyet biçimleri olarak sunulmaktadır. WoW bu sayede oyuncuların tüketim ile kimlik oluşturma arzusunu sürekli tutmayı başarabilmektedir. Oyuncular anılan aidatı ödeyebildiği sürece; duygusal bağ kurdukları bu alanda varlığını sürdürmeye, yeni eklentilerde klan üyeleriyle birlikte var olmaya ve festivaller gibi sosyalleşme/eğlenme alanlarına katılmaya devam edebilmektedir. Oyun kavramı, çalışmanın kuramsal kısmında tartışılan özgün mücadele biçimlerini yitirmekte ve içinde kimlik oluşturma maddi yeterlilik şartına bağlandığı bir tüketim nesnesi haline getirilmektedir. Bahsi geçen durum kapitalist ideolojinin çevrimdışı dünyada bireye dayattığı hal ile benzerlikler oluşturmaktadır. Zira

tüketimle kimlik oluşturan postmodern bireyin en önemli kimlik krizlerinden biri de varlığını diğer bireylerin gözünde görünür ve makbul kılabilmek adına sürekli tüketmeye devam etmek zorunda olmasıdır (Baudrillard, 2019, s. 75). Dolayısıyla uzun sürelelere dayanan bir emek ile mevcut alanda kimliğini oluşturan bir WoW oyuncusu ancak oyunun aylık ücretini ödeyebildiği ölçüde elde ettiği statü ve aidiyeti devam ettirebilmektedir.

Dijital Kimliğin İfadesi Olarak Avatar

Bir alana katılan birey kendini sürekli diğer rakiplerinden farklılaştırma eğilimindedir (Bourdieu & Wacquant, 2014). Birey için bu farklılığı sağlamanın yolu; edindiği sermayeleri diğerlerinden daha güçlü, daha özel hale getirerek sergilemektir. Dijital oyun alanında bu sermayelerin sergilendiği vitrin bireyin avatari; sermayeler ise avatari şekillendiren exisler (itemler) ve ganimetler (lootlar) olmaktadır. Oyun alanında bireyin temsili olan avatar, sergilenen emeğin ve tecrübenin bir belirteci olarak dikkat çekmektedir. Bu emek uzun yılları kapsayabildiğinden dolayı, bir avatar sahibine usta/uzman kimliği kazandırmaktadır. Çünkü yılları kapsayan bir emek -pek çok alanda da olabileceği gibi- saygı ifadesi haline gelmektedir (Kara, 2013 s, 30). Çevrimiçi forumlarda avatar aracılığıyla elde edilen saygı oyuncular arasında sıklıkla konuşulan bir konu olmaktadır. Bu sebeple avatari geliştirmek ve özgünleştirmek, buna binaen bir statü elde etmek oyunun temel motivasyonlarından biri olmaktadır. Oyuncular tarafından forumlarda sıklıkla altı çizilen ve önemsenen oyun içi saygı meselesine dair bir oyuncu şu ifadeleri kullanmıştır:

“Bu oyunda tekrar ve tekrar görev yaptıkça kazanırsın. İtemlerin o zaman güçlenir. İtemlerin ne kadar iyiye diğer oyuncular sana bu oyunda kadar saygı gösterir. Senden korkar. Çünkü ondan daha iyi olduğunu bilir.” (Oyuncu ifadesi 1, Wowhead, 2023).

Bu burumu destekler biçimde; alanda görece yeni olan oyuncuların, daha donanımlı avaturları sahip oyunculara saygı göstermeleri ve öykünmeleri sık karşılaşılan bir durum olarak dikkat çekmektedir (Kara, 2013, s. 85). Öte yandan birey avaturlarını dizayn ederken yeterince özgür olamamaktadır zira WoW alanı, bünyesinde etkin olan sermaye türlerini belirlemekte ve bunları içinde eyleyen bireylere dayatmaktadır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 82). Kapitalist ideoloji aracılığıyla topluma ve bireylere sirayet etmiş olan başarı ve sürekli gelişim/ilerleme mitleri WoW alanında da başattır. Oyuncular WoW’da kimliğini inşa etmek için bir statü ve aidiyet elde etmeyi amaçlamaktadır. Bunu başarabilmenin yolu ise; alanda makbul sayılan avatar görünümünü oluşturmaktan ve bu avatari yine makbul

sayılan item ve lootlarla donatmaktan geçmektedir. Birey bir klanla dahil olmak ve burada da sürekli başarılı halde kalabilmek için kendi arzularından ziyade alanın isteklerini karşılamak durumundadır. Alana egemen olan kapitalist ideoloji, bahsi geçen dayatmanın sağlanması ve sürekli kılınması noktasında klanları işe koşturmaktadır. Micro iktidar alanları olarak klanlar, egemen ideolojinin sürekliliğini sağlama işlevi gören bir baskı/gözetim aygıtı gibi işlev görmektedir. Klanın lideri ve kıdemli yöneticileri, üyelerine nasıl görünecekleri ve nasıl davranacakları hususunda bir iktidar uygular. Forumlarda sıklıkla klanlara üye alımı ilanları açılmaktadır. Bir ilanın altında klan yöneticilerinden birisinin şu yorumu dikkat çekmiştir:

“Bizim gilde katılan oyuncu öyle kafasına göre itemlerini belirleyemez. Bu oyunda başarılı olmak için kullanılacak itemler yapılacak görevler bellidir. Başarıysak bir sebebi var herhalde. Biz yıllardır bu işin içindeyiz. Şimdiden söyliyim arkadaşlar kurallara uymayanın bizim guild de işi olmaz.” (Oyuncu ifadesi 2, BlizzardTürk, 2023).

Yapılan gözlemlerde dikkat çeken bir diğer husus ise; oyunda esas olan emek kavramının kapitalist ideoloji tarafından içinin boşaltıldığı olmaktadır. Çevrimiçi oyunlar kültür oluşturan kamusal alanlar olarak işlev görseler de özünde kapitalizm pratikleriyle bezenmiş birer meta olmaktadır. Kapitalist ideolojide şeye sahip olmak nasıl sahip olduğundan çok daha önemlidir. Warcraft oyununda seviye atlayabilmek için uzun zamana yayılan ve sürekli tekrarlanan görevlere girişmek gerekir fakat bazı oyuncular uzun zamana yayılan bir emek vermektense kimliğini şekillendirecek olan statü ve aidiyeti kısa yoldan elde etmek için bahsi geçen exisleri (item, loot vs.) satın almayı tercih edebilmektedir. Oyuncular arasında oyundaki para birimini gerçek para ile takas etme sıklıkla tercih edilen bir yöntem olmaktadır (Glas, 2013, ss. 88-89). Bahsi geçen forumlarda bu takaslarla ilgili ilanlarla sıklıkla karşılaşmak mümkündür. Fakat kısa yoldan elde edilen bu kimlik fazlasıyla akışkan ve geçici olmaktadır çünkü pratikle elde edilen tecrübeden yoksundur. Satın alınan itemlerle donatılan avaturların gücü ve oyuncunun becerileri paralel ilerlemediği için avatar bir araca dönüşür ve oyuncu karakteri yani kimliği ile yetkin bir bağlantı kuramaz (Tronstad, 2008). Bu durum ayrıca oyundan alınan zevki de azaltmaktadır; çünkü oyuncu ancak avaturlarının kapasitesi ve oyun içi becerisi denge halinde olduğunda kendini tam olarak -oyunda elzem olan- akışa kaptırabilmektedir. Oyun alanında oynanarak var olunmaktadır, klan kültüründe iyi bir oynayışa gösterilen saygı çok daha sağlam temellere dayalı ve kalıcı olmaktadır. Sahip olduğu sermayeler ve bunları kullanabilme becerisi arasında çelişkiler olan bir birey, kısa sürede elde ettiği statü ve aidiyeti yine kısa bir sürede kaybedebilmektedir.

Avatar kategorisinde dikkat çeken bir diğer gözlem ise; avatarın oyun alanında sahip olduğu kimliğin bireyin hal ve davranışlarını etkilediği noktasında olmaktadır. Bu gözlem, çalışmanın kuramsal kısmında tartışılan, Nick Yee'nin (2007) "Proteus Etkisi" olarak kavramsallaştırdığı tespitiyle uyum sağlamaktadır. Oyuncular avatarının verili özelliklerinden ve tasarımından etkilenmektedir. Avatarının Allince veya Horde ittifakına ait olması, Human ya da Orc -veya oyundaki diğer pek çok ırktan- biri olması, oyuncunun iyicil veya kötücül bir tavır sergilemesine, oyunda sabırlı ya da aceleci olmasına sebep olabilmektedir. Zira oyuncu üzerinde yaratılan bu etki; avatarın tavırlarıyla, jest ve mimikleriyle, giyim tarzıyla, sahip olduğu silahlarla da desteklenmektedir. Ayrıca oyuncunun avatar seçimi diğer oyunculara karşı geliştirdiği söylemlere dahi teneffüs edebilmektedir. Görsel 2 incelendiğinde; oyundaki iki temel ırktan biri olan Orc karakterinin kötücül ve vahşi bir görünümde tasarlandığı ve yine bu iki temel ırktan diğeri olan Human karakterinin ise öfkeli ve gururlu - çünkü vatani Azeroth Orc'lar tarafından işgal edilmiştir- bir biçimde tasarlandığı görülmektedir:

Görsel 2

Orc ve Human Karakterleri (Lorekeeper, 2023)



Warcraf, çevrimiçi oyunlarda avatar-kimlik ilişkisinin gözlemlenebileceği önemli bir alan olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca WoW oyunu, Bourdieu'nun kavramsallaştırdığı anlamda, bir alanın dokusunda yer alan kuvvet ilişkilerinin birey habitusuna ne derecede etki edebileceğine de elzem bir örnek olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda yapılan çevrimiçi gözlemlerden elde edilen saha notlarıyla oluşturulan ırklara yönelik karakteristik özellikler tablo 2'de belirtilmiştir:

Tablo 2

İrklara Göre Karakteristik Özellikler

Fraksiyon	İrk	Karakteristik Özellikler
Alliance	Human	İyimser, cesur, inatçı, gururlu, azimli.
Alliance	Dwarf	Dayanıklı, gururlu, geleneklerine bağlı, inatçı.
Alliance	Night Elf	Gizemli, bilge, doğayla iç içe, gururlu, ketum.
Alliance	Gnome	Zeki, meraklı, yaratıcı, mizahi, iyimser.
Alliance	Draenei	İyiliksever, barış yanlısı, sabırlı, bilge.
Alliance	Worgen	Hırçın, öfkeli, güvensiz, onurlu, sadık.
Horde	Orc	Onurlu, savaşçı ruhlu, gururlu, öfkeli, azimli.
Horde	Undead	Soğuk, alaycı, intikamcı, güvenilmez.
Horde	Troll	Vahşi, mistik, çevik, geleneklere bağlı, kindar.
Horde	Blood Elf	Gururlu, hırslı, elitist, büyüye bağımlı.
Horde	Tauren	Barışçıl, bilge, doğayla uyumlu, ahlaklı, dürüst.
Horde	Goblin	Çıkarıcı, pragmatik, zeki, güvenilmez.

Bir oyuncu Orc olduğu için daha hoyrat ve saldırgan bir tavır sergilerken, başka bir oyuncu Night Elf olmasının getirdiği sorumluluklarla daha akli selim sahibi olarak hareket edebilmektedir. BlizzardTürk forumunda oyundaki ırklara göre avatar seçimi üzerine açılan bir sohbete yorum yazan kullanıcı, arkadaşının çevrimdışı dünyadaki kimliği ile çevrimiçi oyun alanındaki kimliği arasındaki farkları şu şekilde ifade etmektedir:

“Benim en yakın arkadaşlarım bile oyuna girip Orc olduğunda canavara dönüşüyor, deli gibi milleti kesiyor. Adam yıllardır bu oyunun içinde dışarıda pamuk gibi ama burada karakterinin kafasına girince Allah ne verdiyse dalıyorum diyor. Gerçekten çok büyük oyun :)” (Oyuncu ifadesi 3, BlizzardTürk, 2023).

Çevrimiçi Toplumsallık: Oyuncu Klanlarında Oluşan Habitus

WoW, birden fazla oyuncunun bir arada hareket etmesini gerektiren ve bir klan (guild) dahil olmayı teşvik eden bir yapıya sahiptir. Takım çalışması özellikle “raid”¹ (baskın) ve “dungeon”² (zindan) görevlerinde elzem hale gelmektedir zira bu tür görevlerde oyuncular bireysel olarak ilerleme kaydedemezler ve başarıya ulaşmak için güçlü bir takım çalışması sergilemeleri gerekir (Bainbridge, 2012, ss. 126-130). Bir klanda her oyuncunun belirli bir rolü ve sorumluluğu vardır; bazı oyuncular saldırı yaparken, diğerleri savunma veya iyileştirme gibi destekleyici roller üstlenir. Klan kültürünü çalışma kapsamında değerli kılan iki tür illusiodan bahsetmek mümkündür; aidiyet ve statü. Aidiyet ve statü kavramı, çalışma boyunca kimlik oluşturma çabasındaki postmodern bireyin temel arzularından ikisi olarak dikkat çekmiştir. Zira bu iki kavram, bireyin başkalarıyla olan etkileşimini anlamlı ve değerli hale getirmekte yani varlığını toplumsal olarak onaylatmasını sağlamaktadır. Günümüz kimliği alabildiğine bireyci ve özgürlükçü anlatılarla kurgulansa da hala kendini onaylatacak bir başka zihne ihtiyaç duymaktadır. Bu postmodern kimlik anlatısının temel paradokslarından biridir. Avatarını oluşturan pek çok birey için temel amaçlardan biri de bir klan çatısı altında mücadele vermektir. Bu yüzden oyuncular avatarlarını bir klan tarafından kabul görececek biçimde donatmak durumundadır çünkü; klanların amacı, güçlü hale gelip rakiplerini yenebilmektir. Klanlar genellikle forumlarda ilanlar vermekte ve ancak istenen şartları karşılayan oyuncuları organizasyonlarına kabul etmektedir. Ayrıca klanların oyuncu alımları sırasında sıklıkla oyunculardan ücret talep ettikleri de gözlemlenmiştir (Wowhead, 2023; BlizzardTürk, 2023). Alan tarafından dayatılan kapitalist ideolojinin bu klanlara da sızdığını söylemek mümkündür. Bourdieu, bir alan içinde “eyleyenlerin kolektif inşa çalışmaları sırasında ortaya attıkları kategorileri kendilerinin inşa etmediklerini”

söylemektedir (2014, s. 20). Dolayısıyla aiatat sistemi üzerine kurulu bir meta olan WoW içinde oluşan klanların da üyelerine maddi koşullar dayatması beklenen durumun dışında değildir.

Çevrimiçi cemaatler olarak tanımlanabilecek klanlarda sınıflı bir sistemin olduğu görülmektedir. Bu yapı çevrimdışı dünyadaki kapitalist güç/statü ilişkilerinin, sosyal normların çevrimiçi oyun alanına uyarlanmış bir halidir. Klanlarda, lider veya liderler, ikincil konumdaki yardımcımlar ve diğer oyunculardan oluşan statüye dayalı bir yapı mevcuttur (Nardi, 2010, ss. 95-108). Statünün belirleyicileri ise, oyunu başarılı bir şekilde oynayabilme, oyun içi sermayelere sahip olma oranı ve tecrübe gibi faktörlerdir. Bu faktörler bireye klan içinde statü olarak yükselme şansı verirken aksi durumda statü düşüşü yaşama riskini de yaşatır. Bir klan liderinin forumda yer alan röportajından bir kesit şu şekildedir:

“Bizim için yönetim önemli konulardan biri, bu doğrultuda daha önce deneyimi olan kişilerin yanında klanımızdan yetişip üst rütbelere çıkan arkadaşlarımız da oluyor. Özellikle klan içinde düzenlendiğimiz turnuvaların katkısı büyük. Klanımızda iki komutan yardımcısı ve dört alt yardımcı daha bulunmaktadır. Yapının önemli noktası ise yönetim ile oyuncularımızın kaynaşması.” (Oyuncu ifadesi 4, BlizzardTürk, 2023).

Her klan liderin yönlendirmesiyle hareket etmektedir; nerede ve nasıl savaşılabacağı, klan üyelerinin avatarlarını nasıl donatması gerektiği gibi konular liderin oyuna bakış açısına ve kararlarına bağlanmıştır. Bir klan katılan oyuncular oradaki kurallara uymak zorundadır. Klanlar, oyuncuların belirli görevleri zamanında yerine getirmelerini, düzenli olarak oyuna katılmalarını ve birlikte oyun içi etkinliklere katılmalarını bekler. Bu sorumluluk duygusu, ve klan üyeleri arasında oluşan karşılıklı bağlılık, oyunu sadece bir eğlence aracı olmaktan çıkarır ve iş birliğine dayalı bir topluluk deneyimine dönüştürür (Nardi, 2010, ss. 95-108).

“Buna rol yapma oyunu diyorlar ama sadece rol yaparak bir yere kadar eğlenebilirsin. Bir klan girip mücadeleyi dibine kadar hissetmen lazım. Gerekirse o görevleri tekrar tekrar yaparak XP kasacaksın gerekirse grinder yapacaksın. Avatarını da klanı uygun yapmazsan başarılı

¹ Raid, genellikle bir grup oyuncunun birlikte çalışarak güçlü düşmanlara karşı savaşmak amacıyla girdiği geniş çaplı bir etkinliktir. Raidler, özellikle çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunlarında yaygındır. Genellikle raidler, tek başına veya küçük gruplarla geçilemeyecek kadar zorlu ve karmaşık olan içerikler sunar (Lorekeeper.net, 2023).

² Dungeon, genellikle bir grup oyuncunun zorlu düşmanlarla karşılaştığı, hazine arayışına girdiği ve çeşitli bulmacaları çözdüğü yer altı veya kapalı mekanları belirten bir kavramdır. Dungeonlar, özellikle çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunlarında yaygındır. (Lorekeeper.net, 2023).

olamazsın. Öyle kafana göre tasarlırsan atarlar adamı klandan...” (Oyuncu İfadesi 5, BlizzardTürk, 2023).

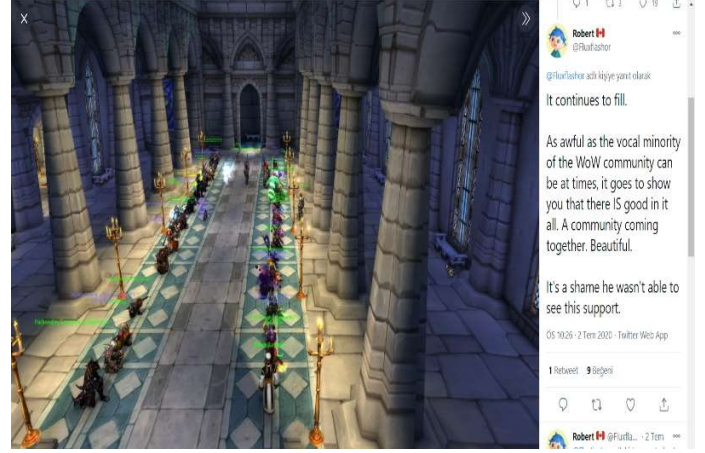
Bourdieu’ya göre bu hiyerarşileri belirleyen ve yönlendiren alandır: “Kuvvet konumlarının nesnel bağıntısı olan alan, mevcut konumları işgal edenlerin kendi konumlarını korumak ya da iyileştirmek için dayatmaya çalıştığı hiyerarşi ilişkilerinin temelinde bulunmaktadır” (2014, s. 87). Eyleyicilerin stratejilerini alanda bulunan özgül sermayeye sahip olma şiddetleri yani alana nerden baktıkları belirlemektedir. Klanlarda otokratik bir yapı mevcuttur. Lider klanı devamlı kılmak ve başarıya ulaştırmakla mükelleftir. Dikkat çeken bir diğer nokta da klanda görece daha az statüye sahip oyuncular tarafından bu ilişkilerin fazlasıyla özümsemiş olduğudur (BlizzardTürk,2023).

Klanlarda statü kadar önemli bir diğer faktör de aidiyettir. Bir klanı dahil olan oyuncu aynı zamanda o klanın adetlerine ve ritüellerine de dahil olmaktadır. Bu andan itibaren oyuncu, bireysel bir ifade geliştirebilme şansını yitirmekte ve karşılığında başkaları tarafından kabul ve takdir edilme arzusunu tatmin etmektedir. Bir alana dahil olmak o alanın dayatmalarına uyum sağlamayı gerektirmektedir. Fakat bunun yanında klanın üyesi olan oyuncuyu bazı avantajlar beklemektedir. Oyunda dünya sıralamaları bulunmakta ve başarılı olan klanlar, farklı platformlarda diğer oyuncular tarafından övgüye layık görülmektedir. Ayrıca bu klanlar postmodern bireylere toplumsal yaşamda elde edemedikleri duygusal aidiyetler de sağlamaktadır. Klan oyuncuları, oyuncunun daha çabuk güçlenmesine yardımcı olmak için birbirleriyle elde ettikleri ganimetleri ve oyunda hayatta kalmak için elzem olan sermayelerini paylaşmaktadır. Ayrıca cemaat şeklinde var olan bu klanlarda çevrimiçi dünyayı aşan bir dayanışmanın da olduğunu görmek mümkündür (Bainbridge, 2012, ss. 126-130). Oyuncular birbirlerinin çevrim dışı hayatlarıyla da yakından ilgilenebilmekte ve birbirlerine maddi, manevi desteklerde bulunabilmektedir. Oyuncu cemaatlerinin oluşturduğu aidiyetin ulaştığı duygusal boyuta çarpıcı bir örnek, gerçekleşen bir olayda da kendisi göstermiştir. 2020 yılının temmuz ayında intihar eden Reckful mahlaslı, Byron Bernstein adlı oyuncu için, WoW oyununda bir yer olan Stormwind Katedrali’nde dijital bir cenaze düzenlenmiş ve günler süren cenaze törenine sadece ölen oyuncunun klanı değil pek çok farklı WoW oyuncusu da katılmıştır. Kısa sürede katedral binlerce oyuncu tarafından ziyaret edilmiş, Reckful’a saygı ve sevgilerini sunmuşlardır. Konuyla ilgili yapılan paylaşımlarda en çok dikkat çeken tema ise oyunun oluşturduğu aidiyet ve birliğe yönelik ifadeler olmuştur. *“We care dude, we care...”* (biz umursuyoruz dostum, biz umursuyoruz...) ifadesi sıklıkla paylaşılmıştır. *“We care”* ifadesiyle medyada Reckful’un ölümünden çok intihar eylemine odaklanılması eleştirilmiş

ve oyuncunun anısına yine oyuncular tarafından sahip çikılmıştır (Wowhead, 2023).

Görsel 3

Reckful’un Cenaze Töreninin Henüz Başları, Stormwind Katedrali (Wowhead, 2023)



Oyuncular anılan bu aidiyeti oyunu oynamayı bıraktıklarında dahi özlemeye devam etmektedir. Bu durum çevrimiçi oyunlarda oluşan klan kültürünün bireyin hayatında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Çoğu birey bu boyutta bir duygusallığa çevrimdışı dünyada ulaşamamaktadır. Uzun yıllar bir klanda yer almış eski bir oyuncunun konuya dair ifadeleri şu şekildedir:

“Oyunun ilk çıktığı zamanlarda başlayıp, Battle chest paketinin yeni çıktığı bir dönemde de bir müddet oynayıp bırakmışım. Şimdi yeniden dönmek istiyorum fakat geri dönmeyi istememdeki amaç o dönemde oyun içindeki guildimizdeki arkadaşlıklara olan özlemim olsa gerek. Tek başıma başlayasım yok.” (Oyuncu İfadesi 6, BlizzardTürk, 2023).

BlizzardTürk forumunda yer alan bu oyuncu sözleri, geç kapitalist kültürde tüketimin fonksiyonel amacını aşması meselesine bir örnek olarak sunulabilir. Tüketim nesnesi olarak dijital oyun, eğlencelik bir boş zaman aktivitesi olmanın ötesinde; bireye aynı edim içinde bulunanlarla bir aidiyet hissi kurduran, onun kimliğini oluşturan ve bu kimlikle kendini görünür kılmayı sağlayan idealist bir uygulamaya dönüşmektedir. Geç-postmodern dönemde tüketimle kurulan bireyci kimlik anlayışı, kendini yersiz yurtsuz hisseden bireylere geçici bir dayanak noktası oluşturmakta fakat özden yoksun oluşu sebebiyle sürekli olamamaktadır. Bahsi geçen durum bireyin kimlikler arasında sürüklenmesine ve varlığına bir anlam atfetme noktasında kargaşaya düşmesine sebep olmaktadır.

Sonuç

Kimlik kavramı postmodernizmle birlikte biçim ve nitelik açısından önemli değişimler yaşayarak görece öznel ve özgür seçimlere dayalı bir yapıya bürünmüştür. Bireylerin ancak tüketici olarak anlam ve değer kazandığı kapitalist kültürde kimlik; toplumun genelini kapsayan, çatı anlatılardan ziyade bireyselliğe dayalı bir hayat tarzı olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat postmodern tüketim kültürü içinde kimlik, her ne kadar bireysellik, bağımsızlık ve özgürlük gibi temalarla kurgulansa da bireyin kendini ifade etme biçimi olması sebebiyle, sergilenmeye ve başkaları tarafından anlaşılıp kabul görmeye muhtaçtır çünkü içeriksel değil biçimsel bir dönüşüm söz konusudur. Tüketimin sembolik bir eylem olarak lanse edildiği bu giderek teknolojikleşen geç-kapitalist kültürde dijital alan, sağladığı interaktivite sayesinde bireylerin tüketme biçimlerini yani hayat tarzlarını daha fazla kişiye ve daha hızlı bir şekilde sergileyebildikleri, yine aynı hızda yeni kimlikler edinebildikleri kamusal bir alan olarak hayatın merkezinde yer almaktadır. Çevrimiçi dijital oyunlar ise dahil oldukları alan itibarıyla bireylere biçimsel bir kimlik oluşturma ve bu kimliği başarıyla paylaşma imkânı sağlayan mekanlar olarak dikkat çekmektedir.

Postmodern birey, çevrimiçi oyun alanına görece daha rahat ve özgür bir biçimde toplumsallaşmak, bireyselliğin yükseltildiği kapitalist kültürde edinmekte zorlandığı aidiyet, statü ve başarı gibi kimlik oluşturunca unsurları edinmek isteğiyle dahil olmaktadır. Zira, özellikle çevrimiçi rol yapma oyunlarını oynayan bireyler, klan olarak adlandırılan cemaat benzeri organizasyonlara dahil olmakta buna binaen başka oyuncularla ortak bir kimlik çevresinde adetler ve ritüeller geliştirebilmektedir. Bu bağlamda çevrimiçi rol yapma oyunları özünde bir meta olmasına karşın pek az tüketim nesnesinde görülebilecek biçimlerde sembolik bir anlam dünyası oluşturulabilmektedir. Öte yandan, çevrimiçi oyunlarda dikkat çeken bu husus, yalnızca kapitalizmin kar arzusuyla, tüketimi giderek sembolik bir eylem haline getirme becerileriyle açıklanamaz. Zira kapitalizmden hatta kültürün kendisinden de önce var olan bir unsur olarak oyun mefhumu, kültürü şekillendiren, bireyleri ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getiren, eylemleri sembolleştiren bir doğaya sahiptir. Akışkan doğasıyla oyun, pek çok eylemin (gezmek, keşfetmek, sevmek, eleştirmek vd.) içine sızmış, bu eylemleri egemen ideolojinin anlatılarından sıyırmış bir mefhum olarak; -özellikle egemen anlatıya alternatif sunan-insan kültürünün özünde yer almaktadır. Bu sebeple oyun postmodern tüketim kültüründe kodlara/algoritmalara hapsedilmiş meta olarak dahi bireylerin eylemlerini kendine çekmeye devam etmektedir. Fakat kapitalizm sadece tüketiciye indirgediği bireyleri değil, oyunun egemen ideolojiye muhalif bir alternatif sunan doğasını da

sömürmektedir. Bu şartlar altında oyun oynama edimiyle kimlik oluşturan birey, oyunun sağladığı alternatif anlatılardan ziyade kapitalizmin tüketim pratiklerini oynamaktadır. Kapitalist kültürün içinden var olan çevrimiçi oyun alanı, onu var eden iktidar ya da sermaye biçimlerinin bağıntıları tarafından kurgulanmaktadır. Zihinsel ve pratik şeması alan içindeki bağıntılar tarafından belirlenen oyuncu, kimliğini her sergilediğinde alana sirayet etmiş kapitalist güç ilişkilerini yeniden üretmektedir.

WoW interaktif yapıya sahip bir mekân olarak, kimliğini oyun ekseninde, dijital alanda oluşturan ve sergileyen bireyleri kendine çeken popüler bir çevrimiçi rol yapma oyunudur. Bağıntılar oluşturan kamusal bir alan olarak WoW, bireylerin avatarları aracılığıyla etkileşime girdiği, micro cemaatler olarak klanlara dahil olabildiği bir yapıdadır. WoW, fantastik bir dünyadaki Alliance ve Horde adlı iki düşman grubun birbirleriyle giriştiği mücadeleler ekseninde, kronolojik olaylar örgüsüne sahip bir oyundur. Bu alana dahil olan oyuncu ilk önce dijital kimliğinin vitrini olacak olan avatarını belirlemek için bu iki gruptan birini tercih etmekte ardından da evrendeki hangi ırktan olacağını seçmektedir. Yapılan bu taraf ve ırk seçimi bireyin çevrimiçi kimliğini ve tutumunu kalıcı olarak sabitlemektedir. Zira oyuncular başarı sağlamak için, seçtikleri ırka ve sınıfa uygun görevler yapmalı ve ilişkiler geliştirmelidir. Oyunun algoritması bireyin sabitlenmiş kimliğine uygun davrandığından emin olmak için bir denetleyici ve yönlendirici olarak hep oradadır. Bu durum, tıpkı çevrimdışı dünyada olduğu gibi, bireyin kimliği üzerinde bir belirleme ve denetlenme baskısı yaratmaktadır.

WoW alanında kimlik oluşturan birey, kendini diğer rakiplerinden farklılaştırma eğilimindedir. Birey için bu farklılığı sağlamanın yolu oyunu oynadıkça elde edilen sermayeler (itemler, ganimetler) olmaktadır. Birey vitrini olan avatarı aracılığıyla ganimetlerini sergilemekte ve bu sayede diğer oyuncuların gözünde bir statü/saygı elde ederek kimliğini onaylatmaktadır zira bu sermayeler oyun mefhumunda esas olan emek ve tecrübenin bir belirtisidir. Fakat birey avatarını tasarlarlarken yeterince özgür olamamaktadır zira WoW alanı bünyesinde makbul sayılan sermaye türlerini belirlemekte ve bunları içinde eyleyen bireylere dayatmaktadır. Ayrıca birey kabul görmek için; kapitalist ideoloji aracılığıyla topluma ve bireylere sirayet etmiş olan başarı ve sürekli gelişim/ilerleme mitlerine uygun hareket etmek durumundadır aksi taktirde diğer oyuncular nezdinde elde ettiği saygıyı ve dahil olduğu klanı içinde elde ettiği aidiyeti kaybetme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Özellikle klanlar bahsi geçen güç ilişkilerinin uygulandığı ve denetlendiği mikro iktidar yapıları olarak işlev görmektedir.

Öte yandan, bahsi geçen sermayeleri elde etmek için uzun

zamana yayılan ve sürekli tekrarlanan görevlere girişmek gerekir. Oyun kavramında esas olan emektir ve emek tecrübe anlamına da geldiği için çevrimiçi oyuncu alanında da önem arz etmektedir. Fakat WoW esasında tüketim kültürü içinde oluşmuş bir meta olduğu için bazı oyuncular bu uzun sürelerle yayılan emeği göstermek yerine bahsi geçen sermayeleri satın almayı tercih etmektedir. Fakat satın alınarak elde edilen bu kimlik sağlam bir temelden yoksun olmaktadır zira tecrübeden yoksundur. Bu durum oyuncunun avatari yani kimliğiyle yetkin bir bağlantı kuramamasına ve diğer oyuncularından elde edilen aidiyet ve saygının kaybedilmesine neden olur. Birey bahsi geçen yetkin bağlantıyı kuramadıkça oyunun akışına da tam dahil olamamaktadır.

WoW, birden fazla oyuncunun bir arada hareket etmesini gerektiren ve bir klan (guild) dahil olmayı teşvik eden bir yapıya sahiptir. Klanlar çevrimiçi oyunlarda oyuncu kimliğini belirleyen temel yapı taşlarından biridir zira bireye ihtiyaç duyduğu başkaları tarafından onaylanma/kabul görme ve aidiyet gibi hisleri sağlar. Klanın yapısına göre lider veya liderler, ikincil konumdaki yardımcıları ve diğer oyuncularından oluşan bir yapı mevcuttur. Bu klanlar çevrimdışı alandaki kapitalist güç/statü ilişkilerinin ve sosyal normların çevrimiçi oyun alanına uyarlanmış bir hali gibidir zira sınıflara dayalı bu sistemde, üstten alta doğru tek aşamalı bir akış dolayısıyla otokratik bir yönetim biçimi vardır. Klanlardaki oyuncuların avatarlarının nasıl görüneceği, bu avatarların hangi sermayelerle donatılacağı, her bir oyuncunun hangi görevleri üstleneceği çoğu zaman tartışmaya yer bırakmaksızın lider tarafından belirlenir. WoW gibi bir rol yapma oyununda bireyin temel motivasyonu; avatarını tercih ettiği kimliğe en uygun şekilde tasarlamasıdır fakat micro iktidar alanları olarak klanlar oyuncuya alana egemen ideolojinin güç ilişkilerini dayatır. Bu noktada bireyin bir klanla dahil olmadan ilerlemesi beklenebilir ama WoW belli bir noktadan sonra ekip çalışması olmadan ilerlemesi güç bir oyundur. Dolayısıyla birey çevrimdışı dünyadaki iktidar biçimlerinden sıyrılma ve kendine alternatif bir gerçeklik ve/veya kimlik inşa etmek için katıldığı çevrimiçi oyun alanında da yine çok benzer baskı biçimleriyle karşılaşmaktadır. Bu durum bireyin halihazırda içinde olduğu kimlik krizini gidermek yerine daha da derinleştirir. Üstelik bireyin sadece aylık ücretleri ödeyebildiği ölçüde mevcut kimliğini koruyabileceği gerçeği alanın zeminine yayılmış bir şekilde varlığını sergilemektedir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Akkaş, İ. (2013). Çok yüzü ilişkiler ağında kimlikler ve sanal cemaatler. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 37-53.
- Alyanak, Z. B. (2014). Etnografi ve çevrimiçi etnografi. M. Binark (Der.), *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri* (ss. 117-163). Ayrıntı Yayınları.
- Bainbridge, W. S. (2012). *The warcraft civilization: Social science in a virtual world*. MIT Press.
- Baudrillard, J. (2019). *Tüketim toplumu* (H. Deliçaylı, & F. Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve müphemlik* (İ. Türkmen, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik* (M. Hazır, Çev.). Heretik Yayıncılık.
- Battle.Net. (2023). World of Warcraft: Subscription- World of Warcraft. <https://eu.shop.battle.net/tr-tr/product/world-of-warcraft-subscription>
- Binark, M., & Bayraktutan-Sütcü, G. (2020). *Kültür endüstrisi ürünü olarak dijital oyun*. Kalkedon Yayınları.
- Black B. (1985). *The Abolition of work*. Ludozofi. <https://www.ludozofi.com/home/library/the-abolition-of-work/>
- BlizzardTürk Forumu. (2023). <https://blizzardturk.com>
- Bocock, R. (2014). *Tüketim* (İ. Kutluk, Çev.). Dost Yayınları.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (2014). *Düşünsel bir antropoloji için cevaplar* (N. Ökten, Çev.). İletişim Yayınları.
- Bozkurt, V. (1999). "Yıkıcı Gemeinschaft" tan "Öteki" siz postmodern kabilelere: Sanal cemaatler. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 3(1).
- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür. İkinci cilt: Kimliğin gücü* (E. Kılıç, Çev.). Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cengiz, Ö., & Cengiz, C. (2019). Etnografi çalışmaları açısından Twitter (H. Hülür & C. Yaşın, Ed.). *Twitter araştırmaları* (ss. 74-103). Ütopya Yayınevi.
- Dot Esports.com. (2024). WoW Player Count: How Many People Play World of Warcraft in 2024? <https://dotesports.com/wow/news/world-of-warcraft-player-count-how-many-people-play-wow/>
- Ege, G., & Koullapis, N. (2011). Online oyun oynamanın sosyal bağlamı: "Warcraft" oyuncular arasındaki sosyal ilişkiler üzerine bir inceleme. *Sosyoloji Dergisi*, 25, 1-20.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve bireysel kimlik: Geç modern çağda benlik ve toplum* (Ü. Tatlıcan, Çev.). Say Yayınları.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

- Gill, S. (2023). *How Many Gamers Are There in 2023? Latest Stats*. Priori Data. <https://prioridata.com/number-of-gamers/>
- Glas, R. (2013). *Battlefields of negotiation: Control, agency, and ownership in world of Warcraft*. Amsterdam University Press.
- Goffman, E. (2020). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar, Çev.). Metis Yayınları.
- Güçlü, A., Uzun, E., Uzun, S., & Yolsal, Ü. H. (2003). *Felsefe sözlüğü*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin durumu* (S. Savran, Çev.). Metis Yayınları.
- Huizinga, J. (2023). *Homo Ludens: oyunun toplumsal işlevi üzerine bir deneme* (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Karaduman, S. (2010). Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(17), 2886-2899. <https://doi.org/10.19168/jyu.49976>
- Kara, U. Y. (2013). *Bilgisayar oyunları, yeni medya ve kimlik: Kuramsal arayışlar* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Kara, U. Y. (2014). *Kimlik oyunu*. İletişim Yayınları.
- Kızıl, U. (2017). *Oyunun özgürleştirici ifadesinin yitimi üzerine*. E. Skop. <https://www.e-skop.com/skopbulten/oyunun-ozgurlestirici-ifadesinin-yitimi-uzerine/3407>
- Krzywinska, T. (2008). World creation and lore: World of Warcraft as rich text (H. G. Corneliusen & J. W. Rettberg, Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of Warcraft reader* (ss. 123-141).
- Langer, J. (2008). The familiar and the foreign: Playing (post) colonialism in world of Warcraft (H. G. Corneliusen & J. W. Rettberg, Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of Warcraft reader* (ss. 87-108).
- Lehdonvirta, V., & Castronova, E. (2014). *Virtual economies: Design and analysis*. Mit Press.
- Lorekeeper.net (2023). *Shadowlands Nedir?* Lorekeeper. <http://lorekeeper.net/kimdir-nedir-shadowlands/>
- Maffesoli, M. (1995). *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society*. Torrossa. <https://www.torrossa.com/gs/resourceProxy?an=5018444&publisher=FZ7200>
- Nardi, B. (2010). *My life as a night Elf priest: An anthropological account of world of Warcraft*. University of Michigan Press.
- Rettberg, S. (2008). Corporate ideology in world of Warcraft (H. G. Corneliusen & J. W. Rettberg, Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of Warcraft reader* (ss. 19-38).
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community, revised edition: Homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve kültür* (T. Birkan, Çev.). Metis Yayınları.
- Stevens, Q. (2007). *The ludic city: Exploring the potential of public spaces*. Routledge.
- Taşkaya, M., & Aydoğan, H. (2019). Advertainment dünyasının 'Oyun'una karşı, eleştirel medya okuryazarlığı. *Ethos: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*. 12(1), 94-131.
- Tronstad, R. (2008). Character identification in world of Warcraft: The relationship between capacity and appearance. (H. G. Corneliusen & J. W. Rettberg, Ed.), *Digital culture, play, and identity: A world of Warcraft reader* (ss. 249-262).
- Wijman, T. (2020). The Global Games Market Will Generate \$152.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market. <https://newzoo.com/resources/blog/the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market>
- Wowhead. (2023). *Community Tributes to Byron 'Reckful' Bernstein*. Wowhead. <https://www.wowhead.com/news=316703/community-tributes-to-byron-reckful-bernstein>
- Yee, N., & Bailenson, J. (2007). The proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*, 33(3), 271-290. doi:10.1111/j.1468-2958.2007.00299.x

Dijital Oyunlarda Yapay Zeka Kullanımı ve 'F.E.A.R' Oyunu Örneğinde Güncel Yönelimler

Use of Artificial Intelligence in Digital Games and Current Trends in The Example of The 'F.E.A.R' Game

Petek SANCAKLI¹ 

¹Maltepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, İstanbul,
Türkiye

Ümit SARI² 

²İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo,
Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, Türkiye



ÖZ

Oyunun insanla etkileşimi tarihin bilinen en eski zamanlarına dek uzanır. Tarihsel süreçte insanların geçirdiği değişimler, hemen hemen her dönem onların oynadıkları oyunları da etkilemiş, insanla beraber oyun da değişmiştir. Teknolojik sıçramalarla bugün gelinen noktada kendi zekasının sınırlarını aşmaya yönelen insan, elindeki imkanları geliştirerek yaşamını daha inorganik bir yapıya taşımaya başlamıştır. Günümüzde insan zekasının taklidini merkeze alan yapay zeka uygulamaları bu inorganik yapıyı besleyen ve insanın gündelik yaşamına entegre olan teknolojilerdir. Çok eski bir geçmişe sahip olmayan bu uygulamalar insan yaşamının normal seyrine gitgide artan bir ölçekle dahil olmaya başlamış ve onun oyun anlayışını da etkilemiştir. Gündelik yaşamda oynanan geleneksel oyunlar yerini sanal ortamda oynanan dijital oyunlara bırakmıştır. Bu bağlamdan hareketle çalışmada, dijital oyun sektöründe yapay zekanın kullanım alanları incelenmiş ve yapay zeka destekli oyun tasarım süreçleri ele alınmıştır. 2005 yılında piyasaya sürülen F.E.A.R adlı oyunun yapay zeka kullanımı analiz edilerek, günümüz dijital oyunlarındaki yeni yapay zeka yaklaşımları tartışılmıştır. Çalışma, literatür taramasına dayalı olarak oyun sektöründeki yapay zeka kullanım eğilimlerini değerlendirmekte ve oyun tasarım sürecinde yapay zekanın sunduğu avantajları ele almaktadır. Çalışmanın amacı, insan yaşamının yadsınamaz bir parçası haline gelmeye başlayan yapay zeka uygulamalarının dijital oyunlarla süregelen yolculuğunu ortaya koyarak, bugün yapay zekanın geldiği noktayı dijital oyunlar ekseninde, var olan yeni eğilimlerle beraber tartışmaya sunmaktır. Dijital oyunların yapay zeka uygulamalarıyla olan etkileşiminin anlaşılması, gelecekte dijital oyun sektörünün geleceği konumu ve insana sunacağı yenilikleri öngörmek açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Dijital Oyun Tasarımı, Yapay Zeka, Oyun Endüstrisi

ABSTRACT

The interaction of games with humans dates back to the earliest known times of history. The changes people have gone through throughout history have affected the games they played in almost every period, and the game has changed along with people. At the point reached today with technological leaps, man has tended to exceed the limits of his own intelligence and has begun to move his life to a more inorganic structure by improving the possibilities at his disposal. Today, artificial intelligence applications that center on the imitation of human intelligence are technologies that feed this inorganic structure and integrate into people's daily life. These practices, which do not have a very old history, have begun to be included in the normal course of human life on an increasing scale and have also affected his understanding of games. Traditional games played in daily life have been replaced by digital games played in the virtual environment. Based on this context, in this study, the usage areas of artificial intelligence in the digital game industry are examined and artificial intelligence-supported game design processes are discussed. The use of artificial intelligence in the game F.E.A.R, released in 2005, was analyzed and new artificial intelligence approaches in today's digital games were discussed. The study evaluates the trends in the use of artificial intelligence in the gaming industry based on literature review and discusses the advantages offered by artificial intelligence in the game design process. The aim of the study is to reveal the ongoing journey of artificial

Geliş Tarihi/Received 28.01.2025
İlk Revizyon/First Revision 24.02.2025
Son Revizyon/Last Revision 07.03.2025
Kabul Tarihi/Accepted 12.03.2025
Yayın Tarihi/Publication 15.03.2025
Date

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Petek SANCAKLI
E-mail: peteksancakli@maltepe.edu.tr
Cite this article: Sancaklı, P., & Sari, Ü.
(2025). Use Of Artificial Intelligence In
Digital Games and Current Trends in The
Example of The 'F.E.A.R' Game.
Communicata, 29, 87-98.



Content of this journal is licensed under a Creative
Commons Attribution-NonCommercial 4.0
International License.

intelligence applications with digital games, which have begun to become an undeniable part of human life, and to present the point where artificial intelligence has reached today, together with the new trends in digital games. Understanding the interaction of digital games with artificial intelligence applications is important in terms of predicting the future position of the digital game industry and the innovations it will offer to humans.

Keywords: Digital Game, Digital Game Design, Artificial Intelligence, Game Industry

Giriş

Tarihi boyunca oyun, insanlar tarafından çeşitli sebeplerle oynanmış ve kendi zaman dilimi içerisinde değişip dönüşerek bulunduğu çağa göre şekillenmiştir. Oyunun insanın bu varoluş hikayesine dek uzanan varlığı onu tarihe tanıklık eden bir öge haline getirmekle kalmamış, döneminin özelliklerini taşıyan bir yapıya da büründürmüştür. Huizinga, en temelde oyun kavramını doğaya benzeyen, ona ait olan, hayvanların davranışlarında bile gözlemlenebilen içgüdüsel bir yönelim olarak tanımlar. Ona göre oyun, insanlığın en eski kültüründen bile daha eskidir. Bu kavrama geçmişten günümüze bir perspektifle bakıldığında, ilkçağ insanların deneyimledikleri olayları canlandırma yoluyla birbirlerine aktarmaya çalıştıkları görülür. Bu canlandırmalar çoğunlukla ritim içermeyen danslardan oluşmaktadır. İlkel yöntemlerle avladıkları canlıların niteliklerini, nasıl avlandıklarını yakınlarındaki diğer insanlara anlatırken taklide başvurmuşlar ve böylelikle farkında olmadan oyunun ve oyunlaştırmanın temelini atmışlardır. Bir nesilden diğerine öğrenme yoluyla geçen bu taklit yöntemi; tarihsel süreç boyunca yaşanan toplumun kültüründen, inancından, gelişmişlik düzeyinden etkilenerek gitgide bilinçli bir hal almış ve günümüz oyun kavramına zemin hazırlamıştır (Huizinga, 2006, s. 50).

Tarihte bilinen ilk oyun olarak kabul gören “Mehen”den¹, günümüz dijital oyunlarına kadar geçen sürede oyun kavramı başkalaşarak, 2000’li yıllardan itibaren yaşanan teknolojik sıçramalarla bugünkü konumuna gelmiştir. Özellikle yapay zeka uygulamalarının insanın gündelik yaşayışının içine entegre olmasıyla birlikte, oyunlar da bu entegrasyondan kendilerine ait payı almış ve yapay zeka uygulamaları gerek oyun üretim süreçlerinde gerek tasarımında aktif bir rol üstlenmiştir. Bu çalışmada, yapay zekanın ortaya çıkış yolculuğundan bugüne dijital oyunların oyun üretim süreçlerine nasıl dahil oldukları incelenerek, yapay zeka ve makine öğreniminin güncel koşullarda dijital oyun sektöründe hangi alanlarda baskın bir rol oynadığı irdelenecektir. Bu konuyu anlamak, ileride geliştirilecek yapay zeka temelli oyunların yönelimlerini görmek açısından

önemlidir. Buradan hareketle çalışma, özellikle son dönem dijital oyunlarda yapay zeka uygulamalarının kullanımının doğrusal makine öğrenimine dayalı tek boyutlu bir katkıdan çok daha ötesine geçtiği savını ortaya koymaktadır. Çalışmada dijital oyunlarda yapay zeka kullanımı tarihsel perspektifte incelenerek, 2005 yılında piyasaya sürülen F.E.A.R oyununda kullanılan yapay zeka tekniklerini analiz etmek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, yapay zekanın oyun sektörüne sağladığı yenilikler, oyuncu deneyimi üzerindeki etkileri ve günümüzdeki yeni yönelimler ele alınacaktır. Buna yönelik olarak “Yapay zeka, oyun tasarım süreçlerinde nasıl bir rol oynamaktadır?”, “Dijital oyunlardaki yapay zeka kullanımına dair güncel trendler nelerdir?” ve “Gelecekte oyun sektöründe yapay zekanın evrimi nasıl olacaktır?” soruları çalışmanın temel araştırma soruları olarak belirlenmiştir. Dijital oyunlarda yapay zekadan yararlanılan aşamaları ve oyun içi yapay zeka kullanımlarını analiz etmek için nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Veriler, oyun içi yapay zeka algoritmalarının mekaniklerini ve işleyişini incelemek amacıyla irdelenmiştir.

Dijital Oyunların Dünden Bugüne Yolculuğu

Dijital oyun kavramı, geleneksel oyun fikrinin yaşanan teknolojik devinimlerle dönüşüp gelişerek “etkileşimlilik, modülerlik, sanallık” vb. gibi özellikler kazandığı bir kavrama karşılık gelir. Dijital oyun, kendinden önceki oyun edinimlerinin izlerini taşısa da, gerek oynandığı ortam, gerek oyuncu odaklı etkileşimliliğiyle geçmişinden ayrışır. Bu oyunlarda oyun, bireyin bireysel ve kolektif çabasına, yönlendirmesine yani eylemlerine bağlı olarak belirlenir. Dijital oyunlar oyunculara sunulurken temel hedef, oyuncunun oyundan keyif almasını sağlayarak onun oyuna olan bağlılığını sürekli hale getirmek ve böylelikle oyun deneyimini süresiz kılmaktır. Burada oyunculara sunulan oyun evreninin, oyuncuyu oyunda tutacak bir amaca hizmet etmesi önceliklidir. Bir amaca yönelik olan, bir hikaye etrafında şekillenen, belirli bir zorluk düzeyine sahip (çok karmaşık oyunların oyuncuyu oyundan düşürmesi, çok kolay oyunların hazzı kısa sürede sağlaması sebebiyle ilgi kaybına yol açması sebebiyle gitgide artan ölçüde zorluk) karmaşık

¹Yaygın bilinenin aksine en eski oyun olarak tanınan Senet’ten daha eski olduğu ortaya çıkan, 4000 yıl önce Mısır’da oynanan mitoloji temelli bir masa oyunu.

(https://www.mastersofgames.com/rules/mehenrules.htm?srsld=AfmBOoqHjBf7GMnCfqf4sqtfClkux-ASO5CoOPaYi_PmMdOBDLCCxng, 2024)

olmayan arayüzle tasarlanmış bir oyunda oyuncu kendini o evrenin içinde hisseder ve oyundaki “avatari” yardımıyla oyunla özdeşim kurar. Oyuncu oyunda bir dijital görünüme sahiptir ve o evrende bir bakıma kendini yeniden yaratır. Mark Hansen, “Yeni Medya için Yeni Felsefe” kitabında bu konuyla ilgili olarak insanın dijital görüntüsünün gerçek olanın değişmez bir temsili olmadığını, bu görüntünün oldukça esnek ve erişilebilir olduğunun altını çizer. Burada ortamdaki etkileşim, sadece insanlara farklı bir görünüm imkanı sunmakla kalmaz, onların düşünsel ve algısal süreçlerini değiştirir, görüntünün bizzat kendisi insan bedeninin onu algılayış biçimi haline gelir (Hansen, 2004, s. 10).

Dijital oyunların oyuncu deneyimini birçok açıdan en üst seviyeye taşıma odaklı bu yapısı, onu güncel teknolojik değişiklik ve yönelimlerin nabzını tutmaya zorlar. Gelecekte insanların hangi tür oyunları oynayacağı ya da gelecek video oyunlarının tasarımlarının neye benzeyeceği konusunda fikir yürütmeden önce geçmiş ve günümüz video oyunlarına eğilmek yerinde olacaktır. Overmars, oyunun son elli yılda geldiği noktada geçirdiği değişimi küresel anlamda yeni bir kültürün yaratılma süreci olarak açıklamıştır. Yazılım ve donanım alanında yaşanan gelişmeler oyunların hız, hafıza ve hareket kabiliyeti yönünden gelişmelerini sağlamış ve bu durum geçmişteki oyunların gelecekte oynadığımız oyunlardan ne derece farklılaşacağını öngörmeyi kolaylaştırmıştır (Overmars, 2012, s. 1). Oyunun tarihsel süreç içerisindeki değişim yolculuğuna bakıldığında, dijital oyun kavramının ortaya ilk çıktığı yıllar insan ve makine etkileşimi üzerine çalışmaların yürütüldüğü 1960’lı yıllardır. MIT’de (Massachusetts Institute of Technology) yürütülen çalışmalar sonucunda ortaya konan ilk oyun olan iki oyunculu ve etkileşim özellikli Spacewar’ dan bugüne, dijital oyun sektörü teknolojik sıçramalarla beraber yadsınamaz bir ticari değer haline gelmiştir. Overmars ayrıca bu son elli yılda, insanların bireysel ölçekte yaptığı oyunların gitgide nasıl şirketleştikten ve bir sektör haline alarak büyük istihdamlar sağladığından bahseder (Overmars, 2012, s. 3).

Günümüz dijital oyunların bütçeleri yüz milyonlara dek uzanan fiyatlandırmalara sahiptir. Öyle ki oyun sektörü, kendi devinimini kendi içinde yaratmış, oyunu yaratan kreatif ekibini bu endüstri içerisinde çalıştırmak üzere eğitmeye dahi başlamıştır. Özellikle son dönemde mobil oyunların artması, oyuna dair sosyal medya platformlarında içeriklerin öne çıkması, Twitch, Tiktok gibi platformlarda bir oyuna dair a’dan z’ye bilgilerinin yer alması kısaca oyuna dair

sınırsız bilgiye süresiz erişim, dijital oyunların hem piyasasını hem de kitlesini büyüttüştür. Bu yoğun talep, kendi içinde yeni ihtiyaçlar doğurmuş ve dijital oyun sektörü farklı oyunculara farklı deneyimleri sunmak için yeni oyun türleri ortaya koymaya başlamıştır. Peki bu noktaya nasıl gelinmiştir? Dijital oyunların atası olarak bilinen ilk dijital oyun 1958 yılında Cambridge Üniversitesi’nde geliştirilmiş olan “tic-tac-toe”dir. Onun peşi sıra, nükleer fizikçi William Higginbotham tarafından geliştirilen “Tennis for Two”, 1966’da Arcade oyunların ilki olarak kabul edilen Periscope’un piyasaya sürülmesi ve ilk kişisel oyun konsolu denilebilecek “Brown Box”ın tasarlanması dijital oyunların piyasaya girişinin bebek adımlarıdır (Laird, 2005, ss. 3-4).

Bu gelişmelerin ardından internetin ortaya çıkışıyla beraber, Atari yapımcılığında piyasaya sürülen “Pong”, büyük ölçekte başarı sağlamıştır. 1980’li yıllarda Pacman ile oyunculara oyunda sahip oldukları karakter üzerinde tam kontrol sağlama imkanı verilmiş ve dijital oyunlara bu anlamda yeni bir nitelik kazandırılmıştır. Nintendo’nun “Donkey Kong”u ve Atari’nin ilk üç boyutlu oyun olarak “Battlezone”u yayınlamasıyla birlikte sektör hareketlenmiş, seksenli yılların arcade oyun furyası pik yapmıştır. Oyun sektöründeki gelişmeler ivme kazanırken, en büyük oyuncu kitlesine ulaşan FPS² oyunları yine 90’lı yıllar içerisinde piyasaya sürülmüştür (Overmars, 2012, s. 5). Özellikle birinci şahıs nişancı türünde Valve Studio tarafından piyasaya sürülen “Half Life”, piyasayı deyim yerindeyse domine etmiş ve bir klasik haline gelmiştir. Bu oyun, hikaye örüntüsüne ve interaktif bir oynanışa sahip olması yönüyle ilkler arasında yerini almıştır. Günümüze yaklaştıkça, bilgisayar odaklı üretilen dijital oyunlar çapını genişleterek, oyun konsolları ve telefonlar için de üretilebilir bir konuma gelmeye başlamıştır. Microsoft’un “Xbox”ı ve Sony’nin “Playstation”ı, dijital oyunları bilgisayar odaklı olmaktan çıkarırken, bilgisayarda oynanan oyunlar, telefonda da oynanabilir olmuştur. Artık insanlar, istedikleri bir oyunu ister bilgisayar ortamında ister konsolda ister telefonda oynayabilir konuma gelmiştir (Overmars, 2012, s. 9).

Dijital oyunların en başında bireysel ölçekte ve basit donanımlı oyunlarla başlayan bu hikayesi, yüzlerce profesyonel yazılım ve donanım ekibinin çalıştığı, üç boyutlu, gerçeğe en yakın tasarımlara sahip oyunların üretildiği dev bir endüstriye evrilmiştir. Bu durum günümüzde o kadar büyük bir küresel ticaret hacmine işaret eder ki, 2018 yılı verilerine göre dijital oyun sektörünün büyüklüğü yüz doksan altı milyar doların üzerinde seyretilmiştir.³ Buradan

²“First Person Shooter” Birinci şahıs nişancı. Oyunun ana karakterin gözünden oynandığı oyunları ifade eder. (https://store.steampowered.com/category/action_fps/, 2024)

³Dijital Oyunlar Raporu. (<https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>)

hareketle denilebilir ki, dijital oyun sektörünün yazılım sektörünün bir parçası olması, yatırım maliyetinin düşüklüğü, hem minör hem majör firmaların kendilerine yer edinebilmelerinin kolay olması gibi özellikleri taşıması bu sektörü dev bir pasta haline getirmiştir. Bu kadar büyük bir pazarda tutunabilmek her oyun şirketi için basit bir iş değildir, fakat özellikle “hyper casual (hiper basit)” olarak bilinen, insanların telefonlarına indirip kolaylıkla oynayabileceği oyunları üreterek görece daha az maliyetle daha kısa sürede bu oyunları piyasaya sürebilmeleri gibi olanakları da vardır.

Burada sistem çoğunlukla şu doğrultuda işlemektedir; büyük ölçekli şirketler, küçük ölçekli olan fakat hızlı büyüme potansiyeline sahip geliştiricileri bünyelerine katarak, piyasadaki yerlerini hem çeşitlendirmekte hem de sağlamlaştırmaktadır. Fakat dijital oyun sektörünün yukarıda da değinildiği gibi bu denli büyük ve kâr tandanslı oluşu, daha önce belirtildiği gibi oyun üreticilerinin teknolojik devinimlere sürekli adapte olmasını zorunlu kılmıştır. Yıllar içerisinde değişen oyuncu beklentileri, şirketlerin oyuncularını tutmak için donanımdan yazılıma birçok alanda yeniliklerin sıkı takibini yapmalarını ve bu yeniliklerin oyun sektörüne entegrasyonunu gerektirir.

Perspektif bu bakış açısıyla günümüz dijital oyunlarına çevrildiğinde; oyun evreninin tasarımı, ara yüz ve oyundaki karakterlerin en gerçek tasvirinin yer alışı oyunlar oyuncular tarafından en çok rağbet gören oyunlardır. Örneğin; “Non - player Character” (NPC) olarak bilinen oynanamaz karakterler ve onların davranışlarının oyun içindeki zorluğu, oyuncunun oyun deneyiminden maksimum seviyede keyif alması için yapay zekâ ile üretilmektedir.

Ayrıca, yapay zekânın dijital oyun üretim sürecine şu anki dahiliyeti yalnızca bu tarz bir örnek sınırlı değildir. Yapay zekâ, oyuncu - avatar modellemeleri, değiştirilebilir hikaye akışı, oyun evreninde gerçeğe en yakın çevresel hareketlerin oluşturulması, oyun içi arama ve strateji planlamalarının yönetimi, oyun yeterlilik testleri, oynanamaz karakterlerin oyun içi davranış öğrenimi, oyun içi içerik geliştirme ve tamamen yapay zeka tandanslı oyun tasarlama gibi alanlarda kullanılmaktadır.

Yapay Zekanın Kısa Tarihi

İnsan, varoluşundan beri her dönem sınırlılıklarını denetlemiş ve kendi beyninin gücüne inanmıştır. Avlanma, hayvanları evcilleştirme, ateşi keşfetme, topraktan kendi üretim malzemelerini oluşturma, tarım devriminin

gerçekleştirilmesi gibi gelişmelerin arkasında bu sınırlılıkların ötesine geçme ve kendi bilgisine güvenme, onu dönüştürme gücü yatmaktadır. İnsanlar, hemen hemen her dönem kendini dünyayı paylaştığı diğer canlılardan düşünme ve muhakeme etme yeteneği yönüne sahip olması yönüyle üstün görmüştür. Tarihçi Yuval Noah Harari, bu konuyu “Hayvanlardan Tanrılara Sapiens” kitabında şöyle açıklar :

İnsanoğlunun beyni bugünlerde çok işimize yarıyor. Çünkü hem şempazelerden çok daha hızlı hareket edebiliyoruz hem de güvenli bir mesafeden onlara ateş edebileceğimiz arabalar ve silahlar üretebiliyoruz. Ama arabalar ve silahlar nispeten yeni şeyler. Gerçekte iki milyon yıldan uzun bir süre boyunca insanların sinir ağları giderek büyüdü, ama başta hiç de böyle değildi. Aslına bakarsanız büyük bir beyin vücutta ekstra yük demektir. Taşması ve enerji sağlaması zordur. Örneğin, bilinen en erken kadın ve erkeğin beyninin hacmi 2.5 milyon yıl önce 600 santimetre küptü. Homo Sapiens’in ise ortalama beyni 1.200-1.400 santimetre küptür, beyni vücut ağırlığının yüzde 2 ila 3’ünü oluşturur. Evrimin daha büyük beyinleri seçmesi, bize basit gelebilir. Yüksek zekamızdan o kadar eminiz ki beyin kapasitemizin daha fazlasının daha iyi olacağını varsayıyoruz. Ötesine geçmenin daha iyi, daha kolaylaştırıcı olacağını. Eğer böyle olsaydı, kedi ailesi de kendi hesap yapabilen kedilerini üretti. Hayvan krallığında, neden Homo Sapiens cinsi bu kadar büyük düşünme makineleri üretebilmiş olan tek cins? (Harari, 2016, s. 22).

Harari’nin de yukarıda değindiği gibi insan kendini hayvan cinsinden ayrı tutarak, kendi beynine, düşünme gücüne ve kapasitesine o kadar güvenmiştir ki bilişsel devrimle beraber, kendine hizmet edebilecek yeni makineler üretmenin peşine düşmüştür. Bu düşüncelerle bugün birçok alanda dört milyar yaşındaki doğal seçim düzeni tamamen değişmeye başlamıştır. Dünyanın farklı noktalarındaki laboratuvarlarda doğanın yasalarının dışına çıkılarak farklı canlılar üretme durumuna gelinmiştir. Örneğin; Fransa’daki bir araştırma merkezinde yeni doğmuş bir beyaz tavşan embriyosuna yeşil bir denizanasının DNA’sı aktararak fosforlu yeşil renkte bir tavşan elde edilebilmiştir. Burada insan kendi bilgi gücünü, diğer canlılar üzerinde denemekle kalmamış; kendisine hizmet edebilecek, kendi sınırlılıklarını ortadan kaldıracak akıllı makinelerin üretimine de girişmiştir. Akıllı tasarımlar ya da daha derin anlatımla insan beyninin kendi üst sınırlarını aşan bir üst beyin düşüncesi günümüzde üç farklı şekilde ilerlemektedir: mühendislik, siborglar ve organik olmayan yaşam (Harari, 2016, s. 390).

Burada kendisini tanrısal bir merkeze alan insan, yazılım ve otonom sistemlerini kendi iyiliğine kullanmak için kolları sıvamıştır. Tarih sahnesinde biraz daha geriye gidip yapay zekanın tohumlarının atıldığı ilk gelişmeler mercek altına alındığında ilk girişim, 1943 yılında ilk yapay sinir ağı denemesini yapan Warren McCulloch ve Walter Pitts tarafından yürütülmüştür. Pitts ve McCulloch, insan beyninin çalışma mekanizmasından ilham alarak elektrik devrelerini kullanmış ve “Elektronik Beyin” olarak adlandırdıkları bu yapay sinir ağı hücresini geliştirmişlerdir. Tasarladıkları bu yapay sinir hücresiyle, herhangi bir mantıksal ifadeyi formüle edebileceklerini ortaya koymuşlardır (McCulloch; Pitts, 1943, s. 117). Bu durumda “Eğer birden fazla hücre olur ve bu hücreler birbirleriyle senkronize çalışırlarsa öğrenme kuralları belirlenebilir mi?” sorusunun üzerinde durmuşlardır. Onların bu çalışmalarından dört yıl sonra Alan Mathison Turing, yapay zeka ile ilgili ilk konferansı gerçekleştirmiş ve oldukça bilinen “Makineler düşünebilir mi?” sorusundan yola çıkarak bir makale yayınlamıştır (Turing, 1950, s. 433).

Özellikle bahsi geçen 1950’li yıllarda “otomatik makineleri yapabiliyorsak insan beyninin benzeri yapay beyinler de üretebiliriz” düşüncesi kendine oldukça yer bulmuştur. Bu alanda benzer düşüncelere sahip olan Allen Newell ve John McCarthy de dönemin imkânları çerçevesinde insana hizmet edecek robotlar yapmayı ve onlara zeka vermeyi başarmışlardır. 1956 yılında düzenlenen yapay zeka temelli konferansta bu yapay beyne “yapay zeka” ismi verilmiş ve bu görece yeni olan bilim alanına ön ayak olmuşlardır. Bu gelişmelerin ışığında ivme kazanan çalışmaların sonucunda önemli yapay zeka programları geliştirilmiş, hatta Japonya bu alanda bir ilki gerçekleştirerek insan benzeri ilk akıllı robotu tasarlamıştır.

Yapay zeka çalışmalarındaki bu yükselen grafik, yapay zekanın öngörülemez bir noktaya gelmesi durumunda olabileceklere işaret eden korku temelli sorgulamalarla da paralellik göstermiştir. Özellikle 70’li yıllarda yapılan girişimler yapay zeka çalışmalarının fonlanmasını olumsuz etkilemiş, bu olumsuz rüzgar yapay zeka çalışmalarının bir süre sessizleşmesine neden olmuştur. Bu dönem kendi içinde “Artificial Intelligence Winter” olarak adlandırılmıştır. Bu süreç 1980’li yıllarda ülkelerin tekrar yapay zeka çalışmalarına hız vermesiyle sona ermiştir (Overmars, 2012, s. 6).

Yapay zekaya dair geliştirilen çalışmalar sürerken, bu kavramın popülerite anlamında ilk kırılma noktası 1997 yılında IBM firması tarafından geliştirilen “Deep Blue” adlı bilgisayarın, ünlü satranç şampiyonu Garry Kasparov’u yenmesidir. Yaşanan bu olay, bilgisayarların insan gibi

düşünebilen hatta insan zekasını yenebilen bir noktaya gelip gelmeyeceği sorularını tekrar gündeme getirmiştir. Burada “insan zekasını yenen bilgisayar” olarak adını duyuran Deep Blue, aslında oyundaki hamleleri ve muhtemel durumları algılayıp, görece basit bir arama algoritması ile kendi hamlelerini üreten bir yapıdadır. Özetle, insan zekasını alt etmek için çığrından çıkmak üzere olan bir teknolojiden çok, diğer bilgisayarlardan hafıza ve işlem gücü anlamında daha gelişmiş olması Gaspárov’u yenme sebebidir.

Aslında yapay zekadan buradaki temel beklenti insan beynine ve zekasına dair özellikleri bilgisayara atfedebilmek ve bunu sağlayacak algoritmaları üreterek, makinelerle problem çözme-çözüm üretme yetileri kazandırabilmektir. Buradan hareketle denilebilir ki yapay zeka, tecrübelerden öğrenen, öğrendiklerini irdeleyip sınıflandırabilen, görüntü şekil ve şemaları tanıyabilecek, zorlu problemleri çözme yetisine sahip, farklı dil ve yönelimleri tanıyıp işleyebilen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Buchanan, 2006, s. 59).

Yapay zekânın öne çıkan en önemli niteliği aldığı veriyi çok hızlı bir biçimde işleyip kullanabilmesi ve kalıcı öğrenmeyi sağlayabilmesidir. Bu öğrenmeyle, insanların sadece uzun yıllar boyunca deneyim ve etkileşim yoluyla elde edebilecekleri bilgileri çok kısa sürede edinmektedir.

Yazının başında yapay zekaya dair ilk girişimlerde yer verilen John McCarthy yapay zekaya dair çalışmalarını “insan kadar zeki makineler yapma bilimi” olarak adlandırmıştır. Ek olarak McCarthy’e göre, yapay zekânın yapabilecekleri insan zekâsının gözlemlenebilir davranışları ile sınırlı kaldığından bu alana dair kötü senaryolar çok da olası görülmemektedir. İnsan beyninin izahsız yönlerinin halen varoluşu ve üretilen yapay zekâ makinelerinin her birinin zeki makineler olmayışı bu soruyu bir noktada iyi bir hal ile cevaplandırmak için şimdilik yeterli durmaktadır. Yapay zekaya dair sorgulamalar devam ederken bu uygulamalar, optimizasyon kapasitesi, uyarınları anlama, hafızaya kaydetme, gruplama, büyük verileri en verimli şekilde işleme ve sorun çözme kapasitesi gibi nitelikleriyle insan yaşamına gitgide entegre olmaktadır.

Özellikle 2000’li yıllara yaklaşıldığında yapay zeka barındıran makinelerin kullanım alanları insanların evlerine kadar girmiştir. Şu anda güncel olarak evlerde kullanılan kendi kendine süpürebilen elektrikli süpürgelerin atası olan “Roomba” bu yılların başında üretilmiştir. Ardından Instagram, Facebook, X gibi uygulamalar yapay zekayı bu uygulamalara dahil ederek kullanıcı yönelimlerini belirlemiş ve reklama dayalı algoritmalar geliştirmeye başlamışlardır (Acar, 2020, s. 15). Otonom hareketleri anlayan “Google Now” gibi eklentiler ortaya çıkmış ve 2011’de Apple’ın kendi telefonlarına entegre ettiği sanal asistan “Siri” ile yapay zeka

insanın cep telefonuna girmiştir. Amerika tandanslı şirket Serve Robotics Inc. Uber ile anlaşmaya vararak robot kuryeleri kullanıma açmış, Elon Musk sürücüsüz araçları “Cybercad ve Robovans’ı” tanıtmıştır. Günümüze doğru geldikçe 2019 yılında OpenAI tarafından GPT 2⁴, ardından GPT 3, 2021’de de DALL-E⁵ duyurulmuştur. Şimdilerde ise insanlar ChatGPT’ye hayatlarına dair nasıl bir yol çizeceklerini sorabilecek kadar yakınlar.

Bahsedildiği gibi yapay zeka teknolojilerinin insanla bugünkü bu içli dışılığının oyun sektörüne dahil oluşuysa 92-93 yıllarına denk düşmektedir. 1992 yılında çıkarılan “Wolfenstein 3D” adlı oyun ile yapay zeka, oyuncular için alternatif bir evren yaratmıştır. Dijital oyunlar başlığında bahsedilen Arcade oyun furysı döneminde kullanılan yapay zeka materyalleri günümüzde dijital oyun üretim sürecinin birçok aşamasında kendine yer bulmuştur.

Dijital Oyun Tasarımında Yapay Zekanın Kullanım Alanları ve Yeni Yönelimler

Satranç oyununda insan zekasına galip gelen yapay zeka programından bu yana yapay zeka uygulamaları dijital oyun üretimlerinde kendilerine yer bulurken, bu alandaki yeni yönelimleri yakalamak için, hangi aşamalarda yapay zekanın kullanıldığına bakmak gereklidir. Dijital oyunların pek çoğu zaten halihazırda bir çeşit yapay zeka içerir. Dijital oyun geliştiricileri, oyunculara etkileşimli deneyimler sunmak üzerine çalışırlar. Bu deneyimler oyun içi grafikler, ses düzenlemesi, bir oyunun oynanış zamanlaması, oyunun anlatısı, zorluk derecesi, rakipler gibi oyuncuyla doğrudan etkileşime giren bir dizi unsurun kümülatif etkilerinden meydana gelir. Burada yapay zeka uygulamaları devreye sokularak, tasarımcıların oyun dinamiklerinin karmaşık yapısını koordine edebilmeleri kolaylaştırılmaya çalışılır. Yapay zeka teknolojilerinin sağlamış olduğu bu imkanlar, onun 2026 yılında yaklaşık 314 milyar dolara ulaşması öngörülen oyun sektörü piyasası için yerini sağlamlaştırmıştır (Balhaus vd., 2022, s. 17). Peki dijital oyunlar tasarlanırken spesifik olarak hangi alanlarda yapay zeka uygulamalarından yardım alınmaktadır?

Görüntüyü Yapay Zeka ile Düzenleme veya İyileştirme

Özellikle günümüzde, tasarlanan 3D grafiklerin oyun evreni için olabilecek en gerçekçi versiyona dönüşmesini sağlayan yapay zeka temelli derin bir öğrenme sistemi üzerine çalışılmaktadır. Bu amaçla geliştirilen sinir ağları, süreç içerisinde test edilmiş, Los Angeles ve Güney Kaliforniya’da var olan gerçek manzaraları çok detaylı bir şekilde yeniden oluşturabilme kapasitesine sahip hale getirilmiştir. Geliştirilen bu sinir ağları, Grand Theft Auto 5’t⁶ kullanılmış ve oyun için tasarlanan 3D görüntüler, reel yaşamdaki Los Angeles manzarasının birebir tasviri olabilmektedir. Oyunun son sürümüne bakıldığında, karaktere görece uyarlanabilir tetikleme, oyun içi dokunsal geri bildirim, pürüzsüz 3D görsel, tempest 3D ses⁷ gibi özelliklerle oyun içi deneyim yükseltilmiştir. Buradan hareketle denilebilir ki en gelişkin görüntü geliştirme yapay zeka algoritmaları, yüksek düzey 3D tasarımları gerçek yaşamdaki örneklerine birebir uyarlayabilmektedir. Oyunda yapay zeka kullanılarak görüntü iyileştirme imkanı zaten var olan klasik oyunların güncellenmesi şeklinde de kullanılabilir. Bu algoritmaların ardında yatan fikir, düşük çözünürlüklü görüntülerin bakıldığında aynı görünen ama çok daha fazla piksel taşıyan bir versiyona yükseltilmesi düşüncesidir. Bu işleme “AI yükseltme” adı verilir (Millington vd., 2009. s. 7).

Şekil 1

*Unreal Engine Landscape design (Realistic Pine Forest)*⁸



⁴Generative Pre-trained Transformer III. Üretken Ön İşlemeli Dönüştürücü. Yapay zeka araştırma laboratuvarı OpenAI’ın ürettiği insanların yazdığı metinlere benzer içerik üretmek için derin öğrenmeyi kullanan dil modeli.

(<https://www.ibm.com/think/topics/gpt>, 2024)

⁵OpenAI tarafından dört yıl önce piyasaya sürülen metinsel öğelerden görsel oluşturan yapay zeka programı.

(<https://openai.com/index/dall-e/>, 2024)

⁶Bilinen adıyla GTA 5, iki boyutlu olarak tasarlanan ve yıllar içinde geliştirilen tek ve çok oyunculu modlara sahip oyunun bilinen en

son hali. Bu versiyonda önceki güncellemelerden farklı olarak oyundaki üç ana karakteri yönetme özelliği sağlanmış ve oyun mekanikleri düzeltilerek oyun serisinin dinamizmi yükseltilmiştir. (https://store.steampowered.com/app/271590/Grand_Theft_Auto_V/ 2024)

⁷Sesin 360 derecelik bir oranda simüle edilerek, her yönden algılanmasını sağlayan teknoloji. (<https://headlinerhub.com/ps5-to-launch-with-tempest-3d-audiotech-headsets.html>, 2024)

⁸Unreal Engine Resmi Web Sitesi (2024)

<https://www.unrealengine.com/en-US>

Oyunun Seviyesini Oluşturma

Oyun düzeyinde içerik oluşturma meselesi ise, “PCG” yani “Prosedürel İçerik Üretimi” olarak bilinir. Buradaki işlem, herhangi bir insan müdahalesi olmadan tümüyle otomatik olarak oyun öğeleri oluşturmak için algoritmaların kullanılmasıdır. Geliştirici ekip, Unreal Engine programı içerisinde kendi prosedürel içerikleri oluşturma imkanına bu araç seti içinde sahiptir. Bu ortam, büyük ve karmaşık açık evren tasarımlarının yapılabilirdiği, oyunda yeni oyun seviyelerinin oluşturulabilirdiği gelişmiş bir yapay zeka algoritmasıdır. Yukarıda belirtildiği gibi özellikle açık dünya ve açık harita oyunlarında kullanılan bu algoritma, oyun içi değişikliklerin seri ve pürüzsüz bir biçimde yapılmasına olanak sağlar, hem tasarım hem geliştirme aşamasında zaman ve bütçeyi optimize eder. Bu şekilde tasarlanan oyunlara “No Man’s Sky”⁹ örnek olarak gösterilebilir. Bu oyun, oyuncu oyunu oynarken aynı anda sonsuz permütasyonda yeni seviye üretebilen yapay zeka tandanslı bir oyundur.

Oyunun Kendine Özgü Hikayesinin Yaratımı ve Senaryo Aşaması

Dijital oyunlarda yapay zeka algoritmalarının kullanımı tek başına, oyun için üretilecek anlatıları yaratmak için de kullanılmaktadır. Burada amaç, oyunda etkileşimli bir hikaye oluşturarak, oyuncuların kendi eylemleri ve yönlendirmeleriyle dramatik bir senaryo kurgulamalarına olanak sağlamaktır. Peki burada yapay zeka algoritmaları tam olarak ne yapar? En basit anlatımıyla bu programlar metin analizi yöntemini kullanarak önceden öğrenilen olaylara dayanan senaryolar oluşturur. Bu uygulamaya en güncel örnek OpenAI tarafından yaratılan “AI Dungeon 2” oyunudur. Bu oyunda OpenAI’nın geliştirdiği GPT 2 modeli kullanılarak oyun içinde hayal ürünü hikaye yaratımı imkanı sunulur, oyun oyunculara kreatif hikayeler üretme olanağı tanır. Böylelikle hikayenin gidişatında sonucu değiştirecek seçimler yapabilme özgürlüğüne sahip olunur. Oyuncular oyunu oynadıkça yapay zeka oyuna dair etkileşimleri analiz ederek aldığı yanıtlara göre oyuncunun bir sonraki adımını şekillendirecektir. Bu oyunda kullanılan algoritma “Kendi Maceranı Kendin Yarat ya da Onu Seç” mantığı yürütülerek oturtulmuş ve oyuncuyu hikayenin özelleştirilmesi ve gidişatı yönünden yapay zeka ile etkileşime sokarak oyuncu deneyimini arttırmak için kullanılmıştır.

Yapay Zeka ile Oyun İçi Karmaşıklık Azaltıp Dengelemek

Dijital oyun üreticileri, oyun içindeki deneyimi güçlendirerek gerçeğe en yakın olan sürükleyici hikayeyi üretmek ve bu yolla oyuncuyu oyuna çekmek için bahsedildiği gibi birçok yöntemi bir arada kullanır. Çünkü oyuncuya reel dünyadaki gerçekliği sağlamak yani gerçek dünyayı bir oyun içinde modellemek oldukça komplike bir iştir. Tam da bu noktada yani dijital oyunu gerçeğe en yakın biçimde yaratmada oluşabilecek karışıklıkları önlemek için yapay zeka algoritmaları konuya dahil edilir. Bu algoritmaların en temel katkısı, karmaşık sistemleri hızlı bir biçimde modelleme özelliklerinin bulunmasıdır.

Yapay zeka algoritmaları bunu oyuncunun hareketlerinin gelecekteki sonuç ve etkilerini tahmin ederek yapar. Oyun içi oluşabilecek karmaşıklık dengellemek adına duyguları, ya da ortamın atmosferini modelleyebilir. Bu uygulamanın en popüler örneği FIFA oyunun “kariyer modu”dur. Burada bir futbol takımındaki futbolcuların özellikleri yapay zeka algoritmalarıyla saptanır ve bu özelliklere göre takım kimyası puanı hesaplanır. Ardından takım morali, oyun içinde yaşanan olaylara göre (top kaybı, doğru zamanda pas verme ya da topu ayakta tutma vb.) minimumdan maksimuma doğru sıralanır. Bu şekilde daha iyi futbolculara sahip olan takımların, takım morali düşüklüğü sebebiyle görece daha kötü kadrolara karşı maç kaybetme olasılığı olabilir. Bu noktada yapay zeka, oyun içindeki karmaşıklık katmanını optimize etmek için kullanılmıştır.

Yapay Zeka Yardımıyla Oynamayan Karakterlere (NPC) Zeka Ekleme

Günümüzde güncel dijital oyunların çoğunda oyuncuların oyun içi rakibi önceden programlanmış “NPC”lerdir. Yapay zeka algoritmalarıyla birlikte, bu karakterler bir adım daha ileri taşınarak zeka eklenebilir duruma gelmiştir. Bu özelliğin getirilmesindeki amaç, NPC’lerin oyun içinde daha az öngörülebilir olmalarını sağlamak, bu yönüyle oyunun rekabet gücünü arttırarak oyun içi deneyimi yükseltmektir. Bu özellik, NPC’lerin görece daha akıllı hareket etmelerine ve oyun içinde ilerledikçe oyun şartlarına öncüsüz yanıtlar vermelerine olanak sağlar (Linden vd., 2013, s. 2).

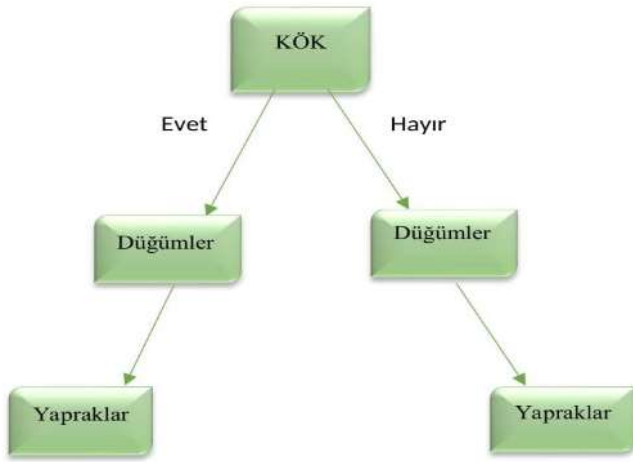
Günümüzde bu tarz bir teknoloji üzerinde çalışan Kaliforniya merkezli Amerika’nın bilinen büyük oyun şirketlerinden biri olan Electronic Arts şirketinin ekibi, oyunlardaki en iyi oyuncuların oyun oynama stillerini taklit etme yoluyla NPC karakterlerini eğitmeye başlamıştır. Bu şekilde, NPC

⁹ Playstation 4 ve 5 platformları için geliştirilen açık dünya

dünya oyunudur. (<https://www.nomanssky.com/>, 2024)

karakterlerinin kodlanma sürecinden zaman ve iş tasarrufu sağlamak hedeflenir. Bu amaçla NPC'lerin davranışları kural tabanlı ve sonlu durum makineleriyle programlanabilir. Geliştiriciler, oyuna belli ölçüde öngörülemezlik unsuru katabilir ve geliştirme çabası için "Fuzzy Logic"ten yani "Bulanık Mantık¹⁰"tan yararlanabilir (Cintula vd., 2021, s. 1106). Hatta dijital oyunların programlamadaki ilk kullanım şekillerinden biri NPC'lerin davranışlarını tanımlamaya yarayan "A* Yol Bulma Algoritmaları"dır. Buna benzer şekilde birçok popüler oyun üretilirken, "genetik algoritmalar, karar ağaçları, takviyeli öğrenme yöntemleri ve (derin) sinir ağları," gibi deterministik olmayan yöntemleri kullanır. Yöntemleri irdelediğimizde, bu yöntemlerden biri olan "Karar Ağaçları", sınıflandırma ve istatistik yapmaya yarayan denetimli öğrenme modelleri olarak bilinir. Oyun tasarımında kullanılan en temel makine öğrenimi yöntemlerinden olan ve seçimleri ya da sonuçları tanımlamak için kullanılan karar ağaçları oyuncuların seçimlerine bağlı olarak bir sonraki aşamanın nasıl olacağına dair içgörüler sağlar. Özellikle anlatıya dayalı oyunlarda kullanılır (Barros vd., 2013, s. 660).

Şekil 2
Karar Ağacı Şeması¹¹



Oyun Tasarımında bir başka yöntem de "Derin sinir ağları"dır. Bu yapay sinir ağları, eğitilerek verilerden bilgi edinebilen insan, benzeri bir mekanizmaya sahiptir. Geniş bir veri alanını, karmaşık reel dünya veya oyun senaryolarını modelleme yeteneği vardır. Oyun içi tasarımda klasik yapay

zeka tekniklerinin hatalarını vermez ve reel zamanlı olarak değişkenlik gösteren oyunlara uyumluluk gösterir (McCulloch, 1943, s. 117).

Yapay sinir ağlarına bağlı oyun araçlarında öğrenme iki yolla gerçekleşir : "Çevrimdışı ve Çevrimiçi" : Çevrimdışı yani bir oyunda görevlendirilmeden önce, çevrimiçi yani oyun sırasında gerçek zamanlı olarak.

Tüm bunlara ek "Genetik algoritmalar"da oyun tasarımında genellikle optimizasyon işlemleri için kullanılır. Özellikle oyun içinde oynanamaz karakterlerin yani NPC'lerin oyundaki oyuncuların hamlelerini anlamalarında ve ona göre savunma geliştirmelerinde genetik algoritmalarından yararlanır. Bu şekilde oyunda oyuncunun devamlı bir hakimiyet kurmasının önüne geçilir, rekabet yaratılarak, oyunun zorluk derecesi artırılır.

Kullanılan son yöntemse "Takviyeli öğrenme"dir. Deneme yanılma yoluyla öğrenmeyi kapsayan bir makine öğrenme yöntemi olan bu yöntem, oyun içinde NPC'lerin bilinmeyen ortamlarda nasıl karar vereceğini bulurken kullanılır. Bu yöntem, oyun tasarımında oldukça yaygındır ve oyunlar bu algoritmaları test etmek için biçilmiş kaftandır. Bu tarz pekiştirmeli öğrenmeyi kullanan en popüler oyunlar masa oyunu tarzı oyunlardır, bunlara örnek olarak "AlphaGo"¹² verilebilir. Ama tek başına üst segment bir oyunu oynamak için yeterli olmayan pekiştirmeli öğrenme yöntemi genellikle derin öğrenme gibi diğer yapay zeka yöntemleriyle kullanılır.

Yapay Zeka Tabanlı F.E.A.R Oyunun İncelenmesi

Dijital oyun tasarımında yapay zeka uygulamalarının hangi aşamalarda kullanıldıklarına yönelik olarak yapılan irdelemelerin yanı sıra, günümüz popüler dijital oyunlarında hangi tür yapay zeka algoritmalarının kullanıldığını incelemek yapay zekanın dijital oyun tasarımı içerisindeki yerini daha net görmek açısından önem taşır. Tasarlanma aşamasında yapay zekadan faydalanan ilk ve en popüler dijital oyunlardan biri olan "F.E.A.R" oyunu bu konuya örnek olarak verilebilir.

2005 yılında piyasaya sürülen, ana oyuncunun yaratıklarla veya robotlarla savaştığı birinci şahıs nişancı oyunu olan F.E.A.R., psikolojik korku türünde bir oyundur. Oyunu

¹⁰ Bulanık mantık, Lotfi Zadeh tarafından ortaya atılan bulanık kümeler teorisi bağlamında ortaya konmuş bir modeldir. Belirsiz veya kesin olmayan ifadelerle mantıksal akıl yürütmeyi amaçlar.

¹¹ Karar ağaçlarındaki ilk hücreye "kök" denir. Her bir gözlem kökteki koşula göre "evet-hayır" olarak ayrılır. Kökün altında düğümler bulunur. Her bir gözlem düğümlerce sınıflandırılır. Düğüm sayısı arttıkça modelin karmaşıklığı artar.

En alttaysa yapraklar yer almaktadır.Yapraklar işlemin sonucudur. (<https://www.ibm.com/think/topics/decision-trees>, 2024)

¹² Londra menşei DeepMind Technologies şirketi tarafından geliştirilen ve Go adlı masa oyununu oynayan bir bilgisayar programıdır.<https://deepmind.google/research/breakthroughs/alphago/>, 2024)

tasarlayan kreatif ekip, oyun içinde bağlama duyarlı yapay zeka geliştirmiştir. Bu yapay zeka, ana oyuncuya koruma sağlamak oyun için kaçmaya yönelik kapı ve pencereleri zorlama davranışına yöneltme ve bir sonraki hamleleri için diğer oyuncuları atacakları adımlar konusunda uyarma gibi özelliklere sahiptir. Oyun neredeyse yirmi yıldan fazla bir geçmişe sahip olmasına rağmen kendi kulvarında yapay zeka kullanımının en iyi örneklerinden biri olarak kabul görür. Fear, aynı zamanda oyun tasarımında yapay zeka tekniklerinden “otomatik programlama”yı kullanan ilk oyundur (Orkin, 2006, s. 3). Otomatik programlama, oyun içinde belirli hedeflere ulaşmak için çeşitli stratejilerin geliştirilmesine odaklanan yapay zekanın bir dalıdır. Oyun, tasarımında basit robotları çalıştırmak için kullanılan “STRIPS”¹³ (Standford Araştırma Enstitüsü Problem Çözücü”leri örnek almıştır (Fikes vd., 1971, s. 189).

Oyun, kendi içinde NPC'lere kendi stratejilerini maksimum seviyede planlamalarına olanak tanır. Nereye gideceklerinden, nereye ateşleyeceklerine, kaçmaları gerektiğinde nereye sığınacaklarına kadar. Bu bir bakıma, oyun içi planlamada bu karakterlere ulaşmak istedikleri hedefleri vermek demektir. Fakat karakterin bu hedefleri sağlayabilmesi için, karakterin oyun evreni içindeki tüm olası eylemlerinin modellenmesi gerekir (Orkin, 2006, s. 4). Hangi eylemler birbiriyle uyumluysa, bunlar bulunarak hedeflere yönelik planlamalar yapılabilir.

Oyun içindeki her eylemin gerçekleşmesi için belli bir önkoşula ihtiyaç vardır ve bu önkoşula sahip eylem belirli bir etki yaratır. Örnekleme gerekirse, oyun içinde bir karakter bir nesneye doğru koştuğunda, nesnenin arkasına geçip o nesneyi kendi için siper olarak kullandığında bu eylemlerin gerçekleşmesi için belirli ön koşulların sağlanmış olması gerekmektedir. Bakıldığında, oyuncu hali hazırda algılayamadığı bir nesneye koşamaz, onu kendine siper edemez çünkü o eylemin ön koşulları yapay zekaya bunun mümkün olmadığını zaten öğretmiştir. Oyun, oyuncunun oyun evreni içinde bir saldırı planı yaptığında onun hareketlerin pürüzsüz sağlanması için “sonlu durum makineleri”ni¹⁴ kullanır. Bu oyunda yapay zekanın başarılı bir şekilde yaptığı diğer konu, oyundaki her eylemin (ayakta silahla ateş etmek, başka yöne yönelip koşmak, bir nesneyle iletişime girmek vb.) animasyon olarak tasarlanmasıdır (Brand vd., 1983, s. 323). Ayrıca oyunda neredeyse tüm karakterler için aynı yapay zeka kullanılmıştır. Oyundaki

farelerden, zırhlı askerlere kadar. Bu tarz bir yapay zekanın kullanılmadığı tek karakter oyun evreni içinde dövüş deneyimine katılmayan “Alma”dır (Wagner vd., 2006 , s. 98).

Ayrıca oyundaki oyun içi tüm etkileşimler, oyunun tasarlanma aşamasında önceden belirlenmiştir. Geliştiriciler, oyunu tasarlarlarken yapay zekayı nerelerde ve hangi ölçekte kullanacaklarını detaylı bir yol haritasıyla şekillendirmişlerdir. Örneğin, oyundaki iki asker birbirlerinden haberdar olmasalar bile sanki birlikte çalışıyormuşçasına görünebilirler. Bunun altında yatan sebep, oyundaki her iki karaktere, bir araya getirildiğinde işbirliği hissi veren hedefleri gerçekleştirilmelerinin söylenmiş olmasıdır. Bunu biraz açmak gerekirse, bir karakter gizli bir noktadan bir diğerine ateş ettiğinde diğeri ana oyuncunun gözünden onun tarafına doğru yönelecektir.

Bu başlangıçta oyun içi planlanmış bir durum gibi görünür ama aslında karakterler bunu birbirlerinden bağımsız olarak yaparlar. Geride bırakılan bunca yılda F.E.A.R oyununda kullanılan düşman karakterlerin yapay zekası, oyun içi çatışma hissi ve oyun dinamikleri günümüzde halen oldukça başarılı kabul edilmektedir. Kullanılan bu yapay zeka uygulamaları, oyuncuya reel bir his oluşturarak oyunu oynayan insanların oyun için gerçekliği benimsemesinde ve kendilerini oyun evrenine ait hissetmelerinde böylelikle oyunun ana karakteriyle özdeşim kurarak, bu evrende daha uzun süre kalmalarında oldukça etkili olmuştur. Bu açıdan oyun sektörüne katkı sağlamış ve aynı etkiyi almak üzere bu oyunda kullanılan yapay zeka uygulamaları kendinden sonra gelen birçok oyuna ilham olmuştur.

Yeni Yönelimler

Dijital Oyun sektörü, oyun üretmek ve geliştirmek için büyük bütçe ve zaman ayırır. Ve bu sürecin nihai sonucunda da oyunun, oyuncular tarafından benimsenmeme riski hep vardır. Bu riski azaltmak ya da önlemek için oyun tamamlandıktan sonra bazı yazılım ve odak grup testleri gerçekleştirilir. Bu süreç tek bir oyun için bile olsa hem zaman hem de maliyet açısından külfetlidir. Yapay zeka daha önce de değinildiği üzere, oyun şirketlerinin oyun geliştirirken zamandan ve bütçeden tasarruf yapmasını sağlayan en önemli araçlardan biridir. Bu durum oyun sektörü piyasasında rekabetçiliği arttırırken, yeni yönelimleri de zorunlu kılmıştır. Bu rekabeti kızıştıran en önemli

¹³ Bir hedefi yakalamak için bir problemi ilerleterek çalışan otomatik bir planlama tekniği. Bu teknikte öncelikli olarak bir oyun dünyası tanımlanır, ardından bir problem seti kurulur. Bu set bir probleme, bir hedefe ve bir başlangıç durumuna sahiptir.

¹⁴ Finite State Machine. Mantıksal bir çerçeve içerisinde

hafızaya sahip bir sistemi soyut olarak temsil etmek üzere kullanılan model. (<https://www.javatpoint.com/finite-state-machine>, 2024)

olgulardan biri, oyuncu deneyimidir. Oyun sektörünün satış hacmi ve pazarlama başarısını etkiler. Yapay zekanın sağladığı daha reel bir oyun evreni ya da oyun adaptasyonunu amaçlayan oyun hikayesi oyuncuyu oyunda tutar ve oyun deneyimini sürdürür (Yannakakis vd., 2009, s. 122). Yapay zeka ile birlikte üretim süreci kolaylaştırılarak seviyeler, görevler, müzik, evrenin tasarlanması gibi adımlar oyun üreticileri için daha hızlı yapılandırılmaya başlar. Günümüze bakıldığında, yapay zekanın belirtilen alanlarda (öğrenme, adaptasyon, karakter gelişimi vb.) var olan seviyesinin üstüne çıkarılması hedeflenmektedir. Burada istenen, statik pozisyonda olmayan, oyun oynadıkça gelişen unsurlarla oyunu oluşturabilmektir. Oyundaki NPC'lerin daha gerçekçi ve oyun esnasında geliştirilebilir olması, oyuncunun eylemlerinin tahmin edilmesi daha zor bir noktaya getirilmesi, sonsuz hikaye örüntüsü, manzara ve seviye kombinasyonlarının sağlanması yapay zekanın kullanım alanlarının gitgide sınanmasını sağlayacaktır. Özellikle, insanın günlük yaşamına dahil olmuş ChatGPT'nin oyun evrenine dahil edilmesi gibi fikirler oyun şirketleri (örneğin; NFT Gaming Company) tarafından değerlendirilmektedir. Bütün bunlara ek olarak tüm oyun süreçlerinin yapay zeka uygulamalarıyla gerçekleştirilmesine yönelik çalışmalar hızlandırılmış ve 2024 yılında ilk girişim olarak tümüyle yapay zeka tarafından oluşturulmuş ilk oyun "Oasis" piyasaya sürülmüştür. Oynanış biçimi ve oyun tarzı olarak Minecraft'ı andıran oyun diğer oyunlardan her bir karenin yapay zeka tarafından oluşturulması, üç boyutlu evreninin devinim halinde sürekli değişmesi, oyuncuların evrenler arası ışınlanabilme imkanına sahip olması gibi özelliklerle ayrılmaktadır. Tüm bu yeni yönelimlerin yanı sıra, son zamanlarda Metaverse evreninin varolanı aşma, orijinalin ötesine geçme fikri etrafında dijital oyunların entegrasyonuna yönelik çalışmalar da sürmektedir. Buna yönelik olarak oyunlar arttırılmış (VR) ve genişletilmiş gerçeklik (XR) bileşenlerine uyumlu olarak tasarlanmaya başlanmıştır. Özellikle insanların sosyal varlıklar olarak oyun içinde kendilerini deneyimleyebilmeleri adına XR ile reel zamanlı sohbetlere katılabilmeleri üzerinde çalışmalar sürmektedir. Genel değerlendirmeye baktığımızda, dijital bir oyun tasarlama sürecinde yapay zekanın kullanım alanlarının şimdiye dek yararlanılan algoritmaların da ötesine geçtiği, arttırılmış ve sanal gerçekliğin sürecin içine en efektif şekilde katılımının sağlanmasına çalışıldığı rahatlıkla söylenebilmektedir.

Sonuç

Dijital oyun tasarlama süreci, fikir aşamasından test aşamasına birçok meşakkatli sürecin birleşimidir. Daha önce bahsedildiği gibi, elde edilen çıktının oyunculara en verimli şekilde sunulması ve böylelikle dijital oyun sektörüne kar

amaçlı hizmet etmesi bu sürecin sonundaki temel hedefken, bu hedef sürecinde zaman ve maliyetten tasarrufu sağlayan ve oyunları verimlilik optimizasyonu en yüksek şekilde oyunculara ulaştıran yapay zeka uygulamaları bu sürecin mihenk taşlarındandır. Oyun içindeki sabit rollerinin ötesine geçerek sınırlarını genişleten ve kişiselleştirilmiş oyun deneyiminden, dinamik hikaye anlatımına, oyuncu etkileşiminden oyun grafiğinin şekillendirilmesine uzanan bir skalada sahne alan yapay zeka uygulamaları hem oyunun çehresini hem de insanın oyun oynama pratiğini değiştirmiştir. Kısa bir zaman öncesine değin, bilimkurgu filmlerine konu olan bu uygulamaların oyuna entegrasi dijital oyun içerisindeki hataları tespit etmede, sanal gerçeklik uygulamalarını da kapsayarak daha reel bir deneyim yaşatmada yüksek fayda sağlamış ve oyuncuların daha zorlu, daha sürükleyici ve dinamik oyun deneyimleri yaşamalarına olanak tanıyarak, prosedürel içerik üretimini hızlandırmıştır.

Bu süreçlerde oyun geliştiriciler, oyun evrenine dair anlatılar oluşturup oyuncularda duygusal açıdan karşılığı olan karakterler tasarlarlarken, yapay zeka algoritmaları da olay örgüsü geliştirerek, karmaşık sorunları çözmede rol almışlardır. Fakat yine de bu uygulamalar insanın bir oyuna katabileceği duygusal derinlik ve karmaşıkları henüz birebir de eşleme noktasında değildir. Aynı noktada yapay zeka algoritmaları, oyundaki oyuncu davranışlarını kısa sürede öğrenerek kişiselleştirebilir fakat temelde oyuncuların davranışlarının anlamlı etkileşimlerini ona gösteren ve bu uyarlanabilir deneyimleri tasarlayıp uygulayabilen tasarımcının kendi sezgisidir. Yine aynı şekilde oyunda sanal gerçeklik uygulamalarını da kapsayarak daha reel bir deneyim yaşatmada kullanırlar fakat oyuncu deneyimini değerlendirmek için insanın son bir dokunuşu gereklidir. Buradan hareketle denilebilir ki yapay zeka uygulamaları dijital oyun üretim sürecinde henüz insanı aşkın bir güç değil, onun işbirliğisidir. Algoritmalar, oyun geliştiricinin ortaya koyduğu araç setini geliştirir ve ondaki her bir unsurun üst düzey optimizasyonunu sağlar. Bu çalışmada da, dijital oyunlarda yapay zekanın bahsedilen kullanım alanları incelenerek, F.E.A.R. oyununun yapay zeka mekanizmaları analiz edilmiştir. Yapay zeka uygulamalarının oyun tasarım süreçlerindeki bu çoklu görevleri irdelenerek, oyun içi deneyimine olan katkısı belirli bir oyun üzerine sınırlandırılmıştır. Özellikle NPC karakterlerinin gelişimi, oyun içi dinamik hikaye anlatımı ve prosedürel içerik üretimi gibi alanlarda yapay zekanın etkisinin üzerinde durulmuştur. Bu yönleriyle çalışmanın kendinden sonraki araştırmalara kaynaklık edeceği ve farklı oyun türlerinde yapay zeka kullanımı üzerine daha kapsamlı incelemelerin yolunu açacağı düşünülmektedir.

Günümüzde dijital oyun sektörünün geldiği noktaya

bakıldığında, dijital oyun üretiminde yapay zeka uygulamalarının zaman ve maliyet açısından sağladıkları birden çok fayda ve yer aldıkları çoklu görevler onun bu sektör içinde kapladığı alanı gitgide büyütmesi ve sektörün kar marjı odaklı yapısının da bu alana daha fazla yatırım sağlaması kaçınılmazdır.

Gelecek birkaç yılda oyunlar insan için, alternatif bir evrende en reel haliyle deneyimlenen yeni yaşam alanları olabilir. 2024 yılı itibarıyla tümüyle yapay zeka tarafından üretilen oyunlar piyasaya sürülmeye başlamışken bu senaryolar oldukça olası görünmektedir. İnsanın kendi beyninin sınırlılıklarını aşma çabası onun kendi gerçekliğini yeniden kurgulamasına ve bu yeni gerçekliği normal haline getirmesine zemin hazırlayacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Konsept - Ü.S; Tasarım - P.S ; Denetim - Ü.S; Kaynaklar - Ü.S; Veri Toplama ve/veya İşleme - P.S ; Analiz ve/veya Yorum - P.S; Literatür Taraması - P.S; Yazma - P.S ; Eleştirel İnceleme - Ü.S

Çıkar Çatışması: Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Finansal Destek: Yazarlar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Literature Search - P.S ; Design - P.S; Analysis and/or Interpretation - P.S ; Concept - Ü.S ; Writing Manuscript - P.S ; Supervision - Ü.S; Resources - Ü.S; Critical Review - Ü.S

Conflict of Interest: The authors have no conflicts of interest to declare.

Financial Disclosure: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Acar, O. (2020). *Yapay zeka fırsat mı yoksa tehdit mi?* Kriter Yayınevi.
- Balhaus W., Crow W., & Riwet E. (2022). Fault lines and fractures: Innovation and growth in a new competitive landscape. *Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026*, ss. 17-24.
- Barros Rodrigo C., Basgalupp M. P., & Carvalho de A. C. P. L. F. (2013). Automatic design of decision - tree algorithms with evolutionary algorithms. *Evolutionary Computation* 21(4) MIT Press, ss. 659-684.
- Bilişim Eğitim Merkezi. (2024). *Yapay Zekanın Kronolojisi*.
- Brand D., Zafiropulo P. (1983). On communicating finite-state machines. *Journal of the Association for Computing Machinery*, 30(2), 323-342.
- Buchanan, B. G. (2006). A (very) brief history of artificial intelligence. *AI Magazine*, 26(4), 53-60.
- Cintula P., Fermüller C. G. & Noguera C., (2021). Fuzzy logic. *Stanford Encyclopedia of Philosophy, Handbook of Mathematical Fuzzy Logic, (Mathematical Logic and Foundations, 58)*, College Publications. ss. 1105-1181.

Dijital Oyunlar Raporu 2019. (2025).

Fikes R. E., Nilsson N. J. (1971). Strips: A new approach to the application of theorem proving to problem solving. *Artificial Intelligence*, 2 (3), 189 -208. for games. CRC Press.

Hansen, M. B. N. (2004). *New philosophy for new*.

Harari, Y. N. (2016). *From animals into gods: a brief history of humankind*. CreateSpace Independent Publishing.

<https://ai.stanford.edu/~nilsson/OnlinePubs-Nils/PublishedPapers/strips.pdf>

https://alumni.media.mit.edu/~jorkin/gdc2006_orkin_jeff_fear.pdf

<https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/322374.32230>

<https://doi.org/10.1093/mind/LIX.236.433>

<https://doi.org/10.1609/aimag.v26i4.1848>

<https://ieeexplore.ieee.org/document/5067382>

<https://plato.stanford.edu/entries/logic-fuzzy/>

<https://web.eecs.umich.edu/~sugih/courses/eecs494/fall06/lectures/lecture1-history.pdf> adresinden 22 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.

<https://www.bilisimegitim.com/bulten/yapay-zekanin-kronolojisi>

<https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>

https://www.researchgate.net/publication/288320122_Designing_procedurally_generated_levels

https://www.stichtingspel.org/sites/default/files/history_of_games.pdf adresinden 20 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.

Huizinga, J. A. (2006). *Homo ludens: oyunun toplumsal işlevi üzerine bir deneme*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

Laird, J. E., Jamin S. (2006). *History of Computer Games*.

Linden der V., Lopes R. R. & Bidarra R. (2013). Designing procedurally generated levels. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment*, 9(3), 41-47.

McCulloch, W. S., Pitts & W. A. (1943). A logical calculus of the ideas immanent in nervous activity. *Bulletin of Mathematical Biophysics*, 5(4), 115-133. <https://link.springer.com/article/10.1007/BF02478259> media. Cambridge: M.I.T Press.

Millington, I., Funge, J. (2009). *Artificial intelligence*

Orkin, J., (2006). Three states and a plan: the a.i. of F.E.A.R. *M.I.T. Media Lab, Cognitive Machines Group, Game Developers Conference*, ss. 1-18.

Overmars, M. (2012). *A Brief History of Computer Games*.

Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind a Quarterly Review of Psychology and Philosophy, Mind*, 59 (236), 433-460.

Urwin M. (2023). *Artificial Intelligence in Gaming (and 11 AI Games to Know)*. <https://builtin.com/artificial-intelligence/ai-games> adresinden 3 Aralık 2024 tarihinde alınmıştır.

- Wagner F., Schmuki R. Wagner T. & Wolstenholme P. (2006) *Modeling Software with Finite State Machines: A Practical Approach*. Auberch Publications, CRC Press.
- Yannakakis, G., & Hallam, J. (2009). Real-time game adaptation for optimizing player satisfaction. *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*, 1(2), 121-133.