

INTERNATIONAL
SOPHOS

Yıl/Year: 2022

Cilt/Vol: 4

Sayı/Num: 8

Yaz/Summer

ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi

ISophos: International Journal of Information,
Technology and Philosophy

ISSN: 2651-463X

ISophos: International Journal of Information,
Technology and Philosophy

Derginin Sahibi / Owner

Kedidedi Yayıncılık Bilişim Danışmanlık Hizmetleri

Editör / Editor

Şevki IŞIKLI / Marmara Üniversitesi

ISophos Yayın Kurulu / Editorial Board

Şevki IŞIKLI / Marmara Üniversitesi

Özhan TINGÖY / Marmara Üniversitesi

Haldun NARMANLIOĞLU / Marmara Üniversitesi

Aysel DEMİR / Kırıkkale Üniversitesi

Sekreteryä / Sekreteriat

Alaattin ASLAN / Marmara Üniversitesi

Mert KÜÇÜKVARDAR / Marmara Üniversitesi

Tashih / Redactuer

Duygu AYDEMİR / Elif AKÇAY

Web Sayfası Yöneticisi / Web Designer

Mahir Fatih Ünal / Marmara Üniversitesi

Kapak ve İç Tasarım / Graphic Designer

Abdulkadir Büyükbingöl / Marmara Üniversitesi

İletişim Adresi / Communication

Kedidedi Yayıncılık

Atatürk Mah. Sedef Sok. No:32/B

Lüleburgaz / Kırklareli

iletisim@isophos.org

**ISophos Danışma Kurulu /
Advisory Board**

Şeyki IŞIKLI
Marmara Üniversitesi

Özhan TINGÖY
Marmara Üniversitesi

Ahmet Zeki ÜNAL
Bursa Teknik Üniversitesi

Celal YEŞİLÇAYIR
Gümüşhane Üniversitesi

Aysel DEMİR
Kırıkkale Üniversitesi

Haldun NARMANLIOĞLU
Marmara Üniversitesi

Ali ÖZCAN
Gümüşhane Üniversitesi

Vedat ÇAKIR
Selçuk Üniversitesi

Ebru DEMİR
Milli Eğitim Bakanlığı

Sırrı DÜĞER
Yalova Üniversitesi

Naci İSPİR
Atatürk Üniversitesi

Mustafa Sami MENCET
Akdeniz Üniversitesi

Sertaç DALGALIDERE
Trakya Üniversitesi

Yusuf YURDİGÜL
Atatürk Üniversitesi

Lala JABBAROVA
Bakü Devlet Üniversitesi

John NAISBITT
Megatrend Üniversitesi

Walter PFANNKUCHE
Kassel Üniversitesi

Recai AYDIN
Uluslararası Saraybosna Üniversitesi

Muhammet ÖZDEMİR
Mersin Üniversitesi

Nikos PANAYOTOPOULOS
National and Kapodistrian University of Athens

Yousef NOZOHOUR
Tehran Allameh Tabatabai University

Seyid Majid Sadr MAJLES
University of Tebriz

**8. Sayı Hakemleri /
Referee Board of 8. Issue**

Abdulkadir BÜYÜKBİNGÖL
İstanbul Gelişim Üniversitesi

Alaattin Aslan
Marmara Üniversitesi

Serkan Bayrakçı
Marmara Üniversitesi

Mert KÜÇÜKVARDAR
Marmara Üniversitesi

Şevki IŞIKLI
Marmara Üniversitesi

Aysel DEMİR
Kırıkkale Üniversitesi

Celal YEŞİLÇAYIR
Gümüşhane Üniversitesi

Sertaç DALGALIDERE
Trakya Üniversitesi

Ramazan ÇELİK
Trakya Üniversitesi

Özhan TINGÖY
Marmara Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Türkçeye Uyarlanan Sosyal Medya Ölçekleri Üzerine Bir Derleme Çalışması

Oğuz GÜLLEB 1-9

Türkiye’de Sosyal Bilimler Alanında Anket Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir İnceleme

*Doğan ÜLKER** 11-16

Eleştirel Düşünme ile Karar Verme Arasındaki İlişki Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme

Yıldız KANLI - İbrahim KISAÇ*** 17-28

İnsan-Hayvan Etkileşimi Üzerine Gömülü Teori Denemesi

Semra AĞAÇ SUCU 29-48

Kültür Endüstrisi Ekseninde Netflix

Cihan Emre Tanç 49-63

EDİTÖRÜN NOTU

ISophos Dergisi 8. sayısında sosyal bilimlerde yöntem sorununa odaklanmaktadır. Dijitalleşme ve teknoloji, sosyal ve beşeri bilimlerin hızlıca dijital sosyal ve beşeri bilimlere dönüştürmekte, bu süreçte veri toplama araçları, dijital veriyi yakalayacak şekilde yeniden uyarlanmaktadır.

Türkçeye Uyarlanan Sosyal Medya Ölçekleri Üzerine Bir Derleme Çalışması adlı makalesinde **Oğuz Gülleb**, küresel ölçekte artan sosyal medya kullanımının sosyal medya araştırma ölçeklerine yönelik ilgiliyi de artırdığı tespitine yer vermektedir. Türkçeye uyarlanmış 10 farklı sosyal medya araştırma ölçeğinin incelendiği çalışmada Gülleb'e göre, ölçeklerin çocuklar ve ergenler üzerine yoğunlaşmakta, bununla birlikte dijital göçmen diye adlandırılan Y kuşağının sosyal medyadan nasıl etkilendiğine dair veri sağlayacak ölçeklere ihtiyaç bulunmaktadır.

Türkiye'de Sosyal Bilimler Alanında Anket Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir İnceleme adlı makalesinde Doğançan Ülker, veri toplama aracı olarak anket kullanan araştırma makalelerinin %90 'ında anketin aslında araştırma hipotezine en uygun teknik olmadığını ileri sürmektedir. Buna rağmen anketin tercih edilmesini, uygulama kolaylığı ve ucuz maliyetle ilişkilendirmektedir.

Eleştirel Düşünme ile Karar Verme Arasındaki İlişki Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme adlı makalelerinde **Yıldız Kanlı ve arkadaşları**, üst düzey zihinsel becerilerden eleştirel düşünme ve karar vermeyi çok boyutlu olarak analiz edip aralarındaki ilişkiyi göstermeyi amaçlamaktadır. Araştırma bulguları, her iki becerinin de mantıksallık, öngörü, problem çözme ve değerlendirme gibi pozitif ortak özelliklere; ön yargı, riskli durumlar ve geçmiş deneyimlerden olumsuz etkilenme gibi dezavantajlara sahip oldukları gösterilmektedir.

İnsan-Hayvan Etkilişimi Üzerine Gömülü Teori Denemesi adlı özgün makalesinde **Semra Ağaç Sucu**, yapay zeka araştırmalarındaki makine öğrenmesi ve yapay öğrenme modellerini, hayvan eğitim modelleriyle ilişkisini göstermektedir. Araştırma, etkileşimli yapay zeka modelleri ile çevre ve ortamla sürekli etkileşim halindeki hayvanlar arasında bir analogi kurmaktadır. Bu yüzden Sucu, insan-hayvan etkileşiminde bugüne kadar bilmediğimiz boyutların olup olmadığını görmek için gömülü teori tekniğini kullanmaktadır. Fakat daha öncesinde, bir tür nitel veri analizi tekniği olarak kullanılan Gömülü Teorinin yanlış anlaşılan hatta yanlış uygulanan yönlerini ortaya koymaktadır.

Kültür Endüstrisi Ekseninde Netflix adlı araştırmasında **Cihan Emre Tanç**, internet üzerinden yayın yapan küresel dijital platformları Netflix üzerinden incelemektedir. Tanç, eleştirel söylem analizi tekniğini kullanarak kullanıcıların Netflix izleme alışkanlarını, yerel içerik üretme aşamasında Netflix'in ne durumda olduğunu, küreselleşme ve kültür endüstrisinin Netflix Türkiye yerel içeriklerine nasıl yansıdığını araştırmaktadır. Tüm bunları, küresel endüstrinin yayınlımında Netflix'in rolü bağlamında yapmaktadır. Tanç'a göre Netflix'in kültür endüstrisine yaptığı katkı iki yönlüdür. Hâkim kültürün ürünü olan filmler küresel düzeyde etki alanına sahip olurken, yerel kültürel ürünler için de küresel ölçekte yayılma şansı söz konusudur.

ISophos hayata bilimsellik, bilime hayat katar. İyi okumalar.

Doç. Dr. Şevki IŞIKLI

Türkçeye Uyarlanan Sosyal Medya Ölçekleri Üzerine Bir Derleme Çalışması

Oğuz GÜLLEB*

*Marmara Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
oguz.gulleb@marmara.
edu.tr

 [https://orcid.org/
0000-0001-6793-106X](https://orcid.org/0000-0001-6793-106X)

Anahtar Sözcükler

Ölçek Uyarlama, Sosyal
Medya Kullanım Ölçeği,
Geçerlik ve Güvenirlik.

Key Words

Scale Adaption, Social
Media Usage Scale, Validity
and Reliability

Atıf/Citation

Gülle, O. (2022). Türkçeye
Uyarlanan Sosyal Med-
ya Ölçekleri Üzerine Bir
Derleme Çalışması. ISophos:
Uluslararası Bilişim,
Teknoloji ve Felsefe Dergisi,
Cilt 4, Sayı 8, ss: 1-9.

Özet

Dünya nüfusunun yarısından fazlasının mobil cihaz kullandığı ve sosyal medya hesabı olduğu bir dönemde Türkiye, sosyal medya kullanımında nüfus oranına göre en çok kullanıcıya sahip olan ülkeler arasında olduğu yapılan araştırmalarla ortaya koyulmuştur (We Are Social, 2021). Sosyal medyanın kullanım oranları arttıkça bireyler, aileler ve toplumlar üzerindeki etkileri akademiyanın araştırma konuları arasına girmiş birçok sosyal medya ölçeklendirme çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada Türkçe literatüre uyarlanan sosyal medya ölçeklendirme çalışmaları incelenmiş, odaklandıkları konular, sundukları bilimsel katkılar ve önermeler üzerinde durulmuştur. Belli ve sınırlı bir konuda yayınlanmış araştırmaları belirleyerek ve karşılaştırarak konu hakkındaki gelişmelerin ortaya koyulduğu çalışma bu yönüyle bir derleme araştırmasıdır. Dergipark üzerinde yayımlanmış araştırmalar arasından açık erişime sahip 19 çalışma çeşitli eleme süreçlerine tabi tutulmuş ve doğrudan Türkçeye uyarlanan sosyal medya ölçekleriyle ilgili olan 10 çalışma incelenmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde çıkarımlar yapılarak Türkçeye uyarlanan sosyal medya ölçeklendirme çalışmalarının önemli noktaları vurgulanmış ve gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

A Compilation Study on Social Media Scales Adapted to Turkish

Abstract

At a time when more than half of the world's population uses mobile devices and has a social media account, research has shown that Turkey is among the countries with the highest number of users in terms of population ratio (We Are Social, 2021). As the usage rates of social media increase, many social media scaling studies have been carried out, the effects of which on individuals, families and societies have become one of the research topics of the academy. In this study, social media scaling studies adapted to Turkish literature were examined, their subjects, scientific contributions and propositions were emphasized. The study, in which the researches published on a certain and limited subject are determined and the developments on the subject are revealed by comparing them is a compilation study in this respect. Among the studies published on Dergipark, 19

open access studies were subjected to various screening processes and 10 studies related to social media scales directly adapted into Turkish were examined. In the conclusion part of the study, the important points of the social media scaling studies adapted to Turkish by making inferences were emphasized and suggestions were made for future studies.

1. Giriş

İletişim ve bilgisayar sistemlerinde yaşanan gelişmeler Web 2.0 teknolojileri ve onun uzantısı sosyal medya mecraları günlük yaşantımızın bir parçası haline geldi. Sosyal medya olmak üzere internetin sunduğu etkileşimli platformlar insanların sadece tüketici değil aynı zamanda üretici de olmasını sağlamıştır. Dünyada 7.83 milyar insan bulunuyor. Bu popülasyonun %66.6'sı mobil telefon kullanıyor. 4.66 milyar internet kullanıcısı bulunmakta ve 4.2 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı var. Ocak 2022 raporlarına göre toplam popülasyon 81 milyon artarak %1 yükseldiği görülmektedir. Aynı şekilde mobil telefon kullanıcısı %1.8, internet kullanıcısı %7.3 ve aktif sosyal medya kullanıcısı %13.2 artmış durumda. Türkiye, Ocak 2021 itibari ile 84.69 milyon nüfusa sahip. Nüfusun %77.7'si internet kullandığı ve 60 milyon kullanıcı aktif olarak sosyal medya kullanmakta olduğu belirtilmektedir. 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının %97.2'sini akıllı telefon sahibi. %71.2'sinin bilgisayarı bulunmakta. En çok kullanılan sosyal medya platformu %94.5 ile Youtube olurken Instagram ve Whatsapp diğer en çok kullanılanlar olmuştur (wearesocial.com, 2022). İnternet, sosyal medya ve mobil cihaz kullanımlarındaki giderek artan bu oranlar başta sosyal bilimlere olmak üzere birçok akademik alanda çalışma konusu olmaktadır.

Dünya nüfusunun yarısından fazlasının mobil cihaz kullandığı ve sosyal medya hesabı olduğu bir dönemde Türkiye, bu oranlarda ülke bazında en fazla paya sahip olması araştırmacıların dikkat çekmektedir. Sosyal medyanın özellikle gençler ve aileler üzerindeki etkileri araştırma konusu olmaktadır ve akademik çalışmalar da hız kazanmaktadır (Taş, 2017, s. 33). Sosyal medya ağlarının bireylerin hayatını etkileme gücüne sahip olduğu, bedensel ve ruhsal sorunlara neden olabildiği, özellikle genç yaş gruplarında psikolojik işleyiş ve akademik başarıları olumsuz etkileyebildiğine dair çalışmalar dikkat çekmektedir (Baker & Algorta, 2016; Fox & Moreland, 2015; Brooks, 2015). Araştırmaların odaklandığı konular ve ortaya koydukları sonuçlar sosyal medya ölçeklendirme çalışmalarının önemini göstermektedir.

Ölçek geliştirmek oldukça zahmetli ve uzun bir gerektirdiğinden araştırmacılar konuyla ilgili farklı dil ve kültürlerle özgü geliştirilmiş ölçekleri kullanma yoluna başvurmaktadırlar. Turan ve Şişman'a (2013, s. 506) göre ölçek geliştirmek yerine uyarılma yoluna giden araştırmacılar genelde Batı'da yapılan araştırmaların Türkiye için de geçerli olabileceği varsayımıyla hareket etmektedirler. Doğrulamacı yaklaşıma göre araştırmacı kendi çalışmasının sonuçlarını diğer dil ve kültürlerde yapılan çalışmalarla karşılaştırarak sonuca varabilir.

Araştırmanın amacını ortaya koyabileceği düşünülen bir ölçek daha önce hazırlanmış ise araştırmacı öncelikle belli kriterlere göre orijinal ölçeği değerlendirmelidir. Ölçeğin geliştirildiği orijinal dil ve kültür ile araştırma grubunun özellikleri benzer veya aynı mıdır? Orijinal ölçeğin kapsadığı odak grup ile araştırmacının odak grup özellikleri benzer midir? Eğer her iki sorunun yanıtı da evet ise orijinal ölçeğin direkt olarak kullanılabilir olduğu ifade edilmektedir. Ancak kriterler karşılanmıyor ise ölçek soru ve yöntemlerinin yeni odak grubun özelliklerine göre uyarlanması, geçerlilik ve güvenilirliğinin test edilerek doğru bir biçimde ölçtüğünün kanıtlanması gerekir (Öztürk, Eroğlu, & Kelecioğlu, 2015). Ölçek uyarılma sürecinde orijinal ölçekçe araştırmacının belirlediği yöntem ve süreçler uyarılma yapan çalışmacı tarafından tekrarlamayı gerektirmektedir.

Ölçek uyarılma sürecinde ilk olarak orijinal ölçeğin sahibinden izin alınmalı ve uyarılma sürecine başlanmalıdır. Dünya Sağlık Örgütü tarafından ölçek uyarılma süreçleri çeviri, uzman paneli değerlendirmesi, geri çeviri ve pilot uygulama şeklinde belirli aşamalara indirgenmiştir.

Uyarlama sürecinin ilk adımı olarak çeviri olduğu düşünülmelidir. Çevirmenin anadilinin uyarlanacak dil (Türkçe) olması ve orijinal ölçeğin diline hakim olması gerekmektedir. Çeviri sırasında birden fazla anlama gelen veya farklı şekillerde tanımlanabilecek metinleri dikkate alınmalı hatta alternatif kelimeler ileride karar verilebilmesi için çalışmaya eklenmelidir. Sonuç olarak hedef nüfusun anlamasını engellemeyecek şekilde ancak madde içeriğini de aşırı basitleştirmeden semantik bağlamda uygunluk sağlayan çeviriler yapılmalıdır. Uzman paneli adımıyla çevirideki yetersiz ifadeleri ve tutarsızlıkları tespit etme ve uygun şekilde düzeltme süreçleri uygulanmaktadır. Uzman olarak tanımlanan kişilerin ilgili dilleri, kültürleri, ölçeğin içeriğini ve ölçek uyarlama yöntemlerini bilmeleri gerekmektedir. Geri çeviri olarak adlandırılan bu süreçle ana dili ölçeğin orijinal dilinde olan ancak uyarlama yapılan dili (Türkçe) de bilen bağımsız bir çevirmen tarafından çevirinin kontrol edilmesi söz konusudur. Bu süreç sonunda çeviri ve geri çeviri süreçleri ile orijinal ölçek arasında bir karşılaştırma yapılarak değerlendirilir. Pilot uygulama aşamasında uyarlama sürecinin son adımı olarak görülebilir (Çapık, Gözüm, & Aksayan, 2018, s. 202-206). Bu aşamada odak grup belirlenerek uyarlanan ölçek maddelerinin anlaşılabilirliği test edilir ve değerlendirilerek düzenleme yapılır. Burada dikkat edilmesi gereken kural orijinal ölçeğin odak grubu ile pilot grubun odak grubunun özelliklerinin aynı olmasıdır (Erkuş, 2007). İçeriğin çeviri ve uyarlama süreçleri sonrasında bütün test aşamalarının en önemli adımları olarak da ifade edebileceğimiz güvenilirlik ve geçerlik analizleri için hedef evreni temsil edebilecek düzeyde büyüklükte olan örneklem grubunda uyarlanan ölçek uygulanmalıdır. Burada ölçeğin yapı geçerliğinin ortaya koyulması için faktör analizi veya temel bileşenler analizi uygulanabilir. Kullanılan analiz yöntemi hakkında ayrıntılı bilgiler mutlaka eklenmelidir (Deniz, 2007, s. 9).

Bu çalışmaların Türkçe literatüre kazandırılması gerek akademik gerekse toplumsal gelişimin önünü açacağı düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada literatürde yer alan ve farklı bakış açılarıyla gerçekleştirilmiş sosyal medya ölçeklendirmelerinin Türkçe literatüre uyarlanmasını konu edinen araştırmaların incelenerek derlenmesi amaçlanmıştır.

2. Yöntem

Türkçeye uyarlanan sosyal medya ölçeklendirme çalışmalarının incelenmesini amaçlayan bu çalışma bir derleme araştırmasıdır. Bu kapsamda ilk olarak akademik hakemli dergilerin yayınlandığı Dergipark'da yayınlanan çalışmalar içerisinden “sosyal medya”, “ölçek”, “uyarlama” anahtar kelimelerine uyanlar belirlenmiştir. Belirlenen kriterlere bağlı kalınarak incelemeye alınan çalışmalar bulunmuş ve çalışmaların bulguları derlenmiştir. Sonuç kısmında ise elde edilen veriler ışığında sonuçlar yorumlanmış ve gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur. Araştırma kapsamında anahtar kelimeleri başlık, özet, anahtar kelimeler veya içeriğinde barındıran 19 farklı çalışma tespit edilmiş, 10 çalışmanın araştırma kapsamına uygun olduğu belirlenmiştir.

3. Araştırma Soruları

Araştırma kapsamında aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır:

- Türkçeye uyarlanan kaç tane sosyal medya ölçek geliştirme makalesi bulunmaktadır?
- Bu çalışmalar hangi alanlarda çalışılmıştır?
- Bu çalışmalar hangi konulara odaklanmakta ve Türkçe literatüre sundukları bilimsel katkı ve önermeler nelerdir?
- Farklı dil ve kültürel yapılara göre hazırlanan ölçeklerin Türkçeye uyarlanmasında karşılaşılan sorunlar ve öneriler nelerdir?

4. Araştırma Bulguları

Araştırma kriterlerine uygun olarak belirlenen 10 çalışmayla ilgili veriler Tablo 1’de listelenmiştir. Araştırmaların 7’si eğitim bilimleri, 2’si sosyal bilimler ve 1’i psikoloji alanında yapılmıştır.

Tablo 1- Türkçeye Uyarlanan Sosyal Medya Ölçekleri

Makale Adı	Türkçeye Uyarlanan Ölçek	Yazar(lar)	Alan	Geçerlik/Güvenirlik
Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği / <i>Van den Eijnden Lemmens, Valkenburg</i>	İbrahim Taş	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı Bartlett Küresellik Testi Cronbach Alfa
Facebook Yoğunluğu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Faktör Yapısı ve Güvenirliğinin İncelenmesi	“Facebook Yoğunluğu Ölçeği / <i>Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, Cliff Lampe</i>	Kemal Öztemel ve Zeliha Traş	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı Bartlett Küresellik Testi Cronbach Alfa
İnternet Tabanlı Epistemolojik İnançlar Ölçeği Türkçe Uyarlama Çalışması ve Öğretmen Adayları ile Bir İnceleme	İnternet Tabanlı Epistemolojik İnançlar Ölçeği / <i>Ivar Bråten, Christian Brandmo ve Yvonne Kammerer</i>	Rıdvan Ata ve Muhammet Mustafa Alpaslan	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach Alfa
Nesneleştirilmiş Beden Bilinci Ölçeği-Genç Formunun Türkçeye Uyarlanarak Kendini Nesneleştirmenin Sosyal Medya Kullanımı ve Beğenilme Arzusu Arasındaki İlişkide Aracı Rolünün İncelenmesi	Nesneleştirilmiş Beden Bilinci Ölçeği	Sevgi Özgüngör ve Ahu Arıcıoğlu	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Test-Tekrar Test Pearson Korelasyon Katsayıları Temel Faktör Analizi
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği: Türkçe Uyarlama Çalışması	Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği	<i>Evren Erzen ve Hatice Odacı</i>	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Madde Toplam Ve Ayrırt Edicilik Analizi Cronbach Alfa
Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması	Sosyal Medya Davranışları Ölçekleri	Emel Dikbaş Torun	Sosyal Bilimleri	Kaiser-Meyer-Olkin, Barlett Küresellik Testi Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach's Alpha
Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması	Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği	Hakan Sarıçam ve Fatma Firdevs Adam Kurdur	Eğitim Bilimleri	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach's Alpha Guttman İki Yarı Testi
Sosyal Medya Pazarlama Aktiviteleri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması	Sosyal Medya Pazarlama Aktiviteleri Ölçeği <i>Mayank Yadav; Zillur Rahman</i>	<i>Zeki Yüksek Bilgili</i>	Sosyal Bilimler	Kaiser-Meyer-Olkin (Kmo) Katsayısı Doğrulayıcı Faktör Analizi Keşfedici Faktör Analizi Onaylayıcı Faktör Analizi Barlett Küresellik Testi
Üniversite Öğrencilerinde Selfitis, Narsisizm, Dini Davranış ve Dini İbadet İlişkisi	Selfitis Davranış Ölçeği/ <i>Janarthanan Balakrishnan ve Mark D. Griffiths</i>	Sezai Korkmaz	Psikoloji	Açıklayıcı Faktör Analizi Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach's Alpha Madde Ve Faktör Geçerlilik Testi
Yükseköğretimdeki Genç Yetişkinler İçin Sosyal Medya Yeterlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması	Sosyal Medya Yeterlik Ölçeği / <i>Sha Zhu; Harrison Hao Yang; Shun Xu</i>	Ufuk Tuğtekin	Eğitim Bilimleri	Doğrulayıcı Faktör Analizi Cronbach's Alpha Pearson Momentler Çarpımı Katsayıları

Eğitim bilimleri alanında yapılan ölçek uyarlama çalışmaları çoğunlukla günlük yaşamda, iş hayatında veya öğrenme süreçlerinde sosyal medya kullanımının gençler, öğrenciler ve eğitimciler üzerindeki etkilerine odaklandığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması bireylerin sosyal medya kullanım niteliklerinin ve yeterliliklerinin de araştırma konusu olmasını gerektirmiştir (Tuğtekin, 2021, s. 1111). Bilgi ve iletişim çağında bireylerin bilgiyi edinme yöntemleri ve bu bilgiyi yeterli derecede muhakeme yapabilmeleri önemli bir rol oynamaktadır. Öğrenme sürecince bireye bilgiyi aktaran en önemli kaynaklardan olan öğretmen adaylarının internet tabanlı epistemolojik inançlarını belirlemek ve gerekli görüldüğünde çeşitli yöntemlerle bunları geliştirmeleri önemlidir. Ata ve Alpaslan'ın (2019) Türkçeye uyarladığı öğretmen adaylarının internet tabanlı epistemolojik inançlar ölçeği, bilgi edinme ve öğretme süreçleriyle ilgili önemli sonuçlara ulaşmayı sağlamaktadır. Uyarladıkları ölçek ile internet tabanlı epistemolojik inançların öğretmen adayının demografik değişkenlikleriyle, ailenin yapısıyla, teknolojiye erişim imkanıyla ilgisini ortaya koyabilmektedir. Çalışmada öğretmen adaylarının internette eğitimle ilgili en çok kişisel deneyimlerini kullanarak bilgiyi yorumladıkları görülmektedir. İnternet kullanım alışkanlıkları ve internet erişim aracına, kullanım sıklığına göre bu inançlar değişebilmektedir. Ayrıca yetiştikleri bölgeye, annenin eğitim düzeyi ve ailelerinin toplam gelir düzeylerine göre internet tabanlı epistemolojik inançlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Bilgi kaynağının değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışma ile internette akademik konularla ilgili okumalar yaparken çoklu kaynak kontrolü gibi temellendirme becerilerinin gelişmesini etkileyebileceği gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Bireylerin sosyal medya yeterliliklerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesinde ölçek çalışmaları önemli rol oynamaktadır. Tuğtekin (2021, s. 1111), yükseköğretim düzeyindeki bireylerin sosyal medya yeterliliklerinin değerlendirilmesi konusunda bir ölçek aracı olan Sosyal Medya Yeterlilik Ölçeği'ni Türkçeye uyarlayarak genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım amaçlarının iyileştirilmesi ve özendirilmesi çalışmalarında kullanılabilir bir araç sunmayı hedeflemektedir. Ölçek uyarlama çalışmasında dil eşdeğerliğini belirlemek için İngilizce öğretmenliği okuyan öğrenciler ile form çeviri ve çeviri form uygulaması yapılmıştır. Sonuç olarak Türkçe form ile orijinal form arasında yüksek düzeyde ilişki bulunmuş ve dil eşdeğerliğin sağlandığı görülmüştür. Sonraki süreçte form ile ölçek aracı uyarlama çalışmaları gerçekleştirilmiş ve ölçüm modelinin istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar verdiği ve uygun olduğuna kanaat getirilmiştir. Yapılan çalışma ile orijinal ölçüm modeline göre ölçüm modelinde hata bulunmadığı ve önerilen hata düzenlemesi olmadığı göz önüne alınarak ölçüm modelinin önerilen kriterleri karşıladığı ifade edilmektedir. Sonuç olarak uyarlanan ölçeğin istatistiksel olarak anlamlı, geçerli ve güvenilir bir ölçüm modeli olduğu belirtilmiştir.

Genç yetişkinlerinin yaşamlarında yeni medya ortamlarının etkisi oldukça büyük olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle Facebook'u yoğun olarak kullanmakta olan genç yetişkinlerin Facebook kullanım yoğunluklarının sosyal yaşam üzerindeki etkisinin belirlenmesi açısından önemlidir. Bu sebeple Ellison ve arkadaşları tarafından kullanıcıların Facebook kullanım tutumlarının belirlenmesi amacıyla geliştirilen Facebook Yoğunluğu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması literatüre katkı sağlamaktadır. Öztemel ve Traş (2017) tarafından yapılan uyarlama çalışmada, Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması ve faktör yapısı ve güvenilirliğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Toplamda 362 lisans ve yüksek lisans öğrencisinin katıldığı çalışma neticesinde, uyarlanan ölçeğin geçerliliğinin Açıklayıcı faktör analizine ve doğrulayıcı faktör analizine uyum iyiliği katsayılarının kabul edilebilir düzeyde olduğu belirtilmiştir. Güvenirlik analizi de gerekli olan katsayıyı desteklediği belirtilen uyarlama çalışmasının genç yetişkin bireylerin Facebook kullanımı ile ilgili araştırmalarda kullanılabilir olduğu aktarılmıştır.

Van Den Eijnden ve diğerleri tarafından geliştirilen "Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amacıyla çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda ile

daha az maddeye sahip, ergenlere yönelik, maddeleri DSM-IV ve DSM-V tanı kriterlerine uygun ve önceki ölçeklere dayandırılmış, tutumları değerlendirmeyen, kullanışlı bir ölçeğin Türk kültüründe oluşabilecek farklı anlamlardan arındırılması, yüksek anlaşılabilirliğe sahip, geçerliliği ve güvenilirliği teyit edilmiş bir ölçek literatüre kazandırmayı amaçlamışlardır (Sarıçam ve Karduz, 2018; Erzen & Odacı, 2021). Erzen ve Odacı'nın (2021) gerçekleştirdiği çalışma kapsamında 18-39 yaş aralığında 453 kız ve erkek üniversite öğrencisinin sosyal medya kullanım oranları incelenmiştir. Analizler sonucunda orijinal ölçekte yer alan birçok alt maddenin tamamen, bazılarının kısmen ölçeklerde yer almış 13 maddesi olan 3 faktörlü bir ölçek ortaya çıkmıştır. Bazı maddelerin Türk katılımcılar açısından diğer bazı maddeler ile anlamsal benzerlik gösterdiği belirlenmiş ve araştırmacılar bu değişiklikleri ölçek içerisinde yeni faktörlerle belirtmişlerdir. Araştırmanın Türkçeleştirilmesi sürecinde yapılan bazı uyarılar dikkat çekmektedir. Türkçe karşılığı çatışma olan "conflict" kelimesi bazı maddelerde fiziksel çatışma olarak algılanırken bazı maddelerde duygusal çatışma olarak algılandığı görülmüştür. Ayrıca aile içerisinde telefon kullanımının yoğunluğu konusunda sorulan sorularda eğer aile için yoğun telefon kullanımı kanıksanmış bir durum ise bunun bir sorun olup olmadığının anlaşılması ve cevap verilmesi mümkün görülmektedir.

Sarıçam ve Adam Karduz (2018), yaptıkları çalışmada ölçeğin dil kapsam ve yapı geçerliliğini sınamış, güvenilirlik çalışmaları kapsamında iç tutarlık güvenilirliği ve yar değer eşler güvenilirliği hesaplamaları yapmışlardır. Ölçeğin dil kapsam geçerliliğinin gerekli geçerlik indekslerini karşıladığı, yapı geçerliği içi yapılan çalışmalarda örneklem sayısının faktör analizine uygun olduğu belirtilmiştir. Ölçeğin sağladığı imkanlardan biri sosyal medya kullanım bozukluğu olanlar ile olmayanları, internet ve akıllı telefon bağımlılığı olanlar ile olmayanları ayırt edebilir olmasıdır. Sonuç olarak ölçeğin uyarlanması için yapılan dil kapsam, yapı, ölçüt, ayırt edici geçerlik ve güvenilirlik değerlerine uygunluğu göz önüne alınarak Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin ergenlerin sosyal medya bağımlılığının ölçülmesi ve değerlendirilmesi amacıyla kullanımı uygun görülmektedir.

Günümüz popüler kültürü nesnelleştirme kavramıyla fiziksel çekicilik ve güzelliğe bağlı standartlar ve değerler ortaya koymaya başlamıştır. Erken ergenlik döneminde gittikçe yaygınlaşan kendini nesnelleştirme ve bunun sonuçlarına bağlı olarak ortaya çıkan psikolojik sorunlar görülmektedir. Özgüngör ve Arıcıoğlu'nun (2020) Türkçeye uyarladığı "Nesnelleştirilmiş Beden Bilinci Ölçeği-Genç Formu" ile erken ergenlikte kendini nesnelleştirme düzeyinin belirlenmesi gibi çalışmalar yapılabilmektedir. Kendini nesnelleştirme davranışının en çok rastlandığı ortamlar olan sosyal medya platformlarını yüksek düzeyde kullanma ile beğenilme arzusu arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu çalışma ile orijinal ölçeğin temel aldığı batı toplumlarının kültürel yapısından farklı özelliklere sahip Türk toplumunun kültürel yapısına uygun bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçek uyarlama süreçlerinde psikolojik kavramların kültürlere göre farklılık gösterebileceği belirtilmektedir. Dolayısıyla ölçek geliştirme ve uyarlama süreçlerinde kültürel farklılıklar neticesinde ölçek geçerlik ve güvenilirlik değerlerinin farklı olması olağandır (Sarıçam & Karduz, 2018, s. 126). Yapılan araştırma neticesinde sosyal medya kullanımının kendini nesnelleştirme davranışıyla anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu, daha çok beğenilme arzusunun ön plana çıktığı ve bu oranların kız çocuklarında daha çok görüldüğü belirlenmiştir. Erken ergenlik döneminde benlik yapılanması tamamlanmamış ve farklı fikirlerle oldukça hassas olan çocuklarda kendini nesnelleştirmenin olumsuz sonuçlarından bahsetmek mümkündür. Sonuç olarak yapılan ölçek uyarlama çalışmasının örneklem geçerliliği ve güvenilirliği alan yazındaki diğer çalışmalarla desteklendiği ve güvenilirliğini teyit ettiği belirtilmektedir.

Sosyal bilimler ve psikoloji alanında yapılan çalışmalar sosyal medyayı kullanma süresi, sıklığı, sosyal medya uygulamalarının çeşitliliği ve kullanım amaçlarına yoğunlaşmaktadır. Öğrencilerin okul içi ve okul dışı sosyal medya davranışlarının araştırıldığı çalışmada, gençlerin sosyal medyayı kullanma amaçlarındaki değişimlerin ve tutarsızlıkların belirlenmesi sayesinde anlık iletişim ortamlarının eğitim ve öğretim süreçlerinde daha

etkin kullanımını ortaya koymaktadır. Lu ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Davranış Ölçeği, öğrencilerin farklı ortamlarda sosyal medya kullanımı arasındaki örüntüyü ve sonuçlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Torun (2019) tarafından yapılan çalışmada bu ölçeklendirmenin Türkçeye uyarlanarak Türkiye’de üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının farklı ortamlardaki farklılaşmanın ölçülmesi amaçlanmaktadır. Daha önce ortaokul öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bir ölçeğin daha üst yaş gruplarında kullanılabilirliğini de gösteren bu çalışmanın literatüre katkı sağladığı belirtilmektedir. Uyarlama çalışmasında dil eşdeğerliğinin sağlandığı, amaçlayıcı faktör analizinin ve doğrulayıcı faktör analizinin yeterli düzeyi sağladığı, yapı geçerliliğinin, ayırıcılık geçerliliğinin ve güvenilirliğinin kabul edilebilir ölçeklerde olduğu görülmektedir. Bu konuda yapılmış Türkçe çalışmaların az sayıda olduğu belirtilmiş ve gelecek çalışmalar yol gösterici olabileceği vurgulanmaktadır.

Genel olarak hayatımızı kolaylaştıran ve hızlandıran teknolojiler ve uygulamalar olarak tanımlanan sosyal medya platformları işletmelerinde hedef kitleye ulaşma ve marka imajı yaratmada oldukça önemli bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye’de e-ticaretin özellikle pandemi dönemiyle yükseldiği ve sosyal medya mecraları üzerinden de sosyal ticaret adıyla yapılmaya başlandığı bilinmektedir. Haliyle e-ticaret endüstrisinde sosyal medya üzerinden pazarlama aktivitelerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Yüksekbilgili (2018) tarafından yapılan uyarlama çalışması ile kullanıcıların arama motorları ile ürün bilgisi arama, marka keşfetme, sosyal platformlar özelinde Y ve Z kuşağı kullanıcıların çevrim içi alışveriş yapma davranışlarının ölçümlenebilmesi sağlanabilmektedir. Sosyal Medya Pazarlama Aktiviteleri (SMPA) ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanan çalışmasının orijinali etkileşim, bilgisellik, kişiselleştirme, trend olma ve ağızdan ağıza olmak üzere beş faktörlü bir yapıya sahiptir. Uyarlama çalışması ile bu maddeler ile faktörlerin geçerliliği ve güvenilirlik değerleri ölçülmüş ve orijinal çalışmaya denk oranlar aldığı belirlenmiştir. Çalışma sonucunda 15 madde ve 2 alt boyuttan oluşan Türkçe SMPA ölçeği elde edilmiştir. Uyarlanan ölçek ile Türkçe literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir. Ölçek hedefleri bakımından incelendiğinde sosyal medya ve marka algısının oluşması, tutundurma çalışmalarının ölçülebilirliği, satış sonrası memnuniyet düzeyinin belirlenmesi gibi konularda araştırmacılara imkan sağlamaktadır.

Psikoloji ve din bilimleri alanında yapılan ölçek uyarlama çalışmasında sosyal medya ile hayatımıza giren ve psikolojik olarak belirlenmiş rahatsızlıkları da bulunan selfie çekme davranışının dini davranış ve dini ibadet ilişkilerindeki rolü ortaya koyulmaktadır. Selfie çekme davranışı öyle bir bağımlılığa dönüşmüştür ki kişinin hayatını dahi riske atmasına neden olabilmektedir. Ayrıca toplumsal normlarla ve ahlaki değerlerle de sık sık çatışmaktadır. Korkmaz (2020) tarafından, selfitis, narsisizm ve dindarlık arasındaki ilişkilerin ortaya koyulması amacıyla geliştirilen “Selfitis Ölçeği”nin Türkçeye çevrilmesi, araştırmacılar için bu konularda önemli bir ölçek olarak literatüre kazandırılmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında 17-42 yaş aralığında bulunan 200 üniversite öğrencisi çalışılmıştır. Bu araştırma, dini ibadet ile selfitis ve dindarlık/dini ibadet ile narsisizm arasında ilişkilerin olduğunu ve bu alanda diğer çalışmaların yapılabileceğini belirtilmektedir. Çalışma sonuçlarına göre Selfitis Ölçeğinin istatistikî değerleri göz önüne alındığında uyarlama çalışmasının güvenilir ve geçerli olduğu aktarılmaktadır. Narsisizm değişkeni bağlamında dindarlık ve dini ibadet arasında anlamlı düzeyde ve negatif yönde ilişkilerin olduğu gösterilmektedir.

Yapılan uyarlama çalışmalarının hepsinde doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizlerinin yapılarak ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğin belirlenmesinde kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca güvenilirliğin değerlendirilmesinde neredeyse tamamı Cronbach alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin katsayılarını incelenmişlerdir. İncelenen tüm uyarlama çalışmalarında uyarlanan ölçek çalışmalarının doğru, geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı oldukları belirtilmiştir. Sosyal medya ölçeklendirme çalışmalarının Türkçeye uyarlanması gerek literatüre yapılan bir katkı gerekse de araştırmacılar için farklı kültürlerde aynı çalışmanın veya varyasyonlarının

sonuçlarının ortaya çıkması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve politik olarak hayatımızın her alanını etkileyen sosyal medya kullanımlarının ölçülebilmesi ve değerlendirilebilmesi bu mecraların olumlu sonuçlar için kullanımının önünü açacak araçlar olarak görülmektedir.

5. Sonuç

Türkçeye uyarlanan sosyal medya ölçeklendirme çalışmaları üzerine yapılan bu araştırmanın literatüre katkıda bulunması hedeflenmiştir. Çalışmanın sonuçlarının bu alanda uygulamalar yapacak araştırmacılara rehberlik edebileceği düşünülmektedir. Günümüzde bilişsel alanların çoğuyla ilişkisi bulunan dijital okuryazarlık, yeni medya okuryazarlığı ve dijital yetkinlik gibi kavramlar, bireylerin çağın gereksinimlerine ayak uydurması adına belirleyici unsurlar olduğu kabul edilmelidir (Bayrakçı, 2022, s. 14). Bu unsurları kapsayan disiplinlerarası çalışmalara kaynaklık edebileceği düşünüldüğünde sosyal medya ölçek uyarlama çalışmalarının önemli dikkat çekmektedir.

Çalışma kapsamında Türkçeye uyarlanan 10 ölçek uyarlama çalışması belirlenmiş, bunların 7'si eğitim bilimleri, 2'si sosyal bilimler, 1'i psikoloji alanında yapıldığı görülmüştür. Uyarlama çalışmalarının geçerlik ve güvenilirlik ölçümlerinin doğrulayıcı ve açıklayıcı faktör analizleri yapılarak ortaya koyulduğu ve ölçeğin güvenilirliğinin değerlendirilmesi amacıyla Cronbach alfa ve Kaiser-Meyer-Olkin katsayılarının incelendiği görülmektedir. Ölçek uyarlama çalışmalarının dikkat çeken bir diğer özelliği ise çoğunluğunun odak grup olarak okul çağındaki çocuk ve gençleri kapsadığıdır. Bu durum bizlere dijital göçmenler olarak tanımladığımız ve sosyal medyanın zararlı etkilerinin görülebildiği yetişkin ve ileri yaşları kapsayan araştırmalara ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Ölçek uyarlama süreçleri dikkate alındığında süreçlerin belirlenen kriterleri dikkate aldıkları çeviri, geri çeviri, uzman paneli, pilot grup çalışması sonrası geçerlik ve güvenilirlik adımlarını takip ettikleri görülmektedir. Ancak yapılan ölçek uyarlama çalışmalarında dikkat çeken bir nokta dil ve kültürel farklılıklar nedeniyle bazı ölçek maddelerinin aynı veya anlamsız olarak algılandığı, bunun da ölçeklendirmede aslında var olan durumun belirtilmemesine sebep olduğu görülmektedir. Ayrıca sosyal medya ve e-ticaret kavramlarının bir araya geldiği sosyal ticaret gibi yeni oluşumlar üzerine ölçeklendirme ve uyarlama çalışmalarının yapılmasının yararlı olacağı belirtilmelidir. Ölçek uyarlama çalışmaları sayesinde gerek toplumsal gerekse akademik alanlarda birçok farkındalık ortaya çıkmakta, güvenli ve doğru sonuçlara ulaşılmaktadır. Bununla birlikte her geçen gün daha fazla kullanıcıya erişen sosyal medya ağlarının birey ve toplumlar üzerine etkililiğine yönelik özellikle Türkçe literatüre katkı sunabilecek daha fazla çalışmanın yapılması gerektiği söylenebilir.

6. Kaynakça

- Baker, D. A., & Algorta, G. P. (2016). The Relationship Between Online Social Networking and Depression: A Systematic Review of Quantitative Studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 638–648.
- Bayrakçı, S. (2022). *Dijital Okuryazarlık Kavramlar, Modeller ve Ölçüm*. Konya: Çizgi Yayınevi.
- Brooks, S. (2015). Does Personal Social Media Usage Affect Efficiency And Well-Being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26-37.
- Çapık, C., Gözü, S., & Aksayan, S. (2018). *Kültürlerarası Ölçek Uyarlama Aşamaları, Dil ve Kültür Uyarlaması: Güncellenmiş Rehber*. Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi, 26(3), 199-210.
- Deniz, K. Z. (2007). Psikolojik Ölçme Aracı Uyarlama. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 40(1), 1-16.

- Erkuş, A. (2007). Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında karşılaşılan sorunlar. *Türk Psikoloji Bülteni*(40), 17-25.
- Erzen, E., & Odacı, H. (2021). Sosyal Medya Kullanım bozukluğu Ölçeği: Türkçe Uyarlama Çalışması. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 520-535.
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The Dark Side Of Social Networking Sites: An Exploration Of The Relational And Psychological Stressors Associated With Facebook Use And Affordances”, *Computers in Human Behaviour*, 45(1), 168-176.
- Korkmaz, S. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Selfitis, Narsizim, Dini Davranış ve Dini İbadet İlişkisi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1089-1119.
- Lu, J., Hao, Q., & Jing, M. (2016). Consuming, sharing, and creating content: How young students use new social media in and outside school. *Computers in Human Behavior*, 64, 55-64.
- Özgüngör, S., & Arıcıoğlu, A. (2020). Nesneleştirilmiş Beden Bilinci Ölçeği-Genç Formunun Türkçeye Uyarlanarak Kendini Nesneleştirmenin Sosyal Medya Kullanımı ve Beğenilme Arzusu Arasındaki İlişkide Aracı Rolünün İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23-49.
- Öztürk, N. B., Eroğlu, M. G., & Kelecioğlu, H. (2015). Eğitim Alanında Yapılan Ölçek Uyarlama Makalelerinin İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 40(178), 123-137.
- Öztemel, K., & Traş, Z. (2017). Facebook Yoğunluğu Ölçeği'nin (FYÖ) Türkçeye uyarlanması: Faktör Yapısı ve güvenirliğinin İncelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(2), 91-101.
- Rıdvan Ata, M. M. (2019). İnternet Tabanlı Epistemolojik İnançlar Ölçeği Türkçe Uyarlama Çalışması ve Öğretmen Adayları İle Bir İnceleme. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 893-908.
- Sarıçam, H., & Karduz, F. F. (2018). Sosyal Medya Kullanım Bozukluğu Ölçeği'nin Türk Kültürüne Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 116-135.
- Yüksekbilgili, Z. (2018) Sosyal Medya Pazarlama Aktiviteleri Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21(2), 149-157.
- Taş, İ. (2017). Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Kısa Formunun (SMBÖ-KF) Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 4(1), 27-40.
- Torun, E. D. (2019). Sosyal Medya Davranışları Ölçeklerinin Türkçe Formunun Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(32), 217-234.
- Turan, S., & Şişman, M. (2013). Eğitim yönetimi alanında üretilen bilimsel bilgi ve batılı bilishtarzının eleştirisine giriş. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 19(4), 505-514.
- Tuğtekin, U. (2021). Yükseköğretimdeki Genç Yetişkinler İçin Sosyal Medya Yeterlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması. *Bolu Abant İzzet baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(4), 1110-1126.
- wearesocial.com. (2022, Ocak). DIGITAL 2021. Ocak 2022 tarihinde <https://wearesocial.com/>: <https://wearesocial.com/> adresinden alındı.

Türkiye’de Sosyal Bilimler Alanında Anket Yönteminin Kullanımına Yönelik Bir İnceleme

Doğancan ÜLKER*

*Marmara Üniversitesi,
İşletme Fakültesi, Yönetim
Bilişim Sistemleri Bölümü,
dogancan.ulker@marmara.
edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0002-0889-370X>

Anahtar Sözcükler

Anket Metodu, Anket
Metodu Eleştirisi, Bilimsel
Araştırma Yöntemleri.

Key Words

Survey Method, Survey
Method Criticism, Scientific
Research Methods.

Atıf/Citation

Ülker, D. (2022). Türkiye’de
Sosyal Bilimler Alanında
Anket Yönteminin Kulla-
nımına Yönelik Bir İncele-
me. ISophos: Uluslararası
Bilişim, Teknoloji ve Felsefe
Dergisi, Cilt 4, Sayı 8, ss:
11-176

Özet

Sosyal bilimler alanında çokça tercih edilen anket metodunun, çevrimiçi ve ücretsiz anket uygulamalarının yaygınlaşmasıyla sosyal bilimler alanında çokça tercih edildiği; bazı araştırmalarda daha güvenilir sonuçlar ortaya koyabilecek metotlar kullanmak mümkünken bu sebeplerden dolayı anket metodunun kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, başlığında sosyal medya ibaresi geçen Dergipark makaleleri listelenmiş, yöntemleri tek tek tespit edilmiş ve anket yöntemini kullanan çalışmalar incelenerek, başka bir yöntem kullanılıp kullanılmayacağı ekseninde kritize edilmiştir. Yapılan tespit sonucunda 30 bilimsel makaleden 10 tanesinin anket yöntemini kullandığı ancak bu çalışmaların 9’unda başka yöntemler izlenebileceği tespit edilmiş olup, anket yönteminin maliyet, kolaylık vb. sebeplerden çokça tercih edildiği ortaya konmuştur.

A Study on the Use of Survey Method in the Field of Social Sciences in Turkey

Abstract

The survey method, which is widely preferred in the field of social sciences, has been widely preferred in the field of social sciences with the spread of online and free survey applications; while it is possible to use methods that can produce more reliable results in some studies, it is seen that the survey method is used for these reasons. In this study, Dergipark articles with the phrase “social media” in the title are listed, their methods are determined one by one, and studies using the survey method are examined and critiqued on the axis of whether another method can be used. As a result of the determination made, it was determined that 10 out of 30 scientific articles used the survey method, but other methods could be followed in 9 of these studies. It has been shown to be preferred for many reasons such as low cost, easiness, etc.

1.Giriş

Anket, insanların yaşam koşullarını, davranışlarını, tutumlarını, inançlarını verileştirmeye yarayan bir veri toplama yöntemidir (Thomas, 1998). Türkiye’de anket çalışmalarının bilimsel araştırmalarda kullanımındaki popülerliğinin özellikle dijital anketlerin yaygınlaşmasıyla kolay uygulanabilirlik, düşük maliyet, kolaylık vb. etmenlerden ötürü artış gösterdiği ve bilimsel çalışmaların kalitesinin sorgulanır hale geldiği düşünülmektedir (İlter, 2021). Bu çalışmada anket çalışmalarının kullanımı bu

doğrultuda irdelenmiştir.

Günümüzde sıkça elektronik posta, kısa mesaj veya mobil uygulama mesajları yoluyla anket katılımına çağrı alınmaktadır. Bu fenomen, bilimsel araştırmalarda anket metodu tercihinin sorgulanmasından ziyade anketlerin ne kadar hedef kitleye uygun olarak dağıtıldığını da sorgulatır hale getirmekte ve bilimsel çalışmaların güvenilirliğine zarar vermektedir. Bu çalışmada sosyal bilimler alanında yayınlanan makalelerin yöntemleri incelenerek, anket yönteminin diğer yöntemleri kullanmak mümkün olduğu halde tercih edildiği çalışmaların oranını bulmak hedeflenmiştir.

2. Anket Yöntemi

Anket; kişilerden çeşitli konularda, planlı ve standart biçimde bilgi almak için geliştirilmiş olan ve özellikle epidemiyolojik ve sosyolojik araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Oğur & Tekbaş, 2003). İnternetin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan ücretsiz çevrimiçi anket servisleri ve diğer bilimsel araştırma yöntemlerinin maliyetlerinin artmasıyla sosyal bilimlerde sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Literatürde anket tasarımının bir bilim olmaktan ziyade bir sanat olduğu yönünde yaklaşımlar mevcuttur (Churchill & Iacobucci, 2006) (Kinnear & Taylor, 1996). Buradan hareketle anket tasarımında bazı farklı bakış açıları ya da göreceli durumlar yaşanması mümkündür. Ölçek geliştirme standartlarıyla bu olumsuz durumlar minimize edilmeye çalışılsa da böyle bir fenomen olduğu açıktır.

2.1 Anket Yönteminin Avantajları

Anket yönteminin avantajları Arıkan'a göre (Arıkan, 2018) aşağıdaki gibidir:

- Güncel ve yeni veriler anket yoluyla elde edilebilir.
- Verileri kısa zamanda elde etme imkânı vardır.
- Çok farklı kişilerden çok değişik ve çeşitte veri elde etmek mümkündür.
- Anket yoluyla veri toplamanın maliyeti, diğerlerine göre çoğu zaman daha düşüktür.
- Bazen, ihtiyaç duyulan verileri anket dışında başka yöntemle elde etme olanağı yoktur.
- Anketi, istenilen kapsamda ve ayrıntıda düzenlemek mümkündür.
- Kapalı uçlu soruları yanıtlamak kolaydır.
- Hemen her alanda anket yapmak mümkündür.
- Anketlerde kimlik sorulmadığı ve imza istenmediği için, herkes çekinmeden yanıtlayabilir.
- Yanıtlayanın anonim kalması nedeniyle veya sorularda üçüncü şahıs tekniği ile normalde konuşulmak ya da cevaplanmak istenmeyen hususlar anketlerde ele alınabilir.
- Veri toplamak dışında; promosyon, tanıtım, iletişim vb. amaçlarla da anket yapılabilir.
- Anket, her kesimin anladığı ve genellikle de itibar ettiği bir yöntemdir.
- Kurum içi, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde anketler yapılmaktadır.
- Profesyonel anket uygulamaları günümüzde artık, bilimsel kimlik kazanmış ve kurumsallaşmıştır.

Ücretsiz çevrimiçi anket servislerinin yaygınlaşmasıyla anket kullanımının çokça avantaj sunduğu görülmektedir.

2.2 Anket Yönteminin Dezavantajları

Anket yönteminin “katılımcı anketi ve soruları doğru anlar ve yorumlar” ve “katılımcı anketteki soruları dürüstçe cevaplamaya hazırdır” şeklinde iki tehlikeli varsayıma dayandığı açıktır (Özbüyüktürk, 2005). Öte yandan bilgi toplamanın zor olduğu problemleri kültürel içeriklerde (doğum kontrolü, din, cinsellik vb.) anket doldurtmanın zorluğu unutulmamalıdır. Anketlerin yapılış yöntemi de bilgi toplama anlamında dezavantaj yaratabilmektedir; örneğin politik sorular içeren bir anket, demokrasisi problemleri ülkelerde telefon yoluyla yapıldığında katılımcı istediği cevapları vermekten imtina edebilir. Bir başka dezavantaj olarak ise anketlerin zaman olarak uzunluğu ve katılımcıların motivasyonel problemleri yaşaması gösterilebilir. Çok fazla kritik dezavantajı bulunan anket yönteminin, tek başına bir bilimsel yöntem olarak ne kadar güvenilir dizayn edilebileceği, ürettiği çıktılardan yola çıkılarak varılan tespitlere ne kadar güvenilebileceği tartışmaya açık bir husus olmakla birlikte, literatürde bu türden sorgulayıcı çalışmalara çok az rastlanmaktadır.

3. Türkiye’de Sosyal Bilimlerde Anket Kullanımı

1994-2012 dönemine ait pazarlama alanındaki 184 doktora tezinin yüzde 59’unda anket yöntemi tercih edilmiştir, bir başka örnek olarak eğitim alanında 2003-2007 dönemine ilişkin 211 tezde de yüzde 58 oranında anket yöntemine başvurulmuştur (Karadağ, 2010). Hem pazarlama hem de eğitim çok farklı güvenilir veri toplama yöntemlerine müsait, uygulama sahası bolca bulunan alanlar olmasına rağmen akademik çalışmaların yarısından fazlasında anket metodunun kullanımı düşündürücü bir realitedir.

Türkiye’de bilimsel araştırmalara ayrılan kaynak ve bu kaynaklardan faydalanma oranlarının düşük olması sebebiyle bazı çalışma türlerinde araştırmacılar anket yöntemini ucuzluğu sebebiyle tercih ediyor olabilirler, ancak literatürde bu durumu irdeleyen bir çalışma veya veri bulunamamıştır. Türkiye’de akademik terfi sistemi, niceliği ön planda tutan ve çalışmaları çeşitli endekslerden yola çıkarak bir puanlama sistemiyle puanlamak suretiyle işletildiği için araştırmacıların niteliği yüksek yayın yerine adetçe yüksek yayına ihtiyacı olmakta ve bu da kolaylığı ve ucuzluğu sebebiyle, başka veri toplama olanakları mümkün olsa dahi anket yöntemini tercih etmeye yönlendirebilmektedir. Ancak literatürde bu durumu irdeleyen bir çalışma veya veri bulunamamıştır.

4.Yöntem

4.1 Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, sosyal bilimler alanında üretilen bilimsel çalışmalarda kullanılan metodlar arasında, yaygınlaşan ve kolaylaşan anket metodunun kullanımının başka metodların kullanımı mümkün olduğu halde tercih edilip edilmediğini ortaya koymaktır.

4.2 Araştırmanın Metodu

Bu çalışmada Dergipark web sitesinde (dergipark.org.tr) yayınlanmış olan, başlığında “sosyal medya” ifadesi geçen ve yayın türü “Araştırma Makalesi” olan çalışmalar aranmış, bulunan sonuçlar yeniden eskiye doğru (Dergipark veritabanına alınma tarihine göre) sıralanarak ilk 30 sonuç ele alınmıştır. Bu çalışmalar tek tek incelenerek kullandıkları yöntemler tespit edilmiş ve elektronik tabloya işlenmiştir. Bu sorgulama 15 Şubat 2022 tarihinde yapılmıştır.

5. Bulgular

Yapılan sorgu sonucunda tespit edilen 30 makalenin 10 tanesinin anket yoluyla yapılmış olduğu tespit edilmektedir. Diğer çalışmalarda ise derleme, odak grup çalışması, içerik analizi ve göstergebilim yöntemleri tercih edilmiştir. Oyman’ın Sosyal Medya Dindarlığı isimli çalışması (Oyman, 2016) yüz kişilik bir anket çalışmasına dayanmakta ve sosyal medya kullanımı ile dindarlık arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Çalışmada yüz yüze görüşme yoluyla anket tercih edildiği, Van iliyle sınırlı tutulduğu ve “Kendinizi dini açıdan hangi

seviyede görüyorsunuz?” gibi yüz yüze cevaplanması kültürel nedenlerle kolay olmayan sorular barındırması gibi faktörler göz önüne alındığında bu anket çalışmasının sağlıklı sonuçlar verebilmesi mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada, yüz kişinin kendilerinden izin alınmak suretiyle sosyal medya paylaşımları ve hareket dökümlerinin analiziyle gerçekleştirilerek daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilirdi.

Özdemir’in Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı isimli çalışması (Özdemir, 2019) 242 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya bağımlılık durumunu incelemektedir. Çalışmada da belirtildiği gibi, bağımlılık tıbbi bir durum olmakla birlikte anket yoluyla değerlendirilmesinin sağlıklı olmayacağı, herhangi bir bağımlılığa sahip olan kişinin bu bağımlılıkla ilgili sorulara doğru cevaplar verememe durumu göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, çalışmada da belirtildiği üzere araştırmacı çalıştığı kurumun öğrencilerini ankete davet etmiş olup, öğrencilerin ankete katılma motivasyonu tartışılabilir. Bu çalışmada belli miktarda öğrencinin, akıllı telefonların kolaylıkla sunduğu kullanım analizi verilerini inceleyerek daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilirdi.

Akyürek’in Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları isimli çalışması (Akyürek, 2020) 20 farklı liseden 404 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Bir grubun bir olguya karşı olan tutumlarını incelemek için anket çalışması uygun bir yol olmakla birlikte, bu çalışma da Özdemir’in çalışmasına önerildiği gibi öğrencilerin kullanım verileriyle desteklenerek daha sağlıklı sonuçlar üretebilirdi.

Güney ve Taştepe’nin Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı isimli çalışması (Güney & Taştepe, 2020) 500 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve ergenlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir. Gürkan ve Demirel’in Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal Medya İlişkilerine ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi isimli çalışması (Gürkan & Demirel, 2021) 363 kişinin katıldığı bir ankete dayanmakta olup, Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Faiz ve Avcı’nın Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyaya Yönelik Tutumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi isimli çalışması (Faiz & Karasu-Avcı, 2019) 213 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımı ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Soner ve Yılmaz’ın Ergenlerde Sosyal Medyada Beğenilmeme Korkusu isimli çalışması (Soner & Yılmaz, 2021) 748 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve ergenlerin sosyal medyada beğenilmeme korkusunu incelemektedir. Bir grubun bir olgu karşısındaki tutumunu ölçmek istediği için anket metodu yerinde bir uygulamadır.

Çakmak ve Müezz’in Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi (Çakmak & Müezz, 2018) 174 katılımcının katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin kişilerarası iletişim düzeylerinin sosyal medya kullanımı düzeyleri ile istatistiksel olarak ilişkili olup olmadığını incelemektedir. Sosyal medya kullanım düzeyinin anketle ölçülmesi yerine akıllı telefonların kolaylıkla sunduğu kullanım analizi verileri toplanarak çalışmaya dahil edilebilse de anket yoluyla da tutarlı bilgi toplanabilmiştir.

Aslan ve Ballı’nın Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları (Aslan & Ballı, 2020) isimli çalışması 243 öğrencinin katıldığı bir anket çalışmasına dayanmakta ve üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya bağımlılık durumunu incelemektedir. Özdemir’in çalışmasıyla ilgili yapılan değerlendirmeler bire bir bu çalışma için de geçerlidir.

Sağlam'ın Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Şiddeti Algısı (Sağlam, 2021) isimli çalışması 16 katılımcı ile e-posta yoluyla anket çalışmasına dayanmaktadır. Her ne kadar e-posta yoluyla görüşme şeklinde açıklansa da, aslında bir çeşit anket gibi uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırmacının evreni yetersiz görünmektedir.

Bu 10 (on) çalışmanın analizi sonucunda, 9 (dokuz) çalışmanın daha güvenilir bir bilimsel yöntem kullanmaya elverişli olduğu düşünülmektedir. Bulguları aşağıdaki gibi tablolastırmak mümkündür:

Tablo 1: İncelenen Çalışmaların Anket Dışında Bir Bilimsel Yöntem Kullanmaya Elverişli Olup Olmadığının Değerlendirilmesi

Çalışmanın Yazarı	Anket Dışında Daha Etkili Bir Bilimsel Yöntem Kullanmaya Elverişli Mi?
Oyman	Evet
Özdemir	Evet
Akyürek	Evet
Güney ve Taştepe	Evet
Gürgeç ve Demirel	Evet
Faiz ve Avcı	Evet
Soner ve Yılmaz	Hayır
Çakmak ve Müezziz	Evet
Aslan ve Ballı	Evet
Sağlam	Evet

6. Tartışma ve Sonuç

Sosyal bilimlerde araştırmacıların en çok tercih ettiği yöntemlerin başında gelen ve sebeplerini önceki bölümlerde irdedeğimiz anket metodu, ucuzluğu ve kolaylığı sebebiyle tercih edilmektedir. Muhtemelen “rica etsem anketi doldurur musunuz” minvalinde bir mesaj almamış Türk vatandaşı kalmamıştır. Bir ülke, muasır medeniyetler seviyesinde yer alabilmek adına bilimde öne geçmeli, bilimde öne geçebilmek içinse bilimsel araştırmaları teşvik etmelidir. Anket dışında, daha güvenilir veriler toplamanın mümkün olduğu pazarlama, işletme, yönetim bilişim sistemleri, bilişim vb. alanlarda anketin son tercih edilen yöntem haline gelmesini sağlamak bilim camiasının görevlerinden biri olarak addedilmeli, ayrıca anket yöntemi başlı başına, en azından bu alanlardaki bilim camiasınca tartışmaya açılmalıdır.

R Studio vb. açık kaynak kodlu veri analizi yazılımlarının yaygınlaşması ve kullanımıyla ilgili Türkçe içeriğin de artmasıyla ve ayrıca açık veri kavramına verilen önemin artmasıyla, araştırmacılar anket yönteminden çok daha güvenilir veri setleriyle araştırmalar yapmaya başlamış olup, sayıca artmaları için teşvikler sağlanmalı, özellikle akademide terfi sistemi nicelikten vazgeçip niteliği ön plana alacak şekilde sil baştan kurgulanmalıdır.

7. Kaynakça

- Çakmak, S., & Müezziz, E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(3), 196-203.
- Özbüyüktürk, Ş. (2005). Anket Geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 133-151.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Akyürek, M. İ. (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 58-92.
- Arıkan, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme. *Haliç Üniversitesi Sosyal*

- Bilimler Dergisi, 97-159.
- Aslan, T., & Ballı, E. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 59-74.
- Churchill, G. A., & Iacobucci, D. (2006). Marketing research: methodological foundations. New York: Dryden Press.
- Faiz, M., & Karasu-Avcı, E. (2019). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları. Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi, 3(2), 146-166.
- Güney, M., & Taştepe, T. (2020). Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 9(2), 183-190.
- Gürkan, U., & Demirel, N. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal İlişkilerine Ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 8(3), 79-104.
- İlter, H. K. (2021). Anket Çalışmalarıyla Bilim Yapmak. Şubat 8, 2022 tarihinde H Kemal İlter: https://hkilter.com/index.php?title=Anket_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fmalar%-C4%B1yla_Bilim_Yapmak adresinden alındı
- Karadağ, E. (2010). Eğitim bilimleri doktora tezlerinde kullanılan araştırma modelleri: Nitelik düzeyleri ve analitik hata tipleri. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 1(1), 49-71.
- Kinnear, T., & Taylor, J. (1996). Marketing research: an applied approach. McGraw-Hill.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 125-167.
- Oğur, R., & Tekbaş, Ö. (2003). Anket nasıl hazırlanır. Sted, 12(9), 336-340.
- Sağlam, M. (2021). Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Şiddeti Algısı. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(3), 255-268.
- Soner, O., & Yılmaz, O. (2021). Ergenlerde Sosyal Medya Beğenilmeme Korkusu. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2), 533-554.
- Thomas, R. M. (1998). Conducting educational research: A comparative view. Greenwood Publishing Group.

Eleştirel Düşünme ile Karar Verme Arasındaki İlişki Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme

Yıldız KANLI* - İbrahim KISAÇ**

*Milli Eğitim Bakanlığı
yildizkanli@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0003-3045-0910>

**Pamukkale Üniversitesi
ikisac@yahoo.com
 <https://orcid.org/0000-0003-4261-1769>

Anahtar Sözcükler

Eleştirel Düşünme, Eleştirel
Düşünür, Karar Verme.

Key Words

Critical Thinking, Critical
Thinker, Decision Making

Atıf/Citation

Kanlı, Y. & Kısac, İ. (2022).
Eleştirel Düşünme ile
Karar Verme Arasındaki
İlişki Üzerine Niteliksel Bir
Değerlendirme. ISophos:
Uluslararası Bilişim, Tekno-
loji ve Felsefe Dergisi, Cilt
4, Sayı 8, ss: 17-28.

Özet

Bu araştırmanın amacı, üst düzey düşünme becerilerinden olan eleştirel düşünme ve karar verme süreçlerinin çok boyutlu olarak analiz edilmesidir. Bu doğrultuda eleştirel düşünme ve karar vermenin kuramsal çerçeve ve temel unsurlarının tespiti araştırmanın alt amaçlarındandır. Bu araştırma, genel tarama modelinde nitel bir araştırmadır. Araştırmada, eleştirel düşünme ve karar verme başlıkları doküman analizi tekniği kullanılarak ele alınmıştır. Taranan veri araçları, kitaplar, tezler, makaleler, raporlardır. Eleştirel düşünme ve karar vermenin ne olduğu, ayırt edici nitelikleri gibi konulara değinilmiştir. Araştırma sonucunda taranan veriler, araştırmanın problemine uygun olarak sınıflandırılmış, kendi iç dinamikleri ile senteze ulaşılmaya çalışılmıştır. Buna göre, eleştirel düşünme ve karar vermenin standartlarının ve özelliklerinin uyum halinde olduğu görülmüştür. Her iki düşünme biçiminin mantıklı ve rasyonel olma, öngörü, belli bir problemin çözümüne yönelik olma, değerlendirme kriterlerine sahip oldukları da tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra önyargı, geçmiş yaşantıların bu düşünme biçimleri üzerinde engel olduğu ve her zaman risk unsurunu da içerisinde taşıdığı görülmüştür.

Abstract

A Qualitative Assessment on the Relationship Between Critical Thinking and Decision Making

The aim of this research is to analyze the critical thinking and decision making processes, which are high-level thinking skills, in a multidimensional way. In this direction, determining the theoretical framework and basic elements of critical thinking and decision making is one of the sub-objectives of the research. This research is a qualitative research in the general screening model. In the research, the topics of critical thinking and decision making were handled by using document analysis technique. Scanned data tools are books, theses, articles, reports, etc. Subjects such as what critical thinking and decision-making are and their distinctive qualities are mentioned. As a result of the research, the scanned data were classified in accordance with the research problem, and a synthesis was tried to be reached with their own internal dynamics. Accordingly, it has been seen that the standards and characteristics

of critical thinking and decision making are in harmony. Both ways of thinking; It has also been determined that they have the criteria of being logical and rational, foresight, being oriented towards the solution of a certain problem, and evaluation. In addition, it has been observed that situations such as prejudice and past experiences hinder these ways of thinking and always carry the risk factor.

1. Giriş

Düşünmek, zihnin belli bir konuya yönelerek o konu hakkında sorgulayıcı, analiz edici ve sentezleyici unsurları işe katarak zihinsel veya eylem alanına yönelmesidir. İnsan düşüncesi bilgi ve teknolojide yaşanan hızlı değişime paralel bir evrim içerisinde. Bu paralellik düşünme süreçleri ve araçlarını değiştirmekte ve tüm insanların ivme kazanmış bu yeni düşünme biçimlerine adapte olmasını beklemektedir. Düşünme bir sorunu çözmek, karar almak ya da anlayış geliştirmek üzere ortaya konulan bilinçli bir zihinsel süreçtir (Ruggiero, 2017: 51-52). Hızlı bir şekilde değişmekte olan yaşam, insanların bu değişen koşullara uyum sağlamasını gerektirebilmektedir. Bu da ancak etkili ve üst düzey düşünme becerilerine sahip olmakla mümkün görünmektedir. Bu noktada geçmişten bugüne önemini hala koruyan eleştirel düşünme ve bunun zihinsel ve uygulamadaki yansıması olan karar verme süreçleri hakkındaki çalışmalar hem geçmiş hem de gelecek kuşaklar için gerekli ve işlevsel bir konumda yerini korumaktadır.

Üst düzey düşünme becerilerinden olan eleştirel düşünme ve rutin karar almanın dışındaki karar verme süreçlerine etki eden birçok değişken bulunmaktadır. Bu becerilerin kazandırılmasında aile ve okullara büyük iş düşmektedir. Okullarda verilen “Düşünme Eğitimi” ve “Felsefe” dersleri her ne kadar eleştirel düşünmeyi geliştirici bir işlev olarak görülse de eleştirel düşünmeyi kazandırmada yetersiz olduğu düşünülmektedir (Alkın-Şahin ve Tunca, 2015: 193). Sadece bilgi aktarmaya odaklı bir öğretim anlayışı, aktarılanları aynen alan, kabul eden ve hatta aynen hatırlayan insan tipini oluşturmaktadır. Bunun sonucunda sorgulamayan, değişim ve gelişimlere ayak uyduramayan, problemlere çözüm üretemeyen, ne verilirse alıp kabul eden, yanlışları tespit edemeyen ve gelecekle ilgili olası durumları kestiremeyen bireyler yetiştirilmektedir (Kurnaz, 2013: 1). Öğrencilerin özerkliğine saygı gösterilmesi ve onları yaşamda başarıya ve demokratik vatandaşlığa hazırlaması temelinde eleştirel düşünmenin bir eğitim hedefi olarak benimsenmesi tavsiye edilmektedir. Eleştirel düşünme herhangi bir amaç için herhangi bir konu hakkında dikkatli düşünmeyi kapsayacak şekilde tasarlanırsa o zaman problem çözme ve karar verme, bir tür eleştirel düşünme olacaktır (Hitchcock, 2018). Eleştirel düşünme argümanları veya önermeleri değerlendirmenin ve inançların gelişimine rehberlik edebilecek ve eyleme geçebilecek yargılarda bulunmanın disipline edilmiş zihinsel etkinliğidir (Huitt, 1998). Bu bağlamda bilginin sadece kullanıcısı değil aynı zamanda üreticisi olan bireyler yetiştirmede, üst düzey düşünme becerilerinden olan eleştirel düşünme ve karar verme önemli mekanizmalardır.

Sumner’a (1906) göre eleştirel düşünme, her türlü önermenin gerçeğe uygun olup olmadığının anlaşılması için incelenmesini ve denenmesini içermektedir. Eleştirel düşünme, eğitim ve öğretimin ürünüdür. Bu düşünme alışkanlığı yaşamda karşılaşılan sorunlara yaklaşım biçimi olduğundan, bir toplumda yaygın hale gelirse, o toplumun bütün görenek ve değerlerine nüfuz eder. Dolayısıyla insanların kendileri ve dünyevi koşullarının yanlıya, aldatmaya, hurafelere ve yanlış anlamalara karşı tek garantisi bu düşünme biçimidir. Eleştirel düşünmeyi öğrenen insanlar kürsüdeki kişilerin söyledikleri karşısında kendilerini kaybetmezler. Onların bir şeye inanmaları zaman alır. Onlar savundukları şeyleri değişik derecelerde olası ya da olanaklı şeyler olarak görürler. Kanıtların ortaya çıkmasını bekler ve sunulan kanıtları değerlendirirler. Önyargılarına hizmet eden sözlere ve her türlü aldatıcı vaade karşı tavırları nettir. Eleştirel düşünme yetisi kazanmak insanları iyi birer yurttaş yapmaktadır. Bu bağlamda iyi bir yurttaş olmak için alınan kararların üst düzey zihinsel düşünme süzgecinden geçirilmesi de gerekmektedir.

Karar verme de eleştirel düşünme sürecindeki zihinsel eylem türlerinden biri olarak oldukça önemlidir (Hitchcock, 2018). Güçray'a (2001) göre karar verme, bir ihtiyacı karşılamak için ulaşılmak istenen amaçların belirlenerek gerekli bilgilerin edinilmesi ve aynı zamanda bu bilgilerin değerlendirilerek seçeneklerin oluşturulması ve bu seçeneklerden duruma en uygun olanın belirlenmesidir. Karar verme sürecinde etkili olan birçok unsur vardır. Ancak bu araştırmada rutin karar vermenin dışındaki karar süreçleri ele alınmıştır. Bunun yanı sıra, eleştirel düşünme ve karar verme ile alakalı veriler sınıflandırılmış ve senteze ulaşılmaya çalışılmıştır.

2. Araştırmanın Amacı

Bu nedenle araştırmanın amacı, eleştirel düşünme ve karar vermenin ne demek olduğu ve ayırt edici niteliklerinin belirlenmesidir. Araştırmanın alt amaçları “Eleştirel düşünmenin ve karar vermenin temel unsurları nelerdir?”, “Eleştirel düşünmenin ve karar vermenin kuramsal çerçevesi nedir?” şeklindedir. Araştırmada eleştirel düşünme ve karar vermenin kendi iç dinamiklerine, birbirleriyle olan ilişkisine yer verilmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma genel tarama modelinde nitel bir araştırmadır. Genel tarama modeli, geçmişte veya halen mevcut olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2018: 109). Nitel araştırmada, doğrudan gözlem ve görüşmelerin olanaklı olmadığı durumlarda veya araştırmanın geçerliliğini artırmak için doküman analizi incelemesi veya analizi tek başına bir araştırma yöntemi olabilmektedir. Doküman analizi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini de kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 189). Bu araştırmada eleştirel düşünme ve karar verme başlıkları doküman analizi tekniği kullanılarak ele alınmıştır. Bu çalışmada taranan veri araçları, kitaplar, tezler, makaleler, raporlar vb'dir. Taranan veriler, genel taramanın ilkelerine uygun olarak, kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemlerini kapsamaktadır. Ayrıca taranan veriler, araştırmanın problemine uygun olarak dokümanların analiz edilmesiyle sınıflandırılmış ve senteze ulaşılmaya çalışılmıştır.

4. Eleştirel Düşünmenin Tanımı, Özellikleri ve Aşamaları

Düşünmenin temel yapıtaşlarından biri olan eleştirel düşünme geçmişten bugüne önemini korumaktadır. İnsan olmak, düşünme ve akletmeyi içinde barındıran bir yapıdadır. 21. yüzyılla birlikte her ne kadar farklı düşünme stratejileri ortaya çıksa da eleştirel düşünme var olduğu konumu hala korumaktadır. Bir kanıtı analiz ederken, gerekçeler ve nedenlerini birbirinden ayırt etmede eleştirel düşünme çok yardımcıdır (Horner ve Westacott, 2018: 10). Eleştirel düşünme, etimolojik olarak kökeni Yunancadan gelmektedir. Kelime köken itibarıyla “standartlara bağlı olarak anlayışlı yargı” demektir (Paul ve Elder, 2013: xxvii). Bu kavramın kökeni Yunan filozof Sokrates'e kadar gitmekte olup problem çözme, karar verme, sonuç çıkarma, analiz etme, yorumlama ve değerlendirme gibi üst düzey yeterlilikler gerektirmektedir (Kestel ve Şahin, 2018). Eleştirel düşünme için gerekli iki koşul bulunmaktadır. İlki, düşünme yansıtıcı olmalıdır; insanların kendi düşünceleri hakkında düşüncelerini (refleksiyon) içermelidir. İkinci olarak da bu yansıtıcı düşünme yüksek standartları içermelidir (Korkmaz, Çakır ve Özden, 2015: 49). Alanyazında eleştirel düşünme hakkında çeşitli tanımlar vardır. Bunlardan bazıları şöyledir:

- Eleştirel düşünme; iyi kurulmuş yargıyı hedefleyen, açık bir şekilde düşünme, bir şeyin gerçek erdemini ya da değerini belirlemek için bir girişimde bulunmak adına uygun değerlendirme standartlarını kullanmaktır (Paul ve Elder, 2013: xxvii).
- Eleştirel düşünme, en iyi dünya görüşünü geliştirme ve onu hayatın her alanında kullanmak olarak da tanımlanabilir. Dünyadan edinilen bilgi, sorular ve sonuçlarla filtrelenerek yeni bir dünya görüşü oluşmaktadır. Ardından bu dünya

görüşü, sorular ve sonuçlar tarafından kullanılır, karar verme ve harekete geçme ile sonuçlanır (Jason, 2001: 2).

- iii. Eleştirel düşünmenin özü değerlendirmedir. Bu nedenle iddia ve argümanların test edildiği ve hangilerinin değerli hangilerinin değersiz olduğuna karar verildiği bir süreç olarak da tanımlanabilmektedir (Ruggiero, 2017: 52).
- iv. Eleştirel düşünmenin üç parçası vardır: bunlardan ilki eleştirel düşünme soru sormayı içermektedir. İkinci olarak eleştirel düşünme bu bahsi geçen soruların mantığını kavrayarak çözmeye çalışmaktadır ve son olarak da eleştirel düşünme mantık sonuçlarına inanmayı içermektedir (Korkmaz vd. 2015: 5-11).

Tanımlardan ve açıklamalardan da anlaşılacağı üzere eleştirel düşünme çok boyutlu, titiz analiz ve değerlendirmelerin yapıldığı, planlı, akıl yürütme ve mantık ilkelerine dayalı üst düzey bir düşünme becerisidir. O halde eleştirel düşünmenin ne olmadığına değinmek gerekirse bunlardan ilki ve en zararlı olanı eleştirel düşünmenin duygulara karşı olduğu görüşüdür. Bu görüşün içinde bir miktar doğruluk payı vardır. Örneğin hırs ve panik gibi bazı duygular eleştirel düşünmenin önünde engeldir. Fakat bunun tam tersi şekilde gerçeğe olan aşk gibi bazı duyguya dayalı durumlar ise eleştirel düşünmeye aslında destek olmaktadır. Ayrıca “Eleştirel düşünme”deki ‘eleştirel’ kelimesi aslında hiçbir olumsuz anlam taşımamaktadır. Kriter kelimesiyle alakalıdır. Eleştirel düşünmeyi öğrenmek olayların derinliğine bakmayı öğrenmektir ve iyi bir şekilde, doğru bir biçimde, açık bir yolla, yeterli ve mantıklı bakabilmektir (Gülbahar vd. 2019: 14-15). Bunların yanı sıra eleştirel düşünme, düşünme ile aynı şey değildir. Düşünme “şeylerin” zihinle işlendiği bir aktivitedir. Yani herhangi bir kanıtı yeteri kadar baktıktan sonra mantıklı bir yargıya varmak bir düşünme örneğidir. Ancak herhangi bir kanıtı değerlendirmeden herhangi bir sonuca atlamak da bir düşünme örneğidir. Benzer bir şekilde, insanları belirli bir kalıba sokarak düşünmek ve onları yargılamak için basmakalıplar kullanmak da düşünme örnekleridir (Korkmaz, vd., 2015: 49). Eleştirel düşünmenin ne olmadığını bilmek ne olduğunu bilmek kadar önemlidir. Bu durum eleştirel düşünmenin var olan konumunu netleştirmede alanyazına yardımcı olmaktadır. Eleştirel düşünmenin bazı özellikleri ayrıca ön plana çıkmaktadır. Bunlardan bazıları şöyledir (Söylemez, 2016; Ruggiero, 2017, s. 3-5)

- i. Eleştirel düşünme yansıtıcıdır. Eleştirel düşünme sadece düşünmekten farklıdır. Meta-bilişseldir, bireylerin kendi düşünceleri hakkında düşüncelerini içerir.
- ii. Eleştirel düşünme standartları içerir. Eleştirel düşünme bireylerin düşüncesi-nin bir ölçüte göre olmasıdır. Doğruluk, alakalı olma ve derinlik birer ölçüt veya standart örneklerindendir. Düşünmenin eleştirel olabilmesi için mantıklılık ölçütüne uyan yargılarda bulunulması gerekir.
- iii. Eleştirel düşünme gerçekçidir. Eleştirel düşünme özünde gerçek problemler hakkında düşünmektir ve hali hazırda inanılan veya yapılanların ötesindedir. Bu durum iyi bir kararla alakalıdır.
- iv. Eleştirel düşünme mantıklı olmayı gerektirir. Mantıklı düşünmenin kesin veya başarılı olmasını garanti edecek hatadan arınmış kuralları yoktur. Ancak izlenecek yollar vardır; hatta bazen ‘kurallar’ vardır. Bunların bağlama, hedeflere ve tüm gerçekliklere duyarlı bir biçimde uygulanması ve düşünmenin eleştirel olabilmesi için, mantıklı düşünme olması gerekir.
- v. Eleştirel düşünme amaçlı ve kasıtlı bir eylemdir.
- vi. Eleştirel düşünmede bilgiler toplanır.
- vii. Akıl yürütme eleştirel düşünmenin bir parçasıdır.
- viii. Eleştirel düşünme esnektir yani tek sonuç değil de alternatif sonuçlar olabileceği kabul edilmektedir.

- ix. Eleştirel düşünmede çıkarımda bulunma ve değerlendirme söz konusudur.
- x. Eleştirel düşünmede araştırma sırasında edinilen bilgiler eleştirel düşünme süzgecinden geçirilerek zihinde yapılandırılır ve bu bilgilerin günlük hayatla bağı kurulur.

Genel olarak, herhangi bir eleştirel düşünme sürecine başlamanın en iyi yolu bir şeyleri daha net bir hale getirerek açıklamaktır. Gülbahar, Kert ve Kalelioğlu'na (2019) göre neredeyse her şeyi açıklamak için de kullanılan bu sürecin kısaltması İAÖ-R'dir. Buradaki harfler çalışılan konu her ne olursa olsun onları netleştirmek için yardımcı olan dört basamağın kısaltmasıdır. İ harfi ifade etmeyi, A ayrıntıya girmek yani anlatılanı kişinin kendi kelimeleriyle açıklamasını, Ö örneklendirmeyi ve son olarak R harfi ise resmetmeyi, bir mecaz, teşbih, benzerlik ilişkisi kurmak veya bir kavram haritası oluşturmayı sembolize etmektedir. Bir şeyi netleştirmek için öncelikle onun insanların kendi zihninde net olması gerekmektedir. İkinci olarak da diğer insanların kolaylıkla anlayabilmesi için onlara hitap ediyor olmasıdır. (Ruggiero, 2017: 34). Eleştirel düşünmenin temelinde mantıklı düşünme ve karar verme bulunmaktadır. Mantıklı karar verme döngüsü şu şekildedir (Jason, 2001: 330):

1. Adım: Karar vermek için sorunun çerçevesini oluşturun.
2. Adım: Alternatifleri belirle.
3. Adım: Ölçütleri belirle.
4. Adım: Ölçütleri kontrol et.
5. Adım: Alternatifleri kontrol et.
6. Adım: En iyi alternatifi seç.

Eleştirel düşünmenin aşamaları ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Doğanay, 2011: 163):

- i. Değerlendirilecek, yargılanacak, eleştirilecek konunun belirlenmesi, örneğin Türkiye'nin Avrupa Birliğine girmesi gibi.
- ii. Kullanılacak standart ya da ölçütlerin belirlenmesi, örneğin Avrupa Birliğine girmenin ekonomik, siyasal ve kültürel boyutları gibi.
- iii. Güvenilir kaynaklardan bilgi toplanması yani bilgilerin ilişkisinin ve doğruluğunun kontrol edilmesi, olgusal ve görüşe dayalı bilgilerin ayırt edilmesi ve mümkün olduğunca farklı kaynaklardan farklı görüş açılarını yansıtan bilgilerin toplanması, örneğin Avrupa Birliğine girmenin ekonomik, siyasal ve kültürel açıdan getireceği sonuçlara ilişkin farklı görüşleri yansıtan kaynaklardan bilgilerin toplanması ve bu bilgilerin doğruluğunun ve güvenilirliğinin kontrol edilmesi gibi.
- iv. Bilgilerdeki tutarsızlıkların, önyargı ve kalıp yargılar ile duygusal önermelerin ayrılması, örneğin Avrupa Birliği ile ilgili toplanan bilgilerdeki olası önyargı ve kalıp yargıları ayırt etme, duygusal tonu ağır basan yargıların incelenmesi gibi.
- v. Olgular ile görüşleri ve neden ve sonuçların birbirinden ayırt edilmesi, örneğin toplanan bilgilerde olgusal ve görüşe dayalı bilgiler nelerdir? Hangi bilgiler hangi nedenle ileri sürülmüştür? Bu nedenler gerçekten bir sonucun olası nedenleri midirler? Vb.
- vi. Toplanan bilgilerdeki olumlu ve olumsuz yönleri inceledikten sonra, ilgili kanıt ve sağlam gerekçeler temelinde bir yargıya varılması, örneğin, Avrupa Birliğinin ekonomik, siyasal ve kültürel boyutlarda olumlu ve olumsuz getiri-götürülerini inceledikten sonra, elde edilen kanıtlar ve nedenler doğrultusunda bir karara varılması gibi.

Bu süreç sonunda varılan kararın ya hep ya hiç anlayışından öte, analitik olarak yapılan

düşünme sonucuna dayalı olarak dengeli bir yargı olması beklenmektedir. Örneğin Avrupa Birliğine girmek ya da girmemek tamamen doğru ya da yanlış yerine, ekonomik açıdan şu olumlu ve olumsuz yönleri; siyasal açıdan yine aynı şekilde olumlu ve olumsuz yönleri belirtilerek bir yargıya varılabilir. Böylece eleştirel düşünme insanları ak ya da kara, evet-hayır mantığından uzaklaştırarak neden ve kanıtlara dayalı yargılama yapmayı öğretir (Doğanay, 2011:163). O halde denilebilir ki eleştirel düşünme çeşitli kanallar aracılığıyla yönlendirilebilir, sekteye uğrayabilir ve hatta manipüle edilebilmektedir. Bunun önüne geçmek için farkında olmak ve eleştirel düşünmenin sorgulayıcı ayağını da devreye sokmak gerekmektedir.

5. Eleştirel Düşünme Önündeki Engeller

Eleştirel düşünme özellikleri ve aşamaları bağlamında yukarıdaki gibi ele alınmıştır ancak bazı durumlarda bu aşamaların gerçekleşmesi, dolayısıyla eleştirel düşünme önünde birtakım engeller söz konusu olabilmektedir. Bu engeller alanyazından elde edilen veriler ışığında aşağıdaki gibi açıklanabilir.

1.1. Ya hep ya hiç, siyah ve beyaz, bize karşı onlar düşüncesi, kalıp yargıcılık

Basmakalıpcılık, özellikle değişime direnen bir tür aşırı genellemedir. Basmakalıpcılığın en yaygın türleri, etnik ve dinsel olanlardır (Ruggiero, 2017: 206), bunlardan her biri eleştirel düşünmenin önünde engel teşkil eder ve olayları derinlemesine düşünmemek bireylere mazeret sunar. Etkili düşünme, olayların karmaşıklıklarına dikkat edilmesini gerektirir. Bir olayın her iki tarafını da görmeye ve bireylerin kendileri, ülkeleri, ırkı, cinsi, politik görüşlerini destekleyecek argümanlardan çok, gerçeği bulmaya yöneliktir (Nosich, 2016: 21).

1.2. Korkular

Bazı korkular eleştirel düşünme önünde bir engel teşkil eder. Bunlar; hata yapma, yeni bir şeyler deneme, aptal görünme korkusu olabilir. Eleştirel düşünmeden vazgeçiren bazı eğitimsel uygulamalar vardır ve bu uygulamalar şu varsayımlar üzerine kurulur. Bu varsayımlar; öğrenci bilginin pasif alıcısıdır, öğrencinin rolü bilgiyi ezberlemek ve aynı şekilde geri vermektir, öğretmenin rolü bilgiyi sunmaktır, sınavlardaki sorular sadece sınıfta derste görülen şeyleri içermelidir şeklindedir. Bunların yanı sıra; öğrencilere verilen ödevler her zaman açık bir şekilde formüle edilmelidir, her soruya uygun bir yanıt vardır ve son olarak her şey bir bakış açısı sorunudur varsayımları bulunmaktadır. Bu varsayımlar eleştirel düşünmenin önünde engel olarak durmaktadır (Nosich, 2016: 23). Eleştirel düşünmeyi etkileyen daha derin ve yaygın engeller bulunmaktadır. Bu engeller birbirlerinin içlerine girmiştir. Ayrıca bunlar üstesinden gelmesi zor olan engellerdir.

1.3. Benmerkezcilik

Deneyimler nasıl düşünülduğünden ve düşünceler de deneyimlerden yoğun bir biçimde etkilenir. Deneyim ve düşüncenin bu karşılıklı ilişkisiyle bağlantılı olarak insanlar genellikle kendi düşünme tarzlarını ön plana koyma eğilimine sahiptir. Benmerkezcilik, eleştirel düşünmenin önemli bir parçası olan empatinin ve adil düşünmenin yolunun ortasında durmaktadır. Etkili bir biçimde düşünmenin bir yolu da bireylerin kendi bakış açılarına karşı olan bakış açılarını anlayabilmesidir. Birçok insan için birisi ülkelerini, kültürlerini, dinlerini veya ailelerini eleştirdiğinde, duydukları tek şey kendilerinin eleştirildiğidir. Bu onların adil bir değerlendirme yapma yeteneklerini engellemektedir (Nosich, 2016: 23-24). Çünkü benmerkezcilik düşünme; başkalarının hak ve gereksinimlerini gözeten ve “şeyleri” gerçekte oldukları gibi görmeye çalışan rasyonel düşünmeden farklı olarak, bencil bir amacın elde edilmesine ve bu amaca yönelik düşüncenin geçerli kılınmasına adanmış bir düşünme biçimidir (Şenşekerci ve Bilgin, 2008: 18).

1.4. Düşünmenin gelişimsel şekilleri

Standart düşünme biçimlerinin çoğu çocuklukta hatta erken çocuklukta edinilmiştir.

Bireyler kendilerini tehdit altında hissettiklerinde, kolaylıkla geçmiş yaşantılarındaki çocuğun düşünme şekline çark edebilirler. Çözülebilecek problemlerin ağırlığı altında ezilebilirler. İnsanlar işlerini yaparlarken bazı insanları görmezlikten gelebilirler ve bundan dolayı bu insanlar kendilerini aldatılmış hissedebilir. Bu yüzden, eleştirel düşünmeyi öğrenmenin bir diğer faydası da eskiden hayat hakkında kullanılan varsayımların tanımlaması ve şu andaki yetişkin varsayımlar ile aralarındaki farkların anlaşılmasını sağlamasıdır (Nosich, 2016: 25).

1.5. Önceki kararlar ve kişisel deneyimler

Bireylerin daha önceden sahip olduğu görüşler şu anda ilk kez değerlendirdiği görüşlerden daha doğrudur denilemez. Eğer bir görüşe karşı bireyin eğilimi varsa onun lehine olan küçücük bir delil bile onun için yeterli olabilir. Diğer taraftan, o birey eğer bir görüşe karşıysa onun henüz kanıtlanmamış olduğu gerçeği bile onun aleyhine oldukça ağırlıklı bir durum oluşturur. Kişisel deneyim, bireylere sonuçlar çıkarabileceği, kararlar verebileceği değerli bir bilgi kaynağı olmasının yanında eleştirel düşünmenin önünde bir engel de olabilir. Tam ve doğru sonuçlar çıkarılmak isteniyorsa o zaman bireyler sadece kendi deneyimleri yerine diğer insanların da deneyimlerine itimat etmelidir. Bunun için bireyler, bilgi dağarcıklarını genişletirken; saygın kitaplara, çalışmalara, dergi makalelerine, çok çeşitli insan deneyimlerini birleştirip örnekleyen kaynaklara bakmalıdırlar (Nosich, 2016: 26-27).

6. Eleştirel Düşünürün Özellikleri ve Eleştirel Düşünme Standartları

Yukarıda sözü geçen eleştirel düşünmenin önündeki engeller, çoğu durumda bir tanesinin bile düşünme sürecinde devreye girmesiyle bireyler üzerinde fark etmeden etkisini gösterebilmektedir. Dolayısıyla tüm bu engelleri aşıp eleştirel düşünebilen bireyler için de bazı ortak özelliklerden söz edilebilir. Eleştirel düşünürün sahip olması gereken özellikler; eleştirel düşünme eğilimine sahip olma, yeterlilik, sahip olunan bilgileri açıklayabilme, yorumlama ve elde ettiği bilgileri şemalar halinde düzenleme, çıkarım yapma, yaratıcı düşünme ve değerlendirme, elde edilenlerin hayata aktarıldığı uygulama aşaması, iletişim kurabilme (paylaşma) aşaması ve eleştirel düşünmeyi alışkanlık haline getirme şeklindedir (Söylemez, 2016). Görüldüğü gibi eleştirel düşünürler kendilerini eleştirel düşünmeye yönlendiren eğilim ve yeteneklere sahiptirler.

Eleştirel düşünmenin tam gerçekleşebilmesi için taşınması gerekli standartlar bulunmaktadır. Eleştirel düşünmede bireyler açısından amaçlı ve kendi kontrolleri ile alışılmış olanın dışında ve var olan kalıpların tekrarının engellenmesi, bilgilerin değerlendirilmesi, farklı anlam, sonuç ve fikirlerin tartışılması, değerlendirilmesi, akıl yürütme ve mantık ilkeleri ile belirli fikir, kuram ve davranışlara ulaşılması söz konusudur (Gürkaynak vd. 2008: 2). Yetkin eleştirel düşünme için gerekli **yedi standart** bulunmaktadır:

- i. Düşünme açık/net olmalıdır yani kolaylıkla anlaşılıyor olması gerekir (Nosich, 2016: 138). Eğer ifade net değilse doğru veya uygun olup olmadığı ile ilgili karar vermek mümkün değildir. Sorulan sorudaki problemin ne olduğu net bir şekilde anlaşılmalıdır (Paul ve Elder, 2013: 92-93).
- ii. Düşünme doğru olmalıdır yani şeyleri gerçekçi, oldukları gibi tanımlamalıdır (Nosich, 2016: 143). Bir ifade net olmakla birlikte doğru olmayabilir. Örneğin, “köpeklerin çoğu 200 kilonun üzerinde bir ağırlığa sahiptir.” cümlesinde olduğu gibi. Doğru olmak demek, bir şeyi gerçeğine uygun olarak tasvir etmek demektir (Paul ve Elder, 2013: 93).
- iii. Düşünme alakalı/ilgili olmalıdır yani konuyla doğrudan bağlantılı ve uygun olmalıdır (Paul ve Elder, 2013: 96).
- iv. Düşünme önemli olmalıdır yani kişiler kendi mantığına göre konuyla ilgili önemi belirleme hatasına düşmemelidir (Paul ve Elder, 2013: 100).

- v. Düşünme yeterli yani ihtiyaç duyulan şey için kafi olmalıdır (Nosich, 2016: 148).
- vi. Düşünme derin ve geniş olmalıdır. **Derin olmalı:** (a) Hedefe ulaşmak için konunun veya sorunun yüzeyinin altına bakılması gerektiği fark edilmeli, (b) Altında yatan karmaşıklıklar belirlenmeli, (c) Soruyu ifade ederken bu karmaşıklıkları ve altta yatan noktalar dikkate alınmalıdır. **Geniş olmalı:** (a) diğer yönler, diğer bakış açılarına, diğer benzer problemlere bakma ihtiyacı fark edilmeli, (b) onlar tanımlanmalı, (c) Soru düşünülürken onlar uygun bir biçimde hesaba katılmalıdır (Nosich, 2016: 152).
- vii. Düşünme kesin olmalıdır yani yeteri kadar spesifik ve ayrıntılı olmalıdır (Nosich, 2016: 156).

Yukarıda bahsi geçen standartların yanında mantıklı, rasyonel, tutarlı, yanlışlanabilir, test edilebilir, iyi düzenlenmiş, güvenilir, etkili olma gibi birçok standart da eleştirel düşünme için geçerlidir (Nosich, 2016: 158). Eleştirel düşünmede açık, doğru, alakalı, önemli, yeterli, derin-geniş ve kesin olma gibi yukarıda anlatılan bu standartlar bir düşünmenin eleştirel olup olmama durumuna ayna tutmaktadır. Çocukluktan yetişkinliğe, örgün veya yaygın eğitimde ya da tamamen özel hayatta eleştirel düşünme sadece zihinsel bir etkinlik olarak değil önemli karar verme durumlarında da etkisini göstermektedir. Alınan kararın sonradan ortaya çıkacak olan doğurguları düşünüldüğünde eleştirel düşünme ve karar vermenin iç içe olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yapılan başka bir araştırmada da bu görüşü destekleyen sonuçlara ulaşılmıştır. Turan'ın (2019) yaptığı araştırmaya göre, karar vermede eleştirel düşünmenin bireylerin daha iyi kararlar vermesi için gerekli olduğu ve çeşitli karar verme tekniklerinin de bireylerin eleştirel düşünme kalitesine katkı yapacağı vurgulanmıştır. Akgün Çıtak ve Uysal'ın (2012) yaptıkları araştırmada da benzer bir sonuç ortaya çıkmıştır. Eleştirel düşünme sonucunda ortaya çıkan becerilerden biri de nitelikli karar verme olarak aktarılmış ve bu iki düşünme biçimi birbirleriyle ilişkili bulunmuştur.

7. Karar Vermenin Tanımı ve Özellikleri

Dışardan edinilen bilgiler filtrelendikten sonra ortaya yeni bir dünya görüşü çıkmaktadır. Bu dünya görüşü, karar verme ve harekete geçmede etkili olmaktadır (Jason, 2001: 2). Karar verme, karşılaşılan durum ile ilgili olarak arzu edilen sonuçlara ulaşabilmek için yol gösterici bilgilerin toplanması, bu bilgiler ışığında sistematik, bilimsel ve mantıklı bir akıl yürütme ile seçenekler oluşturup bunların içinden en uygun olanın seçilmesi ve uygulamaya konması olarak tanımlanabilir. Karar verme, potansiyelleri inceleme, eşitleme ve ardından bir eylem planı seçmek olarak tanımlanmaktadır. Karar verici/ler, kararın önemi, çevresel koşullar, zaman faktörü, seçenekler, bilgi-zaman-kaynak gibi kısıtlamalar ve sonuçlar karar verme üzerinde etkilidir (Sağır, 2006: 22). İyi bir karar vermenin temeli, eldeki duruma ilişkin bol miktarda veri toplamak ve bunları ayrıntılı bir biçimde analiz edip incelemeye dayanmaktadır (Pal ve Poyen, 2017). Bunların yanı sıra iyi bir karar etkili, verimli, uygulanabilir ve zamanında alınmış olmalıdır (Sağır, 2006). Bu durum kararın sonuçlarının işlevsel olmasını sağlayacaktır.

Karar verme sürecinin aşamaları bulunmaktadır. Bunlar; sorunun anlaşılması ve tanınması, alternatif geliştirilmesi, alternatiflerin değerlendirilmesi, alternatiflerden birini seçme, kararı uygulama ve son olarak değerlendirmedir (Sağır, 2006). Karar vermede seçenekler belli ve karar verici, mevcut alternatiflerden birini seçen ya da yeni bir alternatif seçeneği üreten kişi olarak tanımlanmaktadır. Kararın tanımında **beş temel** özellik bulunmaktadır (Yates ve Tschirhart, 2006: 423):

- i. Eylem: Kararlar eylemde bulunan insanlar hakkındadır.
- ii. Bağlılık: Alınan tüm kararlar uygulanamayacağı için içerdikleri eylemlerden ayırt edilmeleri gereklidir.
- iii. Niyet: Karar verme, amaçlı ve kasıtlı bir davranıştır. Ancak bazen, istenmeyen

sonuçlar meydana gelebileceği gibi aynı zamanda karar vericiler kararlarını her zaman nasıl karar aldıklarının farkında olmayabilirler.

- iv. Tatmin edici sonuçlar: Kararların kasıtlı olması sonraki sonuçları göstermektedir. Karar vermede yalnızca mantıksal anlamda doğru değil aynı zamanda tatmin edici olarak deneyimlenen sonuçlara da ulaşılmak istenmektedir.
- v. Belirli bireyler: İnsanlar belirli bireylerin çıkarlarına hizmet etmek için kararlar almaktadır. Ancak genellikle kendi çıkarları lehine karar vermektedir.

Kararın tanımında etkili söz konusu özelliklerin yanı sıra karar verme eyleminde de göze çarpan bazı temel özellikler vardır. Bunlar (Sağır, 2006);

- i. Karar verme, geleceğe yöneliktir ve öngörüye dayalıdır.
- ii. Karar verme, psikolojik ve maddi güçlükler taşır.
- iii. Karar verme, etkinlik ve rasyonelliğe dayanır.
- iv. Karar verme, bir tür plandır ve geleceği görebilmeye dayanır.
- v. Karar verme, belli bir davranış özgürlüğü ve otoriteyi gerektirir.
- vi. Karar verme, elenen seçeneğin faydalarından vazgeçme yani alternatif giderler ortaya çıkarır.
- vii. Karar verme, bir sorun çözme sürecidir.
- viii. Kararın verilmesi ve uygulanması bir zaman süresi gerektirir.
- ix. Karar verme süreci pahalıdır.
- x. Karar verme bazen belirli bir durumda, bazen risk durumunda, belirsizlik durumunda ya da tam belirsizlik durumlarında söz konusu olabilir.

8. Karar Verme Teorileri ve Stilleri

Alanyazında, normatif (kuralcı) ve betimsel (natüralist) model şeklinde açıklanan iki farklı karar verme anlayışı vardır. Normatif karar verme teorileri, karar vericilerin herhangi bir belirsiz durumda faydayı en üst düzeye çıkaran en uygun kararın seçimini belirlemeye çalışan rasyonel insanlar olduğunu varsaymaktadır. Karar vermenin nasıl yapılacağına dair normlara veya standartlara dayanarak, normatif teoriler genellikle insanların nasıl direktifler veya kurallar şeklinde karar vermeleri gerektiğini belirler. Betimsel karar verme modellerinin temelinde, insanların gerçekte nasıl karar verdiğini inceleyen araştırmalar vardır. İnsanlar normatif modellerin varsaydığı kadar rasyonel değildir. Kararlar genellikle bilinçsiz tahrikler ve duygular ile önceki deneyimlerden etkilenebilir. Seçenekleri nicel olarak karşılaştırmak yerine insanlar çoğunlukla kararların açıklamalarını olası sonuçlara ilişkin hikâyeler şeklinde oluşturmuşlardır. Kararlar ayrıca kişisel kimlik ve bu kimliklerle ilişkili sosyal beklentilerden etkilenir (Jonassen, 2012).

Tallman ve Gray'in (1990) araştırmasında bu iki teori birbirlerine karşıt olarak görülmemiştir. Aksine birbirlerini desteklemektedir. Bahsedilen bu iki model, üç gerekli varsayımı paylaşmaktadır. Birincisi, karar verme mümkün olacaksa, problem çözücü bir eyleme geçme veya bir eylemden kaçınma fırsatına sahip olmalıdır. İkincisi, problem çözücü kendi faydasına sonuçlanmasını umduğu eylemleri seçecektir. Üçüncüsü, seçimlerin sonuçları nadiren kesindir. **Karar verme stillerini** ise Çolakkadıoğlu (2012) **dört temel stil** ile açıklamaktadır. Bunlar:

- i. **İhtiyatlı seçicilik:** Bu stilde, birey karar verirken seçenekleri dikkatli bir şekilde araştırır ve bu alternatiflerin olumlu-olumsuz yanlarını belirleyerek bir değerlendirme yapmaktadır.
- ii. **Panik stili:** Bu stilde birey zaman problemi de yaşıyorsa çok kısa bir durum

araştırması yaparak çevresindeki insanların etkisiyle çoğu zaman başaramasa da doğru karar vermeye çalışmaktadır.

- iii. **Sorumluluktan kaçma stili:** Bu stilde birey ya karar vermeyi ertelemekte ya da sorumluluğu başkasına yüklemektedir.
- iv. **Umursamazlık stili:** Bu stilde birey sanki verilecek bir karar yokmuş gibi davranmaktadır.

Karar vermede seçenekleri desteklemek için çeşitli sorularla diyalektik argümanları kullanmak önemlidir. Örnek vermek gerekirse “Sizce en iyi karar nedir? Siz bunun en iyi karar olduğunu nasıl kanıtlarsınız?, Herhangi bir kişiye yanıldığını nasıl söylersiniz?, Başka biri kararınızın yanlış olduğunu göstermek için size ne söyleyebilir?, Yanıldığını anlaması için ona ne söyleyebilirsiniz?” (Jonassen, 2012). Bu sorularla birlikte alınacak kararlar çok daha yerinde olacak ve bireyleri sonuçları açısından en işlevsel olana doğru ulaştıracaktır.

9. Sonuç

Alanyazın incelendiğinde de görülmüştür ki eleştirel düşünme ve karar verme birbiriyle binişik ve çok yönlü ilişki içerisinde olan iki üst düzey düşünme becerilerindendir. Literatürde (Sağır, 2006; Ruggerio 2017) verilen karar verme özelliklerinin çoğunun eleştirel düşünmenin özellikleri ile çoğu yönden uyum halinde olduğu görülmüştür. Eleştirel düşünmenin de karar vermenin de kendine has standartları vardır ve bu standartlar genelde ortaktır. Araştırma soruları ile paralel bir şekilde gidilirse eleştirel düşünme ve karar verme için ilgili alanyazın incelemesi sonucu yapılan tanım ve açıklamalardan ulaşılabilecek sonuçlar şöyledir:

Eleştirel düşünme gibi karar verme de mantıklı olmayı içermektedir. Bu demektir ki her ikisinin de kendi içerisinde belli bir sistematik izleyerek başvurduğu akıl yürütme ilkeleri vardır ve böylece ulaştıkları yargılar, zihnin önceki yargılardan faydalanılarak ulaştığı yargılardır.

Her ikisinde de değerlendirme esastır. Böylece eleştirel düşünme ve karar vermede, belli kriterlere göre konunun önemi ve değeri nitelik ve nicelik açısından belirlenmeye çalışılmaktadır.

Her ikisinin de önünde önyargılar, geçmiş yaşantılar gibi durumlar engeldir. Bunun gibi engeller düşünme süreçlerinin genel olarak tek bir doğruya ya da çok seçenekli yapı söz konusu olduğunda tek bir seçenekle sınırlı olmaya neden olmaktadır. Geçmiş yaşantı ve önyargılar genel olarak bilimsel gelişmeler için de engelleyicidir. Özelde bilim insanlarının, genelde tüm insanların düşünme önündeki engellerin farkında olması önemlidir.

Her ikisinde de öngörü esastır. Öngörü, geleceğe dair bir kestirimdir ve bazı olumlu veya olumsuz durumlar hakkında bilgi edinilmesini sağlar. İnsanların her şeyi tecrübe etme durumu olmadığı için öngörü, gelecek kuşaklar için de hazır bilgi olarak yerini almaktadır. Eleştirel ve düşünme ve karar vermede sonuçların önceden kestirilmesi yaşanılacak durum hakkında nelerin yapılıp nelerin yapılmaması gerektiğini göstermektedir.

Her ikisi de rasyoneldir, yani akla dayalıdır. İnsandaki kavrayış yetisinin, ussal/akla uygun olması, yani ölçülü ve hesaplı olması beklenmektedir. Gerek eleştirel düşünme gerekse karar verme için rasyonel olmak sonuçları da düşüldüğünde elzemdir.

Her ikisi de belli bir problemin çözümüne yönelik olabilir. Gündelik hayatta karşılaşılan basit problemlerde dahi zihin aktiftir. Problemler karmaşık hale geldikçe karar vermek o kadar zorlaşmaktadır. Nitekim eleştirel düşünme de, karar verme de mevcut problem durumları üzerine bir akıl yürütmedir.

Her ikisi de içinde bazı zorluklar barındırır. Risk durumu eleştirel düşünmeyi de karar vermeyi de etkilemektedir. Bu demektir ki, üzerinde ne kadar düşünülmüş olursa olsun eleştirel düşünme ve karar vermenin bazı riskleri ve zorlukları vardır. Çünkü bazen sonuçları

tam anlamıyla kestirmek mümkün olmamaktadır.

Bunların yanı sıra karar vermenin öncesinde, karar verilecek konunun iyi bir şekilde analiz edilmesinde eleştirel düşünme yardımcıdır. Bu açıklamalara göre, eleştirel düşünme ve karar vermenin belli bir sıra izlemesi beklenmektedir. Ancak eleştirel düşünme aynı zamanda karar vermenin önünde ketleyici bir etken olarak da var olabilir. Bu demektir ki eleştirel düşünme tüm bu ortak özelliklere rağmen karar vermeyi zorlaştırabilir. Bu durum eleştirel düşünmenin özünden kaynaklı olacaktır. Bu konu ile ilgili herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Günlük hayattaki basit kararlar için sorgulama gerekmemektedir ancak rutin problemler için alınan karar vermenin dışındaki tüm kararlarda eleştirel düşünme gereklidir ve faydalıdır.

10. Kaynakça

- Akgün Çıtak, E., & Uysal, G. (2012). Kavram Analizi: Eleştirel Düşünme. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 9(3), 3-9.
- Alkın-Şahin, S., & Tunca, N. (2015). Felsefe ve Eleştirel Düşünme. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 192-206.
- Çolakkadıoğlu, O. (2012). Ergenlerde Karar Verme Ölçeği'nin Ortaöğretim Öğrencileri İçin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 387-403.
- Doğanay, A. (2011). *Sosyal Bilgiler Öğretimi-Demokratik Vatandaşlık Eğitimi*. (C. Öztürk, Dü.) Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Güçray, S. S. (2001). Ergenlerde Karar Verme Davranışlarının Öz saygı ve Problem Çözme Becerileri Algısı ile İlişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(8).
- Gülbahar, Y., Kert, S. B., & Kalelioğlu, F. (2019). Bilgi İşlemsel Düşünme Becerisine Yönelik Öz Yeterlik Algısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 10(1), 1-29.
- Gürkaynak, İ., Üstel, F., & Gülgöz, S. (2008, Mart). Eleştirel Düşünme. *Eğitim Reformu Girişimi (ERG)*.
- Hitchcock, D. (2018). Critical Thinking. plato.stanford.edu.
- Hitchcock, D. (2018). *Critical Thinking*. Retrieved Nisan 20, 2022, from Stanford Encyclopedia of Philosophy: <https://plato.stanford.edu/entries/critical-thinking/>
- Horner, C., & Westacott, E. (2018). *Felsefe Aracılığıyla Düşünme*. (G. Salman, Dü., & A. Arslan, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Huitt, W. (1998). Critical thinking: An overview. Educational psychology interactive. *Educational psychology interactive*, 3(6), 34-50.
- Jason, G. (2001). *Critical Thinking Developing an Effective Worldview*. USA: Wadsworth Group.
- Jonassen, D. H. (2012, April). Designing for Decision Making. *Educational Technology Research and Development*, 60(2), 341-359.
- Karasar, N. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kestel, M., & Şahin, M. (2018). Eğitimde eleştirel düşünme. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 40-49.
- Korkmaz, Ö., Çakır, R., & Özden, M. Y. (2015a). Bilgisayarca Düşünme Beceri Düzeyleri Ölçeğinin Ortaokul Düzeyine Uyarlanması. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 143-162.
- Kurnaz, A. (2013). *Eleştirel Düşünme Öğretimi Etkinlikleri Planlama Uygulama ve Değerlen-*

- dirme. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Nosich, G. M. (2016). *Eleştirel Düşünme ve Disiplinlerarası Eleştirel Düşünme Rehberi*. (B. Aybek, Çev.) Ankara: Anı Yayıncılık.
- Pal, A., & Poyen, E. F. (2017, May). Problem Solving Approach. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 4(5), 184-189.
- Paul, R., & Elder, L. (2013). *Düşünce-Yaşamınızın ve Öğrenmenizin Sorumluluğunu Üstlenmek İçin Araçlar*. (A. E. Arslan, & G. Sart, Çev.) Ankara: Nobel Yayınevi.
- Ruggiero, V. R. (2017). *Eleştirel Düşünme İçin Rehber*. (Ç. Dedeoğlu, Çev.) İstanbul: Alfa Basım Yayıncılık.
- Sağır, C. (2006, Eylül). Karar Verme Sürecini Etkileyen Faktörler ve Kara Verme Sürecinde Etiğin Önemi: Uygulamalı Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Söylemez, Y. (2016). İçerik Analizi:Eleştirel Düşünme. *EKEV Akademi Dergisi*, 20(66), 671-696.
- Sumner, W. G. (1906). *Folkways: A Study of Uses, Gins, Customs, Mores and Morals*. New York: Ginn and Co.
- Şenşekerçi, E., & Bilgin, A. (2008). Eleştirel Düşünme ve Öğretimi. *Sosyal Bilimler Dergisi*(14).
- Tallman, I., & Gray, L. N. (1990). Choices, Decisions and Problem-Solving. *Annual Review of Sociology*, 16, pp. 405-433.
- Turan, U. (2019). Karar Verme ve Eleştirel Düşünme İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yates, J. F., & Tschirhart, M. D. (2006). Decision-Making Expertise. In K. A. Ericsson, N. Charness, P. J. Feltovich, & R. R. Hoffmann, *The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance* (pp. 421-438). Cambridge University Press.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

İnsan-Hayvan Etkileşimi Üzerine Gömülü Teori Denemesi

Semra AĞAÇ SUCU

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
semraagacsucu@gmail.com.

 <https://orcid.org/0000-0002-3698-8474>

Anahtar Sözcükler

Gömülü Teori, Temellendirilmiş Kuram, Kişileştirme (Fabl), Animizm, İnsan – Hayvan Etkileşimi.

Key Words

Grounded Theory, Theoretical Coding, Personification, Fable, Animism, Human-Animal Interaction.

Atıf/Citation

Sucu, S. A. (2022). İnsan-Hayvan Etkileşimi Üzerine Gömülü Teori Denemesi. ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi, Cilt 4, Sayı 8, ss: 29-48.

Özet

Dijital çağda insan-makine etkileşimini sağlayan ara yüzler, giderek insan gibi düşünebilen algoritmalara evrilmektedir. Bilim insanlarının bugün en temel uğraşı, duygularımızı anlayabilen etkileşimli makineler tasarlamaktır. Bunun için yapay zekâ alanında, makine öğrenmesi ve derin öğrenmede hayvan eğitim modelleri kullanılmaktadır. Bağlam farkında etkileşimli sistemlerinin temel özelliği *tıpkı hayvanlarda olduğu gibi çevre ve ortamla iletişim halinde olmalarıdır*. Ancak duyguları anlayabilen etkileşimli makinelerin tasarlanması, hayvanla etkileşimde gömülü olan unsurların bulunmasıyla mümkün olabilir. Bu çerçevede bu çalışmada, insan-hayvan etkileşiminde şu ana kadar bize görünür olmayan *örtük bir boyutun olup olmadığı araştırılacaktır*. Gömülü Teori (GT) yönteminin uygulanacağı bu araştırmanın amacı, insan-hayvan etkileşiminde *şu* ana kadar bilmediğimiz boyutların olup olmadığını incelemektir. Bu çalışmanın *diğer bir hedefi de* nitel veri analizine indirgenen GT'nin doğru uygulandığı modellerlerken birini literatüre kazandırmaktır.

Abstract

Grounded Theory Essay on Human-Animal Interaction

Interfaces that enable human-machine interaction in the digital age are gradually evolving into algorithms that can think like humans. The primary concern of scientists today is to design interactive machines that can understand our emotions. For this, animal training models are used in the field of artificial intelligence, machine learning and deep learning. The main feature of context-aware interactive systems is that they are in communication with the environment, just as in animals. But designing interactive machines that can understand emotions is possible by finding the elements grounded in animal interaction. In this context, in this study, it will be investigated whether there is an implicit dimension in human-animal interaction that has not been visible to us until now. The purpose of this research, in which the Grounded Theory method will be applied, is to examine whether there are dimensions in human-animal interaction that we do not know until now. Another goal of this study is to bring one of the models in which GT, which is reduced to qualitative data analysis, is applied correctly, to the literature.

Giriş

Yüz yüze iletişimin yerini Dijital Çağda ara yüzler vasıtasıyla kurulan iletişim biçimi almıştır. Teknolojik ilerlemenin hedefinde, “Nesnelerin İnterneti”nden “Her Şeyin İnterneti”ne doğru insan, nesne ve makinelerin birbirine bağlı olduğu, teknolojik tekelliğin hâkim olduğu bir dünya vardır. Bugün insanlık, algoritmalar tarafından yönetilen “artırılmış insanlar”ın yaşadığı bir gelecek tasavvur etmektedir. Etkileşimli makinelerin, sanal ve artırılmış dünyaların birbiriyle bağlantılı olduğu bir öte evren tasarlamaktadır. Bu öte evren, bilinenadıyla “Metaverse”, esas itibarıyla sibernetik sistemlerin en üst formu yani “Çoklu Dünyalar”ın bir simülasyonudur.

Sibernetik (yansımali/etkileşimli) sistemlerin özünde, makine gibi çalışan hayvan bedenlerinin modellenmesi vardır. Metaverse de sibernetikteki “ruhsuz makine”yi La Mettrie’nin tabiriyle “makine-insan”a dönüştüren bir ara yüzdür. Bu transformasyonunu sağlayabilecek metadil ise duygularımızı anlayabilen ve karşılık verebilecek “semantik ağ” üzerinden kurgulanmaya çalışılmaktadır. Ancak insan-hayvan etkileşimindeki konumlanma sorunu nedeniyle hayvanların duygulanımsal etkileşimleri tam olarak çözülemediğinden “insanın makineleşmesi” tek çıkış yolu olarak gösterilmektedir. İnsan ve hayvan arasındaki bu yakınsama bize etkileşimin şu ana kadar bilmediğimiz örtük haldeki hangi boyutlarını verir? İnsan-hayvan etkileşimindeki gömülü unsurlar nelerdir? Bu araştırmada, insan-hayvan arasındaki etkileşim Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram) yöntemiyle analiz edilecektir.

Gömülü Teori (GT) kısaca tümevarımsal akıl yürütme ile verilerden yola çıkılarak teorinin keşfedilmesidir. GT, mevcut teorilerin yanlışlığına kapılmamak için ne varsayıma ne de literatür taramasına başvurur. Verilerin kodlanması ile kavram kategorileri oluşturur. Bu yüzden bu araştırmaya literatür taraması yapılmadan, katılımcılarla insan-hayvan etkileşimim üzerine yapılan görüşmelerden elde edilen veriler kullanılarak başlanmış, GT’nin önerdiği gibi kavramsal kodlardan kategorik ve teorik kodlara ulaşılmıştır.

Gömülü Teori, sürekli karşılaştırmalı analize dayalı döngüsel bir süreç olmasından dolayı bir araştırmacı için oldukça zorlayıcıdır. Buna, GT ile ilgili literatürde dönen tartışmalar eklendiğinde GT’nin nasıl uygulanacağını karar vermek gibi ciddi bir problemle de karşılaşılmaktadır. Bu nedenle hem Gömülü Teori’yi doğru anlamak hem de doğru bir örneğini sunmak için araştırmanın ilk bölümünde GT’nin farklı yaklaşımlarına ve literatürdeki tartışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmada metodoloji tartışmalarına dahil olarak GT’yi yöntem olarak kullanacak araştırmacılar için “teori oluşturma”ya yönelik yol gösterici bir modelin sunulması da hedeflenmiştir.

1. Gömülü Teori Nedir?

“Temellendirilmiş Teori” olarak da adlandırılan Gömülü Teori (Grounded Teori) kavramsal teori üreten bir metodolojidir. Bugüne kadar alışageldiğimiz hipotezin kurulması, literatürün taranması, tümdengelimsel akıl yürütmeye dayanan yöntemlerinin tersine herhangi bir hipotez olmaksızın yola çıkar. GT, belli bir konuyla ilgili ve bağlantılı olabilecek her türlü verinin toplanması, tümevarımsal çıkarımla analiz edilerek kodlanması, kodlamaların kavramsallaştırılması süreçlerini içerir.

Glaser ve Strauss, ölmek üzere olan hastalar üzerine yapmış oldukları “Awareness of Dying” (1965) adlı çalışma ile GT’nin temellerini atmışlardır. GT, teorik kodlama yani verilerin kodlama yoluyla kavramsallaştırılmasına dayanır. Verilerde ifade edilen olaylar, teorik kategoriler oluşturmak için karşılaştırmalı yöntem kullanılarak analiz edilir ve kodlanır (Glaser, 2004, s. 47). Kısacası verilerden elde edilen kavramlar sürekli analize tabi tutularak kategoriler oluşturulur ve bunlar arandaki ilişkiler ortaya çıkarılmaya çalışılır. GT’nin kurucu ismi Glaser’e göre GT, temel bir kategori etrafında organize edilmiş ve hipotezlere entegre

edilmiş, temellendirilmiş bir kavramlar setidir (Glaser, 2004, s. 41). Strauss ve Corbin ise GT'yi 'araştırma süreci boyunca sistematik olarak toplanan ve analiz edilen verilerden türetilen teori' olarak tanımlamıştır (Strauss & Corbin, 1998, s. 12). Charmaz'a göre de GT, verilerden tümevarımsal analiz inşa ederek kavramsal çerçeveler veya teoriler oluşturmaya odaklanan nitel araştırma yürütme yöntemidir (Charmaz, 2006, s. 187). Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere nitel bir yöntem olan GT'nin esas amacı "teori" oluşturmaktadır.

"Her Şey Veridir" yaklaşımından yola çıkan GT'nin toplanan bu verilerden teoriye ulaşılması için Glaser, kavramsal birtakım bileşenlerden oluşan bir metodoloji önermektedir. GT araştırmalarında uygulanması gereken adımları gösteren GT bileşenleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1: Glaser'in GT Bileşenleri

GT Bileşenleri	Teori Oluşturma
Teorik Duyarlılık	Teorik iç görüş geliştirme becerisine odaklanır. Önceden çerçeve çizmez.
Başlarken	Önceden tasarlanmış problem yoktur. Önyargıyı askıya alır.
Her Şeyin Verileştirilmesi	Belirli bir veri değil, herhangi bir veri, belirsiz ve önemsiz olabilir.
Literatürün Kullanımı	Teoriyi sınırlandıracağından önceden literatür taranmaz.
Teorik Kodlama	Bağımsız kodları teoriye entegre eder.
Açık Kodlama	Verileri mümkün olan her şekliyle kodlar, farklı kategorilere uyacak şekilde gerçekleştirilir.
Teorik Örneklem	Veri toplama kontrolü sıralı değil, kategorilere göre sürekli ayarlanabilir.
Sürekli Karşılaştırma	Olaylar-olaylarla, kavramlar-olaylarla, kavramlar-kavramlarla karşılaştırılır.
Çekirdek Değişken	Kavramsal analiz kategorilerle anlamlı bir şekilde ilişkilidir.
Seçici Kodlama	Temel değişkeni keşfettikten sonra seçici kodlama yapılır.
Sınırlandırma	Kodlama kategorileri teorik uygunluk ile sınırlandırılmıştır.
Göstergelerin Değişebilirliği	Değiştirilebilirlik, kavramların ve özelliklerinin uygunluğunu üretir.
İlerleme Hızı	Keşif süreci için kaliteli zaman talep eder, sonuca ulaşmak için süreci hızlandırmaz.
Not Alma	Notlar, teorik örneklem için yönerge işlevi görür, olası yeni yönleri sevk eder.
Sıralama ve Yazma	Sıralama ile veriler ve fikirler teorik olarak sıralanır. Sıralama kavramsal sıralamadır, veri sıralama değildir.
Sıralama Sırasında Geliştirilen Analitik Kurallar	Çekirdek değişkene göre sıralama, teoriyi entegre etmek için kodlar hakkında birçok yeni fikir üretir.

Gömülü Teori çalışılırken belirlenen konuyla ilgili her türlü veri toplanır, notlar tutulur ve kodlamalar sürekli karşılaştırmalı analiz yapılır, böylece kategoriler arasındaki örüntüler ortaya çıkarılmaya çalışılır. Amaç, Glaser'in de söylediği gibi tözsel bir alanda neler olup bittiğini bulmaktır.

GT'nin doğru uygulanabilmesi için GT yaklaşımlarının analiz edilmesi önem taşımaktadır. Teorilerin doğrulanıp doğrulanmaması, hipotez oluşturma gerekliliği, tündengelinin de uygulanması gibi zaman içinde GT'de dair farklı yaklaşımlar oluşmuştur. Bu çerçevede araştırmanın uygulama safhasına geçmeden önce, bu konudaki farklı yaklaşımlar ele alınacaktır.

1.1. Gömülü Teori Yaklaşımları

Gömülü Teori'nin ortaya çıkışı, 1967 yılında Barney Glaser ve Anselm Strauss'un beraber yazdıkları "The Discovery of Grounded Theory: Strategies For Qualitative Research" adlı eser ile başlamaktadır. Daha sonra bu iki araştırmacı farklı yollardan ilerlemiş, Glaseri ve Straussçu olmak üzere iki ana akım ortaya çıkmıştır. Glaser, GT'nin veriden hareketle kuram oluşturma amacına yönelik bir yöntem olduğunu savunurken Strauss ve Corbin, karmaşık veri analiz sürecinin detaylarını yazmayı sağlayan, böylece teoriden hareketle tekniğe yönelen bir etkinliğe vurgu yaparlar. Bu ilk yol ayrımının ardından Glaser ve Strauss'un öğrencileri tarafından yapılan çalışmalarla GT, farklı kollara ayrılmaya devam etmiştir. Strauss'un öğrencileri olan Charmaz ve Adele Clarke ile GT'nin farklı biçimleri ortaya çıkmıştır. Charmaz'a göre veriler, analize yönelik tümevarımsal, yinelemeli bir yaklaşım olan yapılandırmacı temelli teori kullanılarak analiz edilmelidir. Clarke ise nitel analitik gelenekleri (kodlama gibi) kuram oluşturma postmodern bir biçimi olan durum analiziyle birleştirmiştir (Stough & Lee, 2021, s. 6). Kısaca Glaser ve Strauss, Glaserian, Straussian, Charmazian ve Clarkean olarak ifade edilen bu yaklaşımlar ve özellikleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo2: Gömülü Teori Yaklaşımları ve Özellikleri

GT Yaklaşımları		Özellikleri
Glaser& Strauss	Klasik Gömülü Teori	Verileri analiz etmek için, teorilerin test edilmesi yerine inşa edilmesi gerektiğini savunur.
Glaserian	Teori Temelli Gömülü Teori	Verilerin genel bir görünümünü elde etmek, ilk önemli adımdır. Teorinin verilerle bağlantı kurması, yani olanları açıklaması önemlidir
Straussian	Nitel Veri Analizine Dayalı Gömülü Teori	Strauss ve Corbin (1990), karmaşık olan GT sürecini sistematik hale getirmek için bir dizi kılavuz yayımlamışlardır. GTM'yi spesifik bir metot veya teknikten ziyade, nitel bir araştırma tarzı olarak görür.
Charmazian	Yapılandırmacı Gömülü Teori	Veriler, analize yönelik tümevarımsal, yinelemeli bir yaklaşım olan yapılandırmacı temelli teori kullanılarak analiz edilmelidir.
Clarkean	Post Modern Durum Analizi	Geleneksel nitel analitik gelenekleri (kodlama gibi) durumsal analizle, kuram oluşturma postmodern bir biçimi olan durum analiziyle birleştirir.

Bu yaklaşımların daha detaylı bir karşılaştırması çalışma sonundaki Ek 1'de verilmiştir (Stough ve Lee, 2021, s. 3). GT'deki dallanıp budaklanma, GT'nin farklı ve çeşitli uygulamalarını gündeme getirmiştir. Gömülü Teori, nitel araştırma yöntemleri içinde son yıllarda en fazla kullanılan yöntemdir. 1980'lerden sonra sosyolojik araştırmalarda nitel bir metodoloji olarak tercih edilen GT'nin kullanımı, 1998 yılına gelindiğinde toplam alıntılarının yüzde 64'ünü oluşturmuş; etnografiyi, fenomenolojiyi, söylem analizini, anlatı araştırmasını geride bırakarak 3,410 temellendirilmiş kuram çalışmasına kaynaklık etmiştir. Ancak bu araştırmaların büyük bir çoğunluğu GT prosedürlerinin "nitel veri analiz yöntemi" olarak uygulanmasından ibaret kalmıştır (Stough & Lee, 2021, s. 3). Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'deki çalışmalarda da GT'nin temelini oluşturan "kuram üretme" amacının güdülmediği ve sadece verileri analiz etme stratejisi güdüldüğü espit edilmiştir (Bkz. Arık & Arık, 2016; Şener, 2019).

GT'nin nitel veri analiz yöntemi olarak yaygınlaşması, metodolojik ayrımları da içeren büyük bir yöntem tartışması yaratmıştır. Bu tartışmanın özünde, teori oluşturmaya araştırmaların GT olarak adlandırılıp adlandırılmayacağı sorusu bulunmaktadır. GT'nin farklı yorumlanmasından kaynaklanan bu karmaşadan sıyrılmak ve yöntemi doğru uygulayabilmek için literatürdeki tartışmaları da incelemek gerekmektedir.

1.2. Gömülü Teori Tartışmaları

GT'nin köklerini, James, Cooley ve Mead'in fikirlerinden oluşan sembolik etkileşimcilik geleneğinden aldığına ilişkin literatürde yaygın bir görüş hakimdir. GT'nin kurucu ismi Glaser (2004, s.38) ise bu yöntemin nitel analizine indirgenmesine, fenomenolojiye, etnografiye veya sembolik etkileşimciliğe benzetilmesine karşı çıkarak GT'nin "kavramsal teori üreten genel bir metodoloji" olduğu konusunda ısrar eder. Bu itirazın dayanağı GT'nin özündeki "teori oluşturma" amacının gerçekleştirilmemesidir. Glaser, GT'nin ne olup olmadığını anlatmak için 2004 yılında kaleme aldığı "Remodeling Grounded Theory" isimli çalışmasında şu ifadeleri kullanır:

"Gömülü teori, nitel veri analizinin GT olarak adlandırdığı şey değildir. Nitel veri analizini (QDA) kınamıyorum, bu yöntemler oldukça değerli ve saygın. Ancak nitel veri analizi yöntemlerinin verilere dayattığı kavramlar, problemler ve çerçeveler ile GT'nin kavramların, problemlerin ve teorik kodların üretilmesi ve ortaya çıkmasına odaklanması arasında bir fark vardır. GT söz konusuysa metodoloji seçimi karıştırılmamalı, gruplandırılmamalı veya parça parça kullanılmamalıdır. Bunu yapmak, GT'nin kavramsal gücünü aşındırmaktır" (Glaser, 2004, s. 9).

Glaser'in bu eleştirilerinden en büyük payı, GT'yi yazarken birlikte yola çıktığı Strauss almıştır. Onun GT'yi nitel veri analizine indirgeyen yaklaşımının yanlış uygulamaların kaynağı olduğunu söyler. Öte yandan Charmaz'ın inşacı yaklaşımının yanlış yorumlanması, bu alandaki tartışmayı daha da büyötmüştür. Bu konuya bir açıklık getiren Sbaraini'ye göre Charmaz'ın yaklaşımı, yapısal unsurları bakımından klasik GT'ye sadıktır. İnşacı GTM'nin aslında Glaser ve Strauss'un birlikte yazdığı 1967'deki versiyonun çağdaş bir güncellemesi olduğunu Charmaz kendisi söylemektedir. Onun niyeti, gereksiz yere büyüyen bu tartışmaya bir son vermektir (Sbaraini, 2011, s. 3).

Her iki teorisyenin eserleri incelendiğinde ortaya, "açıklık", "veri toplama ve analiz", "kodlama ve karşılaştırma", "not yazma", "teorik örnekleme", "teorik doygunluk" ve "maddi bir teorinin üretimi" de dahil olmak üzere yedi ortak unsur çıktığını söyleyen Sbaraini (2011, s. 3), bir çalışmanın GT olarak adlandırılması için bu unsurları taşıması gerektiğini söyler. Sbaraini'nin hem Glaser ve hem de Charmaz'a atıfla verdiği yedi unsur Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Gömülü Teorinin Temel Unsurları

Bileşen	Tanım	Kaynaklar
Açıklık	Temellendirilmiş teori özelden gelene doğru tümevarım üzerinde durur, bu da çok daha açık bir yaklaşım benimsemesi demektir.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 2-6) (Charmaz, 2006, s. 4-21)
Analiz ve Veri Toplama	Temellendirilmiş bir teori çalışmasında analiz, teorik örnekleme için kodlamaya izin vermek için mümkün olan en kısa sürede başlamalı ve veri toplamaya paralel olarak devam etmelidir.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 102) (Charmaz, 2006, s. 20)
Kodlama ve karşılaştırma	Veri analizi, verilerdeki varyasyonu anlamak ve açıklamak için kodlamaya, verileri çok daha küçük bileşenlere ayırmaya ve bu bileşenleri etiketleme ve karşılaştırmaya dayanır. Örneğin veri ile veri, durum ile durum, olay ile olay, kod ile kod karşılaştırır.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 101-115) (Charmaz, 2006, s. 42-71)
Not yazma	Notlar olaylar, vakalar, kategoriler veya kategoriler arasındaki ilişkiler hakkında olabilir. Notlar, yapılan karşılaştırmalar da dahil olmak üzere analistlerin gelişen düşüncesini teşvik etmek ve kaydetmek için kullanılır	(Glaser & Strauss, 1967, s. 108-112) (Charmaz, 2006, s. 72-95)

Teorik Örneklem	Teorik bir örnek kodlama, karşılaştırma ve not yazma yoluyla oluşur. Analiz soruları gündeme getirir; ilişkiler önerir, mevcut veri setindeki boşlukları vurgular ve araştırmacıların henüz bilmediklerini ortaya çıkarır.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 45-77) (Charmaz, 2006, s. 96-122)
Teorik Doygunluk	Teorik doygunluk, genellikle araştırmacının yeni veri eklenmeye ihtiyaç kalmadığını hissettiği noktadır. Teorideki tüm kavramların iyi anlaşıldığı ve verilerden doğrulanabildiği bir doygunluk biçimidir.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 111-113) (Charmaz, 2006, s. 114-115)
Teorinin üretimi	Temellendirilmiş bir teori çalışmasının sonuçları, bağımsız bir teori olarak, yani birbiriyle uyumlu bir bütün içinde ilişkili bir dizi kavram olarak ifade edilir.	(Glaser & Strauss, 1967, s. 21-43) (Charmaz, 2006, s. 123-150)

Kaynak: Sbaraini, 2011, s. 3.

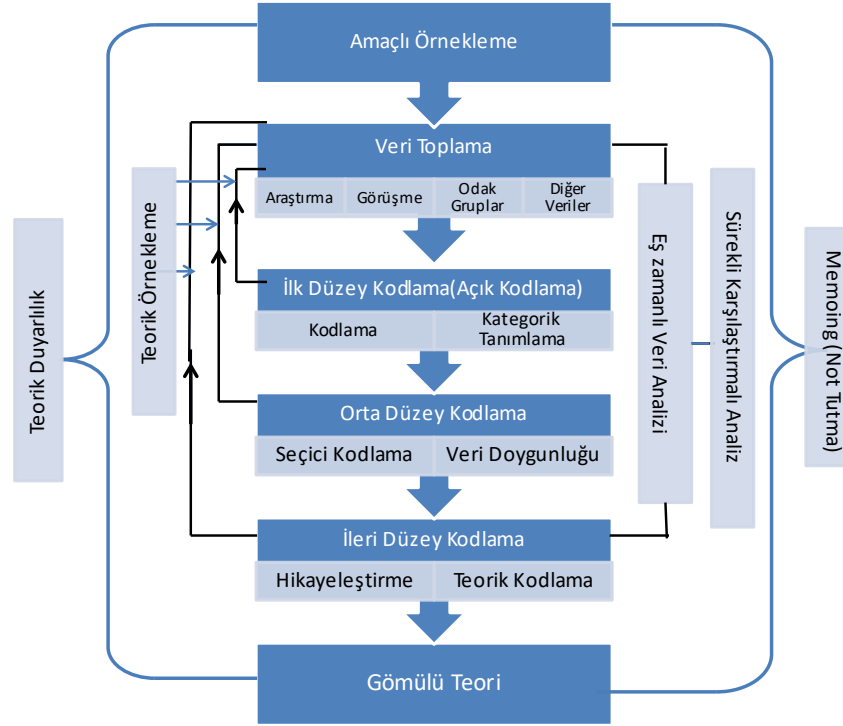
1967 yılında GT ile ilgili yayımladığı ilk eserden bu yana Glaser, ortaya çıkan yeni yaklaşımlar sayesinde kendi teorisini sınama ve diğerleriyle sürekli karşılaştırma imkânı bulmuştur. Yanlış GT uygulamalarını eleştirmek için çok sayıda eser yazan Glaser'in kendi teorisini bunca yıldır sürekli analize tabi tutarak temellendirmesi, onun GT'nin özüne uygun hareket ettiğini göstermektedir. Diğer taraftan nitel veri analizine vurgu yapıyor olsa da Charmaz'a (2007) göre GT hem araştırma sürecinin sonucunu hem de araştırma sürecinin kendisini ifade etmektedir. Dolayısı ile bunları ayrı ayrı işlevler olarak değil, biri süreç diğeri ürün olmak üzere GT'yi birlikte oluşturan işlevler olarak görmek gerekir. Kısacası, GT'nin kurucu ismi olan Glaser ve bugünkü en önemli temsilcisi farz edilen Charmaz özünde aynı şeyi savunmaktadır. Her ikisi için de GT'nin bir teoriyi temellendirmeye yönelik metodoloji olduğu konusunda bir ayrım bulunmamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada her ikisinde de ortak olan bu GT bileşenleri kullanılmıştır.

2. Metodoloji

Bu araştırmanın konusu İnsan-Hayvan Etkileşimi'dir. Çalışmanın amacı gündelik söylemler üzerinden insan-hayvan etkileşiminde üstü örtük olan bilgilerin açığa çıkarılmasıdır. Strauss ve Corbin'in (1994, s.276) de dediği gibi, "GT, gündelik gerçeklikle doğrudan ilişkilidir ve gündelik yaşantıdaki değişik verilerden dikkatli bir analizini içermektedir". Buradan hareketle bu araştırma için en uygun yöntemin Gömülü Teori olduğuna karar verilmiştir.

GT'nin temel yaklaşımına göre "Her şey veridir". Yapılandırılmamış verilerin toplanması, bunların analiz edilerek enformasyona dönüşmesi, enformasyonun belli kategorilere göre anlamlı bir bilgiye dönüşmesi esas itibarıyla veri biliminin (enformatik) konusudur. Bunu, nitel araştırmalarda uygulamak istediğimizde, en uygun metot olarak karşımıza GT çıkmaktadır. Veri bilimi, işlenmemiş haldeki bilgilerin bir amaç doğrultusunda yeniden düzenlenerek enformasyona dönüştürülmesine yönelik belirli süreçleri içerir. Verinin gereksiz kısımlarının ayıklanması (yoğunlaştırma), belli bir amaç için bir araya getirilmesi (bağlamsallaştırma), verilerin analiz edilmesini (hesaplama), diğer verilerle ilişkilendirilmesi ve kategorileştirme (sınıflandırma), verideki hataların ve eksiklerin giderilmesi (düzeltme) gibi işlemler gerçekleştirilir (Işıklı ve Küçükvardar, 2016). Bu işlemler, GT'nin bileşenleri ile benzerdir. Veri bilimi bunu sayılarla **nicel** yöntemle yaparken GT, **nitel** verilerle gerçekleştirmektedir. GT metodolojisi tıpkı enformatikte olduğu gibi verilerin toplanması ve analizinde kavramsal kodlardan yola çıkarak kategorileri belirlemekte, bunları ayıklayarak, sınıflandırarak, birbiriyle karşılaştırarak, bağlantıları tespit ederek verileri anlamlı ve kullanılabilir bilgiye dönüştürmektedir. Bu bakımdan GT'yi sosyal bilimlerde teori oluşturmaya yönelik enformatik bir metot olarak ifade etmek mümkündür. GT'nin ayırt edici özelliği veri toplama ile veri analizinin aynı anda gerçekleştirilmesidir. GT'de veri analizini ve süreçlerinin çevirimini gösteren diyagram Grafik 1'de verilmiştir.

Grafik 1: Gömülü Teori Süreci



Glaser (2004, s.53) te belirttiği gibi karşılaştırma ve sürekli analiz, oluşturulan veya toplanan ilk verilerle başlar; araştırma boyunca kavram ve kategori düzeyinde döngüsel olarak devam eder. Bu çalışma boyunca da yeni veriler elde edildikçe kodlar ve kategoriler arasında sürekli karşılaştırma yapılmıştır. Araştırma; “Açıklık”, “Analiz ve Veri Toplama”, “Kodlama ve Karşılaştırma”, “Not Yazma”, “Teorik Örneklem”, “Teorik Doygunluk” ve “Teorinin Üretimi” olmak üzere bu araştırma yedi başlıkta, Glaser ve Charmaz’da ortak olan GT bileşenleri esas alınarak yürütülmüştür.

2.1. Açıklık

Kavramsallaştırmayı etkilememek için literatür taraması yapmamak Glaser’e göre GT’nin temel kuralıdır. Peki önceden tasarlanmış, bir problem, bir yöntem veya literatür taraması olmadan araştırmaya nasıl başlayacağız? İyi bir GT analizi, düzenli günlük veri toplama, kodlama ve analiz ile başlar. Gerçekte neler olup bittiğine açık kalmak, dinlemek, gözlemlemek gerekir ve verileri filtrelemeyerek işe başlanır (Glaser, 2004, s. 44). Bu kapsamda çalışmaya başlarken GT’nin “açıklık” ilkesinden hareket edilerek hipotezlere ve araştırma sorusuna dayanmadan sadece araştırma konusu belirlenerek yola çıkılmıştır. Araştırmayı kısıtlama olasılığı bulunan her türlü kesinlikten uzak, tüm verilere, sorulara, varsayımlara açık bir yaklaşım benimsenmiştir. GT’nin döngüsel işleyişi, açıklık ilkesinin bir sonucudur. Araştırmanın hiçbir aşamasında kesinlikten söz edilemez ve eklenen yeni verilerle teorik doygunluğa ulaşana kadar araştırmayı sınırlandırmayacak şekilde bu çevrim devam eder.

2.2. Veri Toplama ve Analiz Metodu

GT’nin en yaygın veri toplama aracı, katılımcılarla **derinlemesine görüşme** tekniğidir. Bunun yanı sıra GT’de alana dair gözlemler, dokümanlar ve kayıtlar veriler için temel

oluşturabilir (Glaser, 2004, s. 45). Bu çalışmada da katılımcılarla yapılan açık uçlu soruların yöneltildiği derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırmanın **örneklemini**, rastgele seçilen evcil hayvan sahipleri oluşturmuştur. 23'ü kadın, 20'si erkek olmak üzere toplam 43 evcil hayvan sahibi ile çevrimiçi ortamda görüşme yapılmıştır. Görüşmeye katılanların 23 tanesi kedi, 11 tanesi köpek, 9 tanesi kuş beslemektedir.

GT'nin açıklık ilkesinden hareketle katılımcıları sınırlandırmamak için soru sorulmamış ve sadece hayvanlarla etkileşimlerine dair düşüncelerini paylaşımları istenmiştir. Katılımcılara, akıllarına gelen ilk kavramları kullanarak basit ve yalın bir biçimde, maksimum 10 cümle ile duygu ve düşüncelerini ifade etmeleri istenmiştir. Görüşme kayıtları, bilgisayar ortamına aktarılarak tablolastırılmıştır. Katılımcıların ifadelerinde geçen sözcükleri içeren kavramsal kodlama yapılmıştır (Çalışmanın sonunda Ek-2'de verilmiştir.) Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde görüleceği gibi, açık kodlama esnasında kavramlar ortak özelliklerine göre sınıflandırılmış, ardından kavram kümelerine dayanılarak kategoriler oluşturulmuştur.

2.3. Kodlama ve Karşılaştırma

Kodlama, verilerdeki kavramları, benzerlikleri ve kavramsal tekrarları belirlemek için kullanılan analitik bir süreçtir (Glaser, 2004, s. 47). GT'de **açık kodlama**, **seçici kodlama** (eksensel kodlama) ve **teorik kodlama** (seçici kodlama) olmak üzere **başlangıç**, **orta** ve **ileri** düzey olmak üzere üç kodlama seviyesi bulunmaktadır. Geleneksel, gelişmiş ve yapılandırmacı yaklaşımlar, kodlama konusunda farklı kavramlar kullanmaktadır. Bunun temelde kavramsal bir farklılık olmasından dolayı kodlama aşamaları için Klasik GT'nin kullandığı terimler esas alınmıştır. GT'de bir yandan eşzamanlı veri toplama ve veri analizi yapılırken diğer yandan olaylar-olaylarla, kavramlar-olaylarla ve son olarak kavramlar-kavramlarla karşılaştırılır (Glaser, 2004, s. 53). Bu çerçevede açık, Seçici ve Teorik Kodlama süreçlerinde sürekli karşılaştırmalı analize başvurulmuştur. Kodlamanın ilerleyen aşamalarında elde edilen veriler bir önceki kodlara eklenerek ilerlenmiştir. Bu nedenle sıralı halde verilen kodlamaların; karşılaştırma ve diğer kodlamalar sonucunda elde edilen verileri de içerdiğini vurgulamak gerekmektedir.

2.3.1. Açık Kodlama

İlk kodlamanın amacı verilerden mümkün olduğu kadar çok açık kod üretmektir (Glaser, 2004, s. 50). Bu çalışmada kodlar katılımcıların kullandığı sözcüklerden oluşturulmuştur. Katılımcıların kelime örnekleri kaydedildikten sonra önemli kelime grupları tespit edilerek her kodun özelliği belirlenmiştir. Açık kodlamada benzer kavramlar bir araya getirilerek kavram setleri oluşturulmuş, ardından bu kavram setlerinden anlamlı bir sonuç elde etmek için kategorileştirme yapılmıştır. Glaser (2004, s.48)'in önerdiği gibi kategorik kodlama; "Bu veriler kimin bakış açısından gelir?", "Kimi temsil eder?" veya "Kimin düşünceleridir?" ve "Toplu olarak neyi temsil edebilir?" gibi soruların yardımıyla yapılmıştır. İlk kodlamada verilerdeki kavramsal benzerlikler incelenmesi sonucunda 12 farklı kavram setine ulaşılmıştır. Kavram setlerinin neyi temsil ettiğinden hareketle de 7 farklı kategorileri elde edilmiştir. Kavramsal ve kategorik kodlama sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4: Kavramsal Açık Kodlama Sonuçları

İşlenmemiş Veri	Kavramsal Kodlama	Kategorik Kodlama
Katılımcıların kullandığı kavramlar	sevgi, mutluluk, neşe, sevinç, huzur, keyif, hissetme, duygu, muhtaç, ihtiyaç, sorumluluk, merhamet, vicdan, karşılıksız, koşulsuz, çıkarsız, sadakat, minnettarlık, beklentisiz, öğrenme, masum, menfaatsiz, aile, ev, çocuk, evlat, bebek, kardeş, dost, arkadaş, fert, birey, iletişim, etkileşim, konuşma, anlama, dil, bilinç, zihin, ruh, içgüdü	- Hayvanların hissettirdiği duygular - Hayvanlara atfedilen nitelikler - Hayvanların ihtiyaç sahibi olması ve sorumluluk duygusu - Hayvanlarla etkileşim ve iletişim - Hayvanların dostluğu ve arkadaşlığı - Hayvanlar atfedilen düşünceler - Hayvanlara verilen değer

Hayvanların hissettiği duygular, hayvanlara atfedilen nitelikler ve düşünceler, onların ihtiyaç sahibi olması, hayvanlarla iletişim ve etkileşim, hayvanların dostluğu ve arkadaşlığı, hayvanlara verilen değer ilk aşamada ortaya çıkan açık kodlardır. Başlangıç düzey kodlamada diğer bir yöntem de önemli kodları belirlemek için verilerin satır satır açık kodlama yapılmasıdır. Satır satır kodlama, kategorilerin doğrulanmasına yardımcı olur ve önemli bir kategoriye kaçırmayı en aza indirir (Glaser, 2004, s. 50). Bu amaçla görüşme kayıtları tekrar incelenerek satır satır kodlama yapılmıştır. Kategorik kodlamada ulaştığımız açık kodların özelliklerini taşıyan satırlar tespit edilmiştir. Satır satır kodlama sonuçları aşağıda sıralanmıştır.

Açık Kod 1: Hayvanların Hissettirdiği Duygular

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanların hissettirdiği duygular	Sevgi arayışı Mutluluk, Huzur duygusu	- Sevgiyi alma ve verme konusunda birçok insan-dan daha iyi olduklarını düşünüyorum. - Onlar benimle yaşıyorlar diye çok mutluyum. - Sevgisini göstermekten ve istemekten hiç çekinmiyor. - Onlarla gönül bağımız var. - Bana yaşama sevinci katıyor.

Açık Kod 2: Hayvanlara Atfedilen Nitelikler

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanlara atfedilen nitelikler	Sevimli, akıllı, masum, şirin, sevecen tatlı vs.	- "Bir bebek gibi masumlar". - "Bazen insanlardan akıllı olabiliyorlar". - "Sanki içine insan kaçmış, çok sevimli". - "Bu kadar bağlanacağımı tahmin edemezdim".

Açık Kod 3: Hayvanların İnsanlara Muhtaçlığı

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanların ihtiyaç sahibi olması ve sorumluluk	vicdanlı olmak, merhamet duymak, iyilik yapmak, bakım ve beslenme sorumluluğunu üstlenmek, muhtaç oldukları düşüncesi	- "Bakıma muhtaç hayvanın sorumluluğunu almak iyi hissettirdi". - "Gerçek manada ihtiyaçları olduğu için evime aldım". - "Körelmeye yüz tutmuş merhamet duygumu ortaya çıkardı". - "Dünya sadece insanlığa ait bir yer değil!" - "Vicdanen rahatlatıyor".

Açık Kod 4: Hayvanlarla Etkileşim

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanlarla etkileşim ve iletişim	Hayvanlarla konuşma, onları anlama ve anladıklarını bilme, paylaşım	- "Beni anladıklarını derdimi de neşemi de paylaştıklarını görebiliyorum". - "Dokunduğumda bile gönül gözümü açıyor". - "Köpeğimle sohbet eder, sırtını sıvazlar, çıkardığı hırıltıları dinlerim". - "İletişimi göz göze gelerek sağlıyoruz". - "Konuşamıyor ama gayet de iyi anlaşıyoruz". - "Konuşmadan da iletişim kurmayı öğrendim". - "Konuştuğumda beni dinliyor".

Açık Kod 5: Hayvanların Dostluğu

Açık kod		Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanların dostluğu ve arkadaşlığı		- "İnsanoğlunun sevgisini sorgulamama sebep oldu". - "Sadece sever, dinler, anlar". - "Benim duygularımı anlayabiliyor". - "Çıkarsız bir dost ve sevgi oldu". - "Onun sahibi olarak değil, arkadaşım olarak görüyorum". - "Çocuklarımızın oyun arkadaşı gibiler".

Açık Kod 6: Hayvanlara Atfedilen Düşünceler

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanlara atfedilen düşünceler	Karşılıksız, koşulsuz, çıkarsız, beklentisiz	- “Hayata anlam kattığını söylemeliyim”. - “Sevginin çocuktan sonraki karşılıksız hali”. - “Hem insan gibi hem insan değil gibi... Bambaşka”. - “Salt bir canlıyı ötesinde birey olduğunu hissediyorum”. - “Hep yanımda olan ve beni koşulsuz seven”. - “Onlarında bizim gibi duyguları var”.

Açık Kod 7: Hayvanlara Verilen Değer

Açık kod	Özellikler	Katılımcıların sözlerinden örnekler
Hayvanlara verilen değer	Çocuk, evlat, bebek kardeş	- “Ailemize bir ferdi gibi”. - “O yokken evde bir boşluk oluyor”. - “Hiç büyümeyen çocuklar gibiler”. - “Küçük bir çocukla konuşuyormuş gibi”. - “Ailemize katıldı”. - “Evin ilk kız çocuğu”. - “Evin bireyleri onlar”. - “Evlat kadar değerli, dosttan öte”. - “Anne olmaya çok benziyor”.

Satır satır kodlamada bazı özelliklerin kategorik olarak birbirine yakın olduğu görülmüştür. Açık kodlamada ortaya çıkan “hayvanlara verilen değer” ile “hayvanların dostluğu” kategorilerinin birbirleriyle bağlantılı olduğu ortaya çıkmıştır. Yine “hayvanlara atfedilen düşünceler” ile “hayvanlara atfedilen nitelikler” arasında da bir ilişki tespit edilmiştir. Bunlar bir sonraki seçici kodlama aşamada aynı kategori içinde ifade edilmiştir.

2.3.2. Seçici Kodlama

Odaklanmış Kodlama olarak isimlendirilen **seçici kodlamada** “Kodlar arasındaki bağlantılar nelerdir?” sorusunun cevabı aranır (Glaser, 1978: 61). Artık ilk kodlamadaki gibi sürekli kavramsallaştırma yapılmaz veri kalabalığını ayıklamak adına bir önceki kodlama aşamasında en sık tekrar edilen veya en önemli görülen kodlar seçilir (Charmaz’dan akt. Arık & Arık, 2016, s. 301). Satır satır kodlamadaki benzerliklerden yola çıkılarak, kodlar arasındaki bağlantıları ifade edecek şekilde kategoriler yeniden düzenlenmiştir. Kategorilerin özelliklerine göre onları en iyi ifade eden soyut kavramlaştırma yapılarak seçici kodlara ulaşılmıştır. Seçici Kodlama sonuçları Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5: Kavram Kategorileri ve Seçici Kodlar

Kavram Kategorileri	Seçici Kodlar
Sevgi, iyilik, mutluluk, neşe, sevinç, huzur, keyif vs.	Duygusal
Akıllı, zeki, şirin, muhtaç, sadık, çıkarsız, beklentisiz vs.	Bilişsel
Aile, ev, birey, çocuk, evlat, bebek, kardeş, dost, arkadaş vb.	Edimsel
İletişim, etkileşim, bağ, konuşma, anlama, dil vb.	İletişimsel
Bilinç, zihin, ruh, hissetme, duygu vb.	Ruhsal

Açık kodlamada ortaya çıkan “hayvanlara verilen değer” ile “hayvanların dostluğu” kategorileri arasındaki “edimsel”, yine “hayvanlara atfedilen düşünceler” ile “hayvanlara atfedilen nitelikler” arasında ise “bilişsel” bir bağlantının olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle açık kodlamada ortaya çıkan 7 kategori, 5 kategoriye indirgenmiştir. Glaser’e göre indirgeme, orijinal kategoriler kümesinde veya özelliklerinde temeldeki tekdüzeliği keşfettiğinde ve ardından teoriyi daha küçük bir üst düzey kavramlar kümesiyle yeniden formüle ettiğinde gerçekleşir (Glaser, 2004, s. 57). Bu kapsamda kategoriler onları temsil eden soyut kavramlara indirgenerek temel değişkenlere ulaşılmıştır. İnsan-hayvan etkileşimindeki bu temel değişkenler “duygusal”, “bilişsel”, “edimsel”, “iletişimsel” ve “ruhsal” kavramlarıyla ifade edilmiştir.

2.3.3. Teorik Kodlama

Teorik Kodlamada, kategorilerden elde edilen bilgilerin anlamlı bir kanıt dönüşmesi hedeflenmektedir. Amaç, teoriyi bütünleştirmektir. İlk kodlama verileri parçalarken, teorik kodlar ‘parçalanmış hikâyeyi organize bir bütün teori halinde tekrar bir araya getirir’. Bunu yaparken de çekirdek değişkenin bulunması gerekmektedir. Çekirdek değişkenin merkezi olması, diğer kategori ve özellikleriyle ilgili olması ve bir davranışa ilişkin varyasyonun büyük bir bölümünü hesaba katması gerekir (Glaser, 2004, s. 54).

Çekirdek kategoriye ulaşmak için bir önceki kodlamada uygulanan satır satır kodlamaya geri dönülerek yeniden analiz edilmiştir. En sık tekrarlanan ve diğerleriyle daha fazla ilişkili olan değişken tespit edilmiştir. Hemen hemen tüm kategorilerde “kişileştirme” yapıldığı ortaya çıkmıştır. İnsanların sahip olmak istedikleri ideal özellikleri hayvanlara atfettiği, onları birer fert olarak gördükleri görülmüştür. Bu nedenle kişileştirme hem merkezi hem de diğer kategorilerle ilgisi açısından çekirdek değişken olarak belirlenmiştir. **Seçici kodların** “kişileştirme” göstergeleri Tablo 6’ da sunulmuştur.

Tablo 6: Seçici Kodların Göstergeleri, Çekirdek Değişken ve Teorik Kodlar

Seçici Kodlar	Kodların Göstergeleri	Çekirdek Değişken	Teorik Kodlar
D u y g u s a l Kodlar	Hayvanlara insani hisler atfetme	KİŞİLEŞTİRME	Kişileştirme
B i l i ş s e l Kodlar	Hayvanlara insani özellikler atfetme		Öznellikten Arınma
E d i m s e l Kodlar	Hayvanlara birey ve fert niteliği atfetme		Bireysellikten Uzaklaşma
İ letişimsel Kodlar	Hayvanlara konuşma niteliği atfetme		Duyumsama
R u h s a l Kodlar	Hayvanlara bilinç, zihin ve ruh atfetme		Animizm

Seçici kodların her birinde insani niteliklerin hayvanlara atfedildiği görülmektedir. İnsanlar, hayvanları duygusal, bilişsel, edimsel, iletişimsel, ruhsal kodlarla kişileştirmektedir. Kişileştirme, yani “insani özelliklerin hayvanlara atfedilmesi” edebi eserlerde fabl türünde sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Fabl soyut konuları somutlaştırarak anlatan hayvan masallarıdır. Bu nedenle hayvan masallarının bu çalışmaya veri sağlayabileceği düşüncesinden hareketle fabllarla ilgili notlar (memoing) tutularak araştırmaya dahil edilmiştir. Bir sonraki bölümde görüleceği gerek fabllarla ilgili gerekse konuyla bağlantısı olabilecek diğer kavram ve olgularla hakkında yazılan notlar, araştırmanın teorik kodlarının belirlenmesine yardımcı olmuştur.

2.4. Araştırma Notları (Memoing)

Glaser’e göre (1987) eğer bir araştırmacı, memolarını yazmadan sadece kodlamayla araştırmasını devam ettiriyorsa, araştırmacı GTM yapmıyor demektir. Ona göre memo yazımı, araştırmadaki kodlar hakkında araştırmacıya yol gösterir; soyutlama yapmasını ve fikir oluşturmalarını sağlar (Charmaz, 2006:71). Bu çerçevede açık kodlamadan itibaren kavram, olay ve durumlarla ilgili notlar tutulmuştur. GT’de her şey veridir, araştırma konusu ile bağlantılı olabilecek şeyler hakkında notlar yazılmıştır.

Notlar, verilerin kavramsal düzeye yükseltilmesine ve tanımlanmaya başlayan her kategorinin özelliklerinin geliştirilmesine yardımcı olur. Notlar, kategoriler ve/veya özellikleri arasındaki bağlantılar kurmaya ve diğer kategori kümeleriyle bütünleştirmeye yardımcı olur (Glaser, 2004, s. 62). İlk notlar kavramsallaştırma ve kodlama süreçleri ile birlikte ortaya çıkmaya başlamıştır, daha sonra romanlardan ve literatürden okumalar da notlara dahil edilmiştir. Glaser’in dediği gibi başlarken olmasa da sürekli karşılaştırmalı analiz sürecinde literatür bir veri kaynağı olarak araştırmaya dahil edilebilir (Glaser, 2004, s. 46). Bu notlar, o anda ilk akla gelen düşünce ve duyguların anlık olarak basitçe anlatımı olmakla birlikte, kategoriler arasındaki ilişkinin kurulmasında, çekirdek değişkenin bulunmasında ve teorik kodların belirlenmesine katkı sağlamıştır.

Tablo 7: İlk Kodlama Aşamasında Katılımcıların Görüşlerini Aldıktan Sonra Tutulan Not

Bu katılımcının görüşleri diğerlerinden farklı. Çünkü duygularını tarif edemediğini söylemiş. Kelimeler yetersiz kalmış, ailenin bir parçası diyor ama daha fazlası olduğunu ayrı bir bağ olduğunu söylüyor. İfade edemediği bir duygudan daha fazlası olan şey nedir? Hayvan severlerin hissettiği bu duyumsama nedir?

Katılımcılar hayvanlara insani özellikler yakıştırıyorlar hem de imrendikleri belki de sahip olmadıkları güzel huyları onlara atfediyorlar. Onların karşılıksız ve koşulsuz bağlılıkları, insani olarak erişmek istedikleri ama yapamadıkları üst düzey bir erdem gibi. İnsanlar hayvanlara hayranlık duyabilir mi? Kendi ile yüzleşme. Yüzleşme, hayvan aracılığı ile kendi ile. İnsan kişilik çatışmalarını hayvanlarla mı yaşıyor? İnsanlar hayvanlarla konuşuyor, hayvanlar konuşmasa bile denileni anladığını söylüyorlar. Anlaşmayı sağlayan dil değil, psişik bir süreç olabilir mi? Yine de insan konuşuyor, konuşmadan duramıyor. Başka sesleri duymaktan aciz iken hayvanlarla kurdukları psişik iletişimde sanki kaybolmuş bir yetiyi tekrar kazanmış gibi mutlu oluyorlar. Hayvan dilden azade ama hissediyor, ama nasıl? İnsan koşulsuz olarak diğer insanları sevmeyebilir mi? Böyle bir insan ilkel midir? Koşulsuz, karşılıksız, çıkarsız sevgi anne sevgisine benzetiliyor. İnsanlar koşulsuz sevmek istiyor ama sevmeyi için hayvanları çocuk yerine mi konuyor? Belki de hayvanlar koşulsuz sevgileriyle insanları çocukları gibi görüyorlardır! Peki hayvanları koşulsuz sevgiye sevk eden bağ nedir?

Tablo 8: İlk Kodlamadan Sonra Seçici Kodlamaya Geçerken Tutulan Kavramsal Not

Aile + Sevgi + Paylaşım + Bağ
Hayvan sahipliğinde temel adaptasyon tamamen sevgi ile ilgiliydi. Yeni kavramlar geliştirilerek uygulamaya dahil edildi. Araştırmaya katılanlar, hayvan sevgisini tadanlar asla eskiye geri dönmeyeceklerinden bahsediyorlar. Bu süreç onların hayatlarında ve hislerinde çok olumlu değişiklikler meydana getirmiş. Bu farkındalık ile hayattan daha fazla zevk ve keyif almaya başlamalarını sağlamış. Hayvan sevgisi insanlara en iyi ruhsal tedaviyi sağlayan şey olarak kabul edilmektedir.
Hayvanların muhtaçlığı ile bağlantılı bir sahiplenme veya kendi sevgi muhtaçlığı nedeniyle onlardan manevi olarak beslenmeye dayalı sahiplenme (kendini sahiplenme) arasındaki farkı ortaya çıkarmak oldukça zor. Çoğu insanın, hayvanları bir birey, bir fert, bir dost, bir arkadaş, hatta daha da çok ailenin bir parçası, çocuğu, evladı, kardeşi olarak görmesinin nedeni nedir? Hayvanları besleyerek ve onların ihtiyaçlarını gidererek en iyi bakımı sunmaları tıpkı bir annede olduğu gibi hislere dayalı uzaktan etkileşim vaat ediyor. Erkekler de hiç tadamayacakları annelik duygusunu hayvanları besleyerek yaşıyor olabilir mi? Cinsler arasında insan olanın sınırları çizdiği gibi bir ayrım olmama ihtimali çok yüksek. Fiziksel ve cins bağının dışında evrenin bir parçası olmak gibi.

Tablo 9: Teorik Kodlama Aşamasında Kişileştirme ile İlgili Not

Kişiselleştirme (Tehiş) üzerine yazılan not
Kişileştirme, insana ait özellikleri, insan dışındaki canlı varlıklara atfedilmesidir. Tehiş de denmektedir. “Bir şeyi belirlemek, diğerlerinden ayırt etmek” olarak ifade ediliyor. Diğerinden ayırt etmek ötekileştirmekle ilgili. Masallarda yaşayan bir evren vardır, nesneler, hayvanlar, bitkiler, konuşur, duyar, hisseder. Hayvan masallar(fabl) insani özelliklerin hayvanlara atfedildiği ve onları konuşturan masallar. Türklerde masal anlamına gelen “Erteki” kelimesi de kullanılıyordu. Türkçe etimoloji sözlüğüne göre “erte” kelimesi “bir yerden başka yere geçmek” anlamına geliyor. O halde masallar bir yerden başka yere geçmeyi sağlıyor. Bu başka yer neresi, nasıl bir yer: “Hayvan erteki” gibi bir tamlama kullanacak olursak hayvana ait bir yere geçiş anlamına mı gelir, hayvan aracılığı ile başka bir yere geçiş anlamına mı gelir?
Peki, insanlar neden hayallerini, düşüncelerini hayvanlar üzerinden, onları konuşturarak ve onlara insani değerler yükleyerek anlatmayı tercih ederler? Soyut konuların somutlaşması insan bilinci için ne ifade eder? Soyut olanın kavranamazlığına olan inancımızın kökeni nedir? Hayvanların dilini anlamadığımız için mi onları masallarda konuşturmayı tercih ediyoruz? Bu sorular Fabl’ın aslında bir edebi tür olmaktan çok öte zihin felsefesinin konusu olabileceğine dair bir varsayımı da beraberinde getiriyor. İnsanların da hayattaki çatışmaları ve ikilemleri hayvanlar üzerinden anlatması aslında kendi durumunu kavrayabilme isteğinden kaynaklanmaktadır. Ahlaki değerler nasıl oluyor da hayvanlar üzerinden öğretiliyor, öğreniliyor. Doğruluk, iyilik, sadakat, dostluk, sevgi gibi yüce değerler...İnsan olmanın vasfı dildir ancak bunun hayvanlara atfedilmesi insanın varoluşundaki üstünlük pişenin temelinin çok sağlam olmadığı varsayımına götürmektedir. Kendi bedenimizi ötekileştirip dışsallaştırırken dil ve sözel sistem aracılığı ile kendi varlığımızın bilincimize mi varıyoruz?

Tablo 10: Teorik Örnekleme Aşamasında, “Hayvanlaştırma” İçin Tutulan Not

Kafka Dönüşüm’ünden Sonra Yazılan Not
Dönüşüm, Öykünün kahramanı Gregor Samsa’nın bir sabah kendini yatağında bir böcek olarak bulması, başkalaşımdır. Başkalaşım nedir, başka yerde olmak mıdır? Romanda artık insan farklı bir canlı türü olmuştur. Bu hayvanlara insani nitelikler yüklemenin tam tersine insanın beden olarak başka bir canlıya dönüştüğü hayvanlaştığı bir örnektir. Bu bir metamorfoz, bildiğimiz(sandığımız) gerçekliği dönüştürüyor. Romanda insan-hayvan etkileşiminde konumlar değişiyor. İnsanın hayvanlaştığı sanal bir kurgu. Kafka, sanki arttırılmış bir böcek avatar yaratmış. Şimdi fark ediyorum ki bu bir metaverse roman.
Fabl’da hayvanların konuşmaları üzerinden insanların kendini keşfetmesi söz konusudur. Dönüşümde ise insanlar bir hayvan bedeninde tüm konuşmaları duyar, dinler, hisseder, hatta konuşur. Ama konuşmalarını kimse duymaz, konuştuğu fark edilmez, anlaşılmaz. İnsanı kendi ile yüzleşmesi ve kendini daha iyi tanıması. İnsanın üstünlük söylemini altüst ediyor. Psikolojik bir işlevi olmalı ve insanın kendini tanıma konusunda yaşadığı zorluğu ve dünyayı anlamlandırma arayışına yönelik bir çıkış kapısı gibi. Varoluşsal kaygılar ve hayatı anlamlandırma konusunda psikoloji ve zihin felsefesi el ele vermiş görünüyor. İnsani vasıfların hayvanlara atfederek, üstün cins olarak diğer canlılara sözde temsil yetkisi vererek aşmaya çalıştığımız şey nedir? Doğanın ve her varlığın bir ruha sahip olduğuna dair gömülü bir animist inanışa mı sahibiz?

Tablo 11: “Teorik Doygunluğa Ulaşıldı mı?” Soruşturmasında Literatürden Tutulan Bir Not

Animizim üzerine yazılan not
Animizmi “İnsanların, insan olmayan varlıklara kendilerinkine benzer bir içsellik atfetmeleri”. Çocuklar ve masal animist bakış açısı; “çocuğun psikik dünyasını, fiziksel dünyadan ayıramayıp hareketsiz olan birçok şeyi canlı ve bilinçli olarak görmesi durumudur. Animizm canlı ve amaçsal düşünme eğilimidir. Büyüdükçe kavramları reddeder, masalların diline ve söylemine inanmayız.
Animist inanışta insanlar, ağaçları, hayvanları veya doğa koşullarını nesne olarak değil, özne olarak görmektedir. İnsanlar hayvanlarla iletişimle benliğin diğer kısmını, özgür psişeyi yaşıyorlar. Bu, benliğin diğer yarısına dönüş anlamına gelmektedir. Bu fikir ve inançlarının, söylemlerinin, dillerinin ve önceden belirlenmiş kalıplarıyla değil, duysal bir deneyim aracılığıyla gerçeğin inşa edildiği anlamına gelir. Fenomenologların dediği gibi, “başkaları olmak” vardır: “makineleşmek”, “hayvanlaşmak”, “algılanamaz olmak”. Bu oluşlar bir kaynaşmayı değil, daha ziyade bir doğa ile bir değiş tokuşu içerir. Belki de “dünya öznelliği” olarak adlandırılabilir şey budur. Animizmde ruh, ötekiliğin yeridir. Bizi birbirimize bağlayan, bizi dünyanın geri kalanıyla bir araya getiren şeydir. Tam anlamıyla ruh aracılığıyla bağlıyız (Melitopoulos & Lazzarato, 2012).

İnsan-hayvan etkileşiminde gömülü olan bilemediğimiz unsurları ortaya çıkarmak için not yazarken, analiz soruları ve öneriler geliştirilmiş, bunlar tutulacak diğer notlar için de yol gösterici olmuştur. Notların yardımıyla araştırmanın teorik kodları “kişileştirme” “öznellikten arınma”, “bireysellikten uzaklaşma”, “duyumsama” olarak belirlenmiştir.

2.5. Teorik Örneklemeye

Teorik örneklemeye, karşılaştırma ve not yazma yoluyla oluşur. Notlar, teorik örneklemeye için mükemmel yönerge kaynaklarıdır, ortaya çıkan teori için olası yeni ilgili yönlerle işaret ederler. Teorik örneklemenin amacı, yeni bilgileri sağlayan materyalleri örnekleyerek verilerdeki ipuçlarını takip etmektir (Glaser, 2004, s. 64). GT, kavramlar üzerine kurulduğundan gömülü olanı da ancak kavramdan yola çıkarak ortaya çıkarabiliriz. Bu nedenle bir nottaki kavramsal bir ipucundan yola çıkarak teorik örneklemenin diğer kavramlarına ulaşılmıştır.

Katılımcılardan yapılan görüşmeden sonra tutulan notta; iletişiminin sesten ziyade hissetmeye dayalı olduğu, hayvanların bilinçleri olduğuna dair yaygın bir görüş ortaya çıkmıştır. Bu, kişileştirme ile ötekileştirme arasındaki bağlantıyı kurmayı sağlamıştır. Fabl ile ilgili tutulan notta, masal anlamına gelen “erte” sözcüğünün “başka bir yere geçmek” ile olan ilişkisine dair ipucu elde edilmiştir. Işıklı’nın ifade ettiği gibi sanal, gerçekte var olmayan fakat varlığı zihne bağlı olan şeydir. Sanallık, “edimselleştirilmiş” gizil gücü ifade etmektedir. Burada düşünsel olarak “başka bir mekana geçiş” vurgulanmaktadır (Işıklı ve Küçükvadar, 2016, s.93). Teorik düzeydeki bu göstergelerden yola çıkılarak, insan-hayvan etkileşiminde çekirdek değişken olan “kişileştirme”nin dijital çağdaki pratik yansımaları incelenmiştir. Özellikle sinema filmlerinde, animasyon ve videolarda hayvanların konu alan yapımların giderek arttığı gözlemlenmektedir. Sinemanın ve özellikle de video animizm ile doğrudan bağlantılı olduğunu söyleyen Hetrick’e göre, “makinesel animizm” desteği ile videolar önceden biçimlendirilmiş dili aracılığıyla değil, daha çok “bilişle değil bulaşma yoluyla” duygulanımsal bir şekilde dolaşımdadır (Hetrick, 2014, s. 66). Burada bahsi geçen “bulaşma” kavramı, YouTube ve Instagram’daki hayvan videolarında son dönemde yaşanan artışa da ışık tutmaktadır. Bu videolar tıpkı fabllar gibi gerek öğretici gerek duygulanımsal bir etki oluşturarak diğerlerine aktarılmaktadır.

Masalların dilden dile nakledilerek dolaşımda olması gibi günümüzde de sosyal medya üzerinden akıllı hayvan dostlarımızın hikayeleri retwitlenerek dolaşıma girmektedir. Onlara insani özellikler, hisler, bilinç ve ruh atfeden videoların yanı sıra onları birey olarak yansıtan çeşitli kategorilerde paylaşımlar yapılmaktadır. Hayvan videolarının yansıttığı etkileşimin Duygusal, Bilişsel, Edimsel, İletişimsel ve Ruhsal seçici kodlara sahip oldukları görülmüştür. Instagram’daki hayvan videoları incelendiğinde hayvanların içinde bulundukları bağlamın farkında olduklarını gösteren örnekler olduğu görülmektedir. Hayvanlar içinde bulundukları ortama ve duruma göre algılayıp karşılık vermektedir. Bağlam farkındalık. Hayvanların sahip olduğu bir özelliktir ve makinelere aktarılmıştır. Diğer taraftan videoları yapılan yorumlara

bakıldığında “kişileştirme” “öznellikten arınma”, “bireysellikten uzaklaşma”, “duyumsama” ve “animizm” gibi teorik kodlara rastlanmıştır.

2.6. Teorik Doygunluk

Teorik doygunluk, yeni veri analizi mevcut teorik kategorilere ek malzeme sağlamadığında ve kategoriler yeterince açıklandığında ortaya çıkar. Kodlama kategorileri teorik doygunluğa ulaşıncı sınırlandırılır. Araştırmacı kategorilerin teorik doygunluğunu elde ettikten sonra, çekirdek kategori, özellikleri ve kategorilerle ilgili sayısız notu gözden geçirmeye, sıralamaya ve birleştirmeye devam eder. (Glaser, 2004, s. 67). GT’nin her aşamasında sürekli karşılaştırmalı analiz söz konusudur ancak bu döngüsel analizin bir yerde sınırlandırılması gerekmektedir. Araştırmanın teorik doygunluğa ulaşp ulaşmadığını anlamak için teorik örneklemede ulaşılan sonuç literatürdeki bilgilerle de sınanmıştır.

Animizm ile ilgili literatürden alınan notta görüleceği üzere “gerçekliğin duyuşal deneyim yoluyla inşası”, “başkaları olmak”, “makineleşmek”, “hayvanlaşmak” ve “algılanamaz olmak” teorik örneklememize uygun düşmektedir. Teknoloji, nesneler ve mekanlar ile oluşan ilişkiler karşılıklı iletişime, etkileşime, harekete dayanan animizm üzerinden kurgulanmaktadır. Haraway’ın tabiriyle insan ve hayvan arasındaki sınır çiğnenip aşılmaktadır (Haraway, 2006, s. 9). Digital animism, techno-animism, cybernetic-animism gibi tanımlamalar da teknoloji destekli etkileşimli tasarım örneklerini ele almaktadır (Eren, 2019, s. 4, s.45). Animizmin dünü, bugünü ve geleceğine dair bu kısa yolculuk, teorik doygunluğa ulaştığımızı göstermektedir. Araştırmanın bundan sonraki aşamasında açık, seçici ve teorik kodlamalardan ve notlardan elde edilen bilgiler birleştirilerek teori üretimine geçilmiştir.

2.7. Teorinin Üretimi ve Sonuç

İnsan-Hayvan etkileşiminde gömülü unsurların varlığını sorgulayan bu araştırmada, hayvanlara insani hisler ve birey nitelikleri atfetmenin yan ısıra hayvanların bilinci olduğuna dair açık kodlar tespit edilmiştir. Kavramsal verilerden yola çıkarak yapılan kategorileştirme sonucunda bu etkileşimin temel göstergesinin “kişileştirme”ye olduğu ortaya çıkmıştır. Seçici kodlama sonucunda insanların hayvanları “duyuşal”, “bilişsel”, “edimsel”, “iletişimsel”, “ruhsal kodlarla” kişileştirdiği görülmüştür. Bu seçici kodlara, Instagram’daki hayvan videolarında da rastlanmıştır. İnsan-hayvan etkileşimde tüm düzeylerin ortak özelliği olan “kişileştirme”nin uygulandığı fablların dijital çağdaki örnekleri “hayvan videoları” olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsan-hayvan etkileşiminde kişileştirmenin yan ısıra “öznellikten arınma”, “bireysellikten uzaklaşma”, “duyumsama” gibi teorik kodlar mevcuttur. Kişileştirme yoluyla insanların psişesi özgür kalmaktadır. “Başka bir yere geçmek”, “başkaları olmak”tır. İnsan-hayvan etkileşiminde görünür ve somut gerçekliğin ötesinde “duyuşal deneyim” yoluyla idrak edilen örtük bir etkileşim söz konusudur. Panpsişist bir yaklaşım olan animizm, pozitivist paradigmanın etkisiyle diğer geleneksel inanç ve değerler gibi bilimin dışına itilmeye çalışılsa da gündelik hayatımızın içinde gömülü bir biçimde var olmaya devam etmektedir. Franke’nin dediği gibi animizm ve iletişim temelde aynı şeylerdir. Herhangi bir iletişim biçimi olmayan bir animizm türü yoktur. İletişimin ve etkileşimin olduğu yerde animizm vardır (Frenke’den ak. Eren, 2019, s. 31). İnsan-hayvan etkileşiminin duyuşal, bilişsel, edimsel, iletişimsel ve ruhsal bileşenleri aynı zamanda iletişimin bileşenleridir.

Dijital iletişim çağının yeni modeli de dijital animizmdir. Sözlü kültür döneminde masalın, Endüstri Devrimi’nde makinenin, Elektronik Kültürde sinemanın ve dijital kültürde videonun yükselişi animizmle doğrudan bağlantılıdır. Bugün artık hayvanların teknik olarak modellenmesinden öte, insan-hayvan etkileşiminin unsurları; nesnelerin interneti, yapay zekâ ve tarnshümanizmin de taşıyıcısı durumundadır. Sanal dünyaların birbiriyle etkileşim içinde olacağı metaverse de tıpkı animist inanışta olduğu gibi bağlantılı ve bütünleşik bir evren tasavvurunun bir yansımasıdır. “Tekillik” olarak ifade edilen olgu, “dünyanın öznelliğini” ifade eden animizmdeki etkileşimin en üst seviyesine işaret etmektedir.

Yapay zekanın geleceğimizde nasıl bir yer işgal edeceği, insan-hayvan etkileşimindeki gömülü unsurların algoritmalara ne düzeyde aktarılacağı ile bağlantılıdır. Yapay zekâ ve makine öğrenmesi alanında hayvanların eğitim modelleri kullanılarak derin öğrenme gerçekleştirilmektedir. Algoritmaların insan gibi hissedebilmesi için kişileştirme aşamasından panpşisit bir duyumsama aşamasına geçilmesi gerekmektedir. Makinelerin duygulanımsal nitelikler taşıması zor görünmektedir. Bu nedenle insanı duygusal ve ruhsal niteliklerinden arındırarak makineleştirmek, son deminde insanlığı, içinde kendi olmadığı tekilleşmiş bir dünyaya hizmet etmeye zorlayacaktır. Böyle bir dünyada insanlaştırılmış karakterlerin, tıpkı hayvan masallarında olduğu gibi makine-insandan ahlak dersi dinlemesi ve varoluşsal etik ilkelerle yüzleşmek için kişileştirme yapması kaçınılmaz olacaktır.

3. Kaynakça

- Arık, F., & Arık, I. (2016). Grounded Teori Metodolojisi Ve Türkiye’de Grounded Teori. *Akademik Bakış Dergisi*(58.sayı), 285-309.
- Birks, M., & Mills, J. (2015). *Grounded theory: a practical guide*. . 2nd ed. London: SAGE.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: perspective and method*. University of California Press. Berkeley: University of California Press.
- Bryant, A., & Charmaz, K. (2007). Grounded theory in historical perspective: an epistemological account. . C. K. Bryant A içinde, *The Sage handbook of grounded theory* (s. 31–57). CA: SAGE.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Sage. London: Sage.
- Eren, İ. (2019). Mekanda Animizm Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley: CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G. (2004). Remodeling Grounded Theory. *Qualitative Social Research*, 5(2), <http://www.qualitative-research.net/fqs/>.
- Glaser, B. G. (2004). Remodeling Grounded Theory. *Qualitative Social Research*, 5(2), <http://www.qualitative-research.net/fqs/>.
- Glaser, B. G. (2004). Remodeling Grounded Theory. *Qualitative Social Research*, 5(2), <http://www.qualitative-research.net/fqs/>.
- Glaser, B. G. (2004). Remodeling Grounded Theory. *Qualitative Social Research*, 5(2).
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *Discovery of Grounded Theory*. Mill Valley, Ca.: Mill Valley;: Sociology Press.
- Glaser, B., & Holton, J. (2004). . Remodeling grounded theory. . *Qualitative Social Research* , 1-22.
- Haraway, D. (2006). *Siborg Manifestosu, Geç Yirminci Yüzyılda Bilim, Teknoloji ve Sosyalist-Feminizm*. (O. Akınay, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Hetrick, J. (2014). Signifying Semiotics. 8(14), 53-685.
- Işıklı, Ş., & Küçükvardar, M. (2016). *Bilişim Devrimi, Teknolojinin Felsefi ve Sosyolojik Analizi*. İstanbul: Birleşik Yayınları.
- Kafka, F. (2019). *Dönüşüm* (62 b.). (A. Cmal, Çev.) İstanbul: Can Yayınları.
- Melitopoulos, A., & Lazzarato, M. (2012). Assemblages: Félix Guattari and Machinic Animism. 36.
- Nathaniel, A. (2021). Classic Grounded Theory: What it Is and What it Is Not. *The Grounded Theory Review*, 20(1).
- Sbaraini, A. (2011). How to do a grounded theory study: a worked example of a study of dental practices. *BMC Medical Research Methodology volume*, 11(28).
- Stough, L. M., & Lee, S. (2021). Grounded Theory Approaches Used in Educational Research Journals.

International Journal of Qualitative Methods, 20.

- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory. *2nd ed. Thousand Oaks CA. SAGE.*
- Şahin, E. Ö. (2015). Yeni Medyada Etkileşim ve Gizli Etkileşim İlişkisi . A. Çetinaya, & Ş. Ö. Kırık içinde, *Bilişim ve...* (s. 31-59). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Şener, E. (2019). Gömülü Teori Yaklaşımının Yönetim Araştırmalarında Kullanımı. *Nitel Sosyal Bilimler-Qualitative Social Sciences, 1(1), 22-47.*
- Ungan, S. (2007). Fabl Türünün Çocuk Edebiyatındaki Yeri ve Günümüzde Bu Türden Yararlanma Olanakları. *Türk Edebiyatı Dergisi.*

Ek Tablo 1: GT Akımlarının Amaç, Kavram Ve Nitelik Bakımından Karşılaştırılması

Metodolog	Temellendirilmiş teorinin amacı	Tanıtilen kavramlar ve terminoloji	"Gömülü Teori" olarak kabul edilen nedir?
Glaser& Strauss	"...sosyal araştırmalardan sistematik olarak elde edilen verilerden teorinin keşfi." (1967, s. 2)	Kategoriler, kodlama, kavram, sürekli karşılaştırmalı yöntem, çekirdek kategori, teoriyi sınırlandırma, biçimsel teori, kategorilerin entegrasyonu, not yazma, özellikler, eşzamanlı veri toplama ve analizi, maddi teori, teorik entegrasyon, teorik örnekleme, teorik doygunluk ve teorik duyarlılık	Temellendirilmiş teori, ya iyi kodlanmış bir önermeler dizisi olarak ya da kavramsal kategoriler ve onların özelliklerini kullanarak devam eden bir teorik tartışmada sunulabilir. Ve, "...bir teoridir çünkü bir şeyi açıklar veya tahmin eder" (1967, s. 31)
Glaseriyen	"Gömülü teorinin amacı, ilgililer için ilgili ve sorunlu olan bir davranış modelini açıklayan bir teori oluşturmaktır..." (1978, s. 93)	Temel sosyal süreçler, kodlama aileleri, bütünleştirici uyum, açık kodlama, seçici kodlama, bağımsız kodlama, teorik kodlama, teorik notlar, teorik sıralama ve teorik yazma	"Gömülü teorinin üretimi, temel bir kategori etrafında gerçekleşir." (1978, s. 93). Ve "GT, popülasyondan sürekli karşılaştırma yoluyla ortaya çıkan ve daha sonra teorik bir kodla birbirleriyle ilişkilendirilen kavramlar arasındaki ilişkidir." (2019, s. 441)
Corbin& Straussian	"Gömülü teori yönteminin amacı, elbette, incelenen alana sadık ve aydınlatıcı bir teori oluşturmaktır." (1990, s. 24)	Eksen kodlaması, koşullu matris, paradigma modeli, olay örgüsü (1990); analitik araçlar, merkezi kategori, kavramsal sıralama, koşullu/sonuç matrisi, diyagramlar, mikroanaliz (1998)	"Temellendirilmiş bir teori, temsil ettiği fenomenin incelenmesinden tümevarımsal olarak türetilen bir teoridir. Yani, o olguya ilişkin sistematik veri toplama ve verilerin analizi yoluyla keşfedilir, geliştirilir ve geçici olarak doğrulanır." (1990, s. 23)
Charmazian	"Temellendirilmiş teori yöntemleri, teori inşası amacıyla nitel araştırmaya sistematik bir yaklaşımdan oluşur... Temellendirilmiş teori, terimlerin çağdaş kullanımında hem yöntem hem de metodolojidir." (2017, s. 1-2 ve s. 7)	Diyagramlama kavramları, odaklanmış kodlama, başlangıç ve ileri notlar, ilk kodlama, notları birleştirme ve sıralama, teorik kavramlar ve teorik not yazma (2006)	Temellendirilmiş teori, hem araştırma sürecinin sonucunu hem de araştırma sürecinin kendisini ifade eder (Bryant ve Charmaz, 2007).
Clarkean	"...temellendirilmiş teori, belirli bir durumda katılımcılar tarafından üstlenilen temel eylem biçimlerini aydınlatmak için nitel verileri sistematik olarak analiz etmeye odaklanır." (2007, s. 363)	Konum haritaları, durum haritaları, durum matrisi ve sosyal dünyalar/arenalar haritaları (2005); araştırmacı düzenlemesi ve konumlanma (Clarke ve diğerleri, 2018)	"...nihai hedefler olarak maddi ve biçimsel teorilerin geliştirilmesinden ziyade kısırtıcı ancak geçici temellere dayanan teorileştirmeye yönelik hassaslaştırıcı kavramlar ve teorik entegrasyon üretmek..." (2007, s. 369)

Ek Tablo 2: Katılımcılarla Yapılan Görüşmelerden Elde Edilen Kavramsal Kodlama

1.	K/Kedi	iyi, sevgi, iletişim, şans, ses, mutlu, stres, neşe, anlama, paylaşım, hissetmek, bakım, sorumluluk, tatmin, görmek, ihtiyaç
2.	E/Kuş	Sahip, paylaşmak, canlı, etkileşim, benzer, görme, doğal, bakım, muhtaç, sorumluluk, doğa, bilinç,
3.	K/Kedi	Ev, sahip, gerçek, ihtiyaç, ömür, mutluluk, varlık, empati, merhamet, davranış, bakım, huzur,
4.	E/Köpek	Duygu, sevgi, göstermek, görmek, istemek, varlık, dokunmak, gönül, göz, sorgulama, ihtiyaç, istemek, huy, ruh
5.	E/Köpek	Bakmak, yardımcı, sohbet, konuşmak, sıvazlamak, ses, haz, dokunmak, elektrik, zihin, alamet, anlamak
6.	E/Köpek	ev, aile, fert, anlamak, sevgi, aktif, ses, neşe, kalp, minnettarlık, canlı, karşılıksız, bağlılık, anlama, yuva, iyilik,
7.	E/Kuş	Arkadaş, dost, ev, aile, görmek, konuşma, sevgi, karşılıksız
8.	E/Köpek	Şans, sahiplenme, iletişim, göz göze, konuşma, anlama, sadakat, sevgi, beklenti, menfaat, hissetme, iç güdü, neşe, ev, mutlu
9.	K/Kedi	Çocuk, konuşma, anlaşma, kardeş
10.	E/Kedi	Dost, ev, huzur, sakinlik, sabır, canlı
11.	E/Kedi	Can, nefes, ev, boşluk, istek, keyif, insan gibi

12.	K/Köpek	Kapı, görme, mutlu, sahip, arkadaş, aile, sorumluluk, hayat, anlam, gerçek, koşulsuz, çıkarsız, beklentisiz, sevgi, göz
13.	E/Kedi	Ev, birey, ihtiyaç, merhamet, duygu, açığa çıkmak
14.	K/Kedi	huzur, farkındalık, fayda, algı, his, görebilme, hissetme, anlama, açık, iyi, kalp, zihin, yer, gönül, bağ, can, bakım,
15.	E/Köpek	İstek, aile, enerji, karşılıksız, çıkarız, dost, sevgi, dinleme, anlama, şans
16.	E/Kuş	Bağ, aile, fert, his, merhamet, duygu, muhtaç, canlı, birey, hissetme
17.	E/Kedi	Sorumlu, hissetmek, sahip, davranmak,
18.	K/Kedi	Birlikte, çocuk, karşılıksız çıkarsız, masum, sevgi, iletişim, anlama, canlı, hassaslaşma, duygu, hissetmek farkındalık,
19.	E/Kedi	Rahatlama, masum, eğitim, insan kaçmış, sevimli
20.	E/Kedi	Doğa, canlı, hissetme, rahatlama, sahip, aile, can, şirin, keyif, , ev,
21.	E/Kedi	Besleme, iyi, evcil, alışmak, ev, stres, konuşma, davranma, gözler, huzur, neşe,
22.	E/Kuş	Akıllı, duygu, anlama, ötmek, konuşmak, yalnızlık
23.	E/Kuş	Sahip, ev, merhamet, sorumluluk, anlama, ilgi,
24.	E/ Kedi	Ev, paylaşım, sevgi, sahip, bağ, , doğa, öğrenmek, karşılıksız, bağ, arkadaş, konuşma, iletişim, masum, menfaatsiz, iyi
25.	K/ Kedi	Çocuk, ev, muhabbet, arkadaş, görünmek, susmamak, aile, sevgi, gözümüz
26.	K/Kuş	Sahip, etki, aile, ihtiyaç, bağlı, sevinç, konuşma, dile gelmeseler, hissettikleri, yansıma
27.	K/ Kedi	Hayat, evlat, dost, kapı, beraber, konuşma, dinleme, sevgi, can, hayat, birlikte, paylaşmak
28.	K/ Kedi	Ev, bebek, sevgi, etki, konuşma,
29.	K/Köpek	İyi, vicdanlı, karşılıksız, sevgi, canlı, şanslı, dört gözle, mutluluk, evlat
30.	K/Kedi	Anne, duygu, vicdan, merhamet, paylaşım, öğrenme, ev, canlı, sevinç, huzur, hissetmek
31.	K/Köpek	Sevgi, davranış, ağız, dil, davranış, mutlu, konuşma, görme, göz, ev, çıkarsız, kapı, bilinç, iyi,
32.	K/ Kedi	Söz, konuşma, anlama, sevgi,
33.	K/Kuş	Ses, duyarlılık, arkadaş, ev, birey, besleme, canlı, sorumluluk, paylaşım
34.	K/ Kedi	Ebeven, hissetme, gösterme, sevgi, bakım, stres, yardımcı, iletişim,
35.	K/Kuş	Sevecen, neşe ,mutlu, çocuk, sevgi,
36.	K/Kuş	Tatlı, sevimli, candan, dost, akıllı,
37.	K/Köpek	Sevgi, oyun, pozitif, mutluluk, hissetme,
38.	K/Kedi	Karakter, ev, deneyim, onun dili, miyavlama, güvenli, iyi
39.	K/ Kedi	Hissetme, izleme, ev, ses, huzur, kalp, heyecan, şifa,
40.	E/ Kedi	nefes, emanet, yer, şirin, aile
41.	K/Köpek	Sevgi, içim, heyecan, can, ev, çocuk, duygu, seslenme, şans, anne, iyilik, sahip, karşılıksız
42.	K/Kedi	Bağlanmak, şenlik, iyi, mutluluk, sevgi
43.	E/Köpek	Bağ, karakter, davranış, etki, eğitim, görmek, bakış

Kültür Endüstrisi Ekseninde Netflix

Cihan Emre Tanç

İstanbul Gelişim
Üniversitesi
cetanc@gelisim.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0002-2766-9682>

Anahtar Sözcükler

Dijitalleşme, Kültür Endüstrisi, Film Endüstrisi, Dijital Platformlar, Netflix.

Key Words

Digitization, Culture Industry, Film Industry, Digital Platforms, Netflix.

Atıf/Citation

Tanç, C. E. (2022). Kültür Endüstrisi Ekseninde Netflix. *ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*, Cilt 4, Sayı 8, ss: 49-63

Özet

Tüm dünyada 190 ülkede yayın yapan Netflix, girdiği pek çok ülkede yerel içerikler üretmektedir. İnternet üzerinden yayın yapan dijital sistemlerin çeşitlenip herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmesiyle yaygınlaşan web üzerinden izleme deneyimi, pazarlama kavramına yeni bir boyut getirmiştir. Kullanıcıların izleme alışkanlıklarının değişimi ve bunun içerik üretimine etkisinin kültür endüstrisi noktasında Netflix Türkiye'nin içeriklerine nasıl yansıdığı bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Globalleşme ile birlikte ortaya çıkan hâkim ideolojinin pekiştirilmesinde Netflix'in bir araç görevi görmesi tartışılmıştır. Aynı zamanda Türk toplumunun kültürel kodlarının Netflix'in pazarlama stratejilerine nasıl yansıtıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada kültür endüstrisinin yayılım alanı olarak Netflix incelenmiştir. Nasıl ki globalleşmeyle birlikte hâkim kültürün yayılımına etki eden araçlar farklı biçimlere dönüşerek etki alanlarını genişletiyorsa, bu durumun Netflix aracılığıyla nasıl sağlandığı araştırılmıştır. Geçmişte sayılı sayıda ABD menşeli prodüksiyon şirketinin elinden çıkan işler, dünyada belli ülkelerde gösterim şansı yakalarken, Netflix benzeri dijital platformlar filmlerin yayılma potansiyelini artırmıştır. Bu durum iki yönlüdür. Hâkim kültürün ürünü olan filmler küresel düzeyde etki alanına sahip olurken, yerel kültürel ürünler için de küresel ölçekte yayılma şansı söz konusudur. Netflix'in Türkiye'de film dağıtım süreçleri ve film gösteriminin yanı sıra, yerli içerik üretiminin şekillenmesinde etkili olduğu düşüncesi savunulmuştur. Netflix platformu tarafından üretilen içerikler, Türkiye özelinde mevcut tartışmaya konu edilmiş, bu bağlamda araştırma yöntemi olarak içerikler eleştirel söylem analizi kullanılarak irdelenmiştir.

Abstract

Netflix on The Axis of The Culture Industry

In this study, Netflix was examined as the diffusion area of the culture industry. Just as the tools that affect the spread of the dominant culture with globalization expand their spheres of influence by transforming into different forms, how this situation is achieved through Netflix has been researched. While the works produced by a limited number of US-based production companies in the past had the chance to be shown in certain countries in the

world, digital platforms such as Netflix increased the dissemination potential of the films. This situation is twofold. While the films that are the products of the dominant culture have a global impact, there is a chance for local cultural products to spread on a global scale. Netflix, which broadcasts in 190 countries all over the world, produces local content in many countries it enters. The experience of watching over the web, which became widespread as digital systems broadcasting on the internet diversified and became accessible to everyone, brought a new dimension to the concept of marketing. The change in the viewing habits of users and its effect on content production, Netflix's influence on the content produced in the Turkish film industry is the reason for this issue. Netflix's role as a tool in reinforcing the dominant ideology that emerged with globalization has been discussed. At the same time, it has been tried to reveal how the cultural codes of Turkish society are reflected in Netflix's marketing strategies. Netflix in Turkey, In addition to film distribution processes and film screening, it has been argued that it is effective in shaping domestic content production. The contents produced by the Netflix platform have been the subject of the current debate in Turkey, and in this context, the contents have been analyzed using critical discourse analysis as a research method.

1. Giriş

İnternet, iletişim ve telekomünikasyon alanındaki teknolojik gelişmeler, ilişki içerisinde olduğu tüm sektörleri dönüştürmüş ve geliştirmiştir. Televizyon yayıncılığının İnternet üzerinden sağlanabilir hale gelmesiyle hem yayıncılık düzeyinde hem de izleme pratikleri anlamında ciddi bir değişim meydana gelmiştir. Yeni yayıncılık alışkanlıkları doğrultusunda kullanıcılar çift yönlü, interaktif bir izleme imkânına sahip olmuşlardır. İzleyici kavramının, böyle bir dönüşümün etkisiyle yeniden yorumlanmaya başlaması yeni medyanın en güncel türlerinden olan IP TV'yi beraberinde getirmiştir. İnternet protokolü üzerinden sağlanan bu yayıncılık türü, bireyselleştirilmiş ve kişiye özel hale getirilmiştir. Bununla birlikte kullanıcıyı aktif konuma taşımıştır. Dijital medyanın ortaya çıkardığı bu yeni yayıncılık anlayışı OTT TV'nin (Over the Top) doğuşunu hazırlamıştır. "Her zaman, her yerde ve her cihazda" anlayışıyla kullanıcılara hitap eden bu sistem, herhangi bir operatöre ihtiyaç duymaksızın içeriklere doğrudan ulaşabilmeyi sağlar. IP TV ve Web TV gibi yayın sistemlerini çok daha geniş bir noktaya taşıyan OTT TV Netflix gibi platformların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. OTT servis sağlayıcıları tarafından herhangi bir PAY TV operatörüne gereksinim duyulmaksızın internet ortamında tüketiciye içeriklere doğrudan ulaşma olanağı sağlamaktadır. OTT'nin ortaya koyduğu "content is the king" ilkesi kullanıcıya yüksek kalitede içerik sunmayı avantaj olarak kullanmaktadır. Yine OTT ile kullanıcıya, internet bağlantısına ihtiyaç duymadan mobil ve tablet cihazlarda izleme imkânı sunulmaktadır. OTT servis sağlayıcıları hizmeti geliştirirken özellikle içeriğin kaliteli olması, kullanıcı deneyiminin iyi olması ve dağıtım maliyetinin düşük olması gibi konulara önem vermektedir.

İnternet, Web 2.0 ile birlikte içerik üreten kullanıcılar (prosumer) için sınırsız bilgi-belge akışından fazlasının aracı haline gelmiştir. Geleneksel medya metinleri dijitalleşerek, bilgisayar veri tabanı ve internet olmadan var olamayan yeni medyaya dâhil olmuştur. Söz konusu dönüşüm sadece yazılı-basılı medyada değil, televizyon yayıncılığında da gerçekleşmiştir. İzleyicilerin üzerindeki etkisi tartışılmaz olan, televizyon için üretilen dizilerin üretim modeline alternatif olarak hızla gelişen internet televizyonculuğunun yayın kanalları olan dijital platformlar için üretilen diziler, gün geçtikçe daha fazla ilgi görmektedir. Bu ilgi ve talebin tecimsel sonucu olarak ücretli dijital platformların yayın hayatına başlamaları için çok beklenmemiştir.

Film ve televizyon endüstrisindeki firmalar, içeriklere anında ulaşmak isteyen izleyici taleplerini dikkate alarak yeni dağıtım kanalları bulmanın yollarını keşfetmiştir. Günümüzde, televizyon yayıncılık teknikleri önemli bir çeşitlilik göstermiş, analog ve

sayısal karasal yayıncılık, sayısal uydu, kablo TV gibi ortamlarla uygulanabilir hale gelmiştir. 2000’li yılların başından itibaren yayıncıya büyük kolaylıklar sağlayan iletim bant genişliği ortamı ve sıkıştırma algoritmaları teknolojileri ise, internet ortamı vasıtasıyla yapılan video haberleşme anlayışını artırmış ve geniş bant teknolojisi yayıncılık için önemli bir alternatif sunarak devrim niteliği taşır hale gelmiştir. Yayıncılık endüstrisindeki bu ilerleme 2000’li yılların başında başlamış ve hem yeni hem de eski girişimcilerin bu yeni medya ortamının nimetlerini fark etmeleriyle, etkisini pekiştirerek devam etmektedir.

Telekomünikasyon, bilişim ve yayıncılık alanlarındaki farkların ortadan kalkmasıyla, her türlü hizmetin bütünlüklü bir iletişim ortamından sunulması olarak tanımlanabilecek yakınlaşmanın gerçekleşme süreci başlamıştır. Dolayısıyla, sayısallaşma ve medya yöndeşmesi, iletişim sektörlerinin bir araya gelmesini sağlayarak, iletişim ortamlarının bugüne kadarki tariflerinin değişmesini ve hatta kısa bir süre öncesine kadar var olmayan iletişim ortamlarının ortaya çıkmasını gündeme getirmiştir.

Film üretiminde temel aşamalar olan yapım, dağıtım ve gösterim süreçleri ciddi bir dönüşüme uğramıştır. Sinema endüstrisinin tarihi boyunca teknolojik yeniliklerle paralel şekilde ilerlediği görülmüştür. Yöndeşme durumu televizyon ve sinema izleme deneyimlerinin de iç içe geçmesine sebep olmuştur. Dijitalleşmenin beraberinde getirdiği yeni izleme alışkanlıkları, aynı zamanda sektördeki film üretim biçimlerini de etkilemiştir. Bir DVD kiralama platformu olarak ortaya çıkan Netflix, ürettiği kişiye özel içeriklerle dünya genelinde milyonlarca kullanıcıya ulaşarak, bugün en popüler dijital izleme platformu haline gelmiştir.

Bilgisayarın işlem gücü olmadan var olamayan yeni medya dijital özellikleriyle geleneksel medyadan farklılaşarak izleyicinin izleme pratiklerini farklılaştırmıştır. Geleneksel TV yayıncılığının reyting üzerinden işleyen denetim mekanizması, evinde reyting aleti bulunan aileler üzerinden yürürken, Netflix gibi platformların izleyicisine öneri şeklinde sunduğu içerikler halini almaktadır.

Bu maksatla ilgili çalışmada Netflix platformunun yerli film üretim süreçlerindeki etkisi tartışılmıştır. Yerel üreticilerin üretim pratiklerinin Netflix tarafından ne şekilde değiştirildiği ele alınmıştır. Yeni teknolojiler geleneksel film izleme deneyimini değiştirirken, Netflix platformunun bu yeni izleme biçimlerine uyum sağlama konusunda nasıl bir etkisinin olduğu tartışılmıştır. Netflix’in hakim ideolojinin pekiştirilmesinde bir araç olarak görev üstlenip üstlenmediği üzerinde durulmuştur. Aynı şekilde Netflix’in, ekonomik anlamda endüstride ne gibi değişikliklere yol açtığı üzerinde durulmuştur. Netflix için Türkiye’den üretilen orijinal içeriklerin incelenmesi bağlamında *Hakan Muhafız* dizisi nitel araştırma yöntemlerinden eleştirel söylem analizi kullanılarak ele alınacaktır. Bu araştırmanın esas amacı, Netflix platformunun Türkiye’de film üretimlerinin içeriğini nasıl etkilediğini ortaya çıkarmaktır.

2. Gelenekselden Dijitale Film Endüstrisindeki Dönüşüm

Teknoloji, sürekli olarak gelişip kendisini yenileyen bir olgudur. Değişen teknolojinin endüstri ile olan ilişkisi, ülkelere ve toplumsal yapılara da doğrudan etki etmektedir. 18.Yüzyılın sonunda su ve buhar gücünün makinelerde kullanılmasıyla “Endüstri 1.0” doğmuştur. İlk sanayi devrimi olarak ortaya çıkan Endüstri 1.0’da, buhar gücü kullanılarak mekanik üretimin başlamasıyla insan gücünün, makine gücüne doğru gelişim gösterdiği bir makineleşme süreci söz konusu olmuştur. Tarımsal üretimin yerini makine teknolojisine bırakması, sanayi devriminin üretimin kurallarını değiştirmesini beraberinde getirmiştir. Coğrafi keşifler, ticaret ve ticaretin beraberinde getirdiği toplumlar arası kültürel ilişkiler de sanayi devriminin altyapısının hazırlanmasında etkili olmuştur.

Endüstri süreçleri küreselleşme ile doğrudan ilişkilidir. Bu açıdan Endüstri 1.0’ın sanayi devrimi ile temellendirilmesi şaşırtıcı değildir. Sanayi devrimi sonrasında üretimde verimlilik ile birlikte şehirlerin nüfusu artmıştır. Ülkelerin gelir düzeylerinde artış görülmüş

ancak artan gelir düzeyleriyle birlikte göç dalgaları başlamıştır. Endüstri 2.0'da ise ağır sanayi yaygınlaşmış ve bu yaygınlaşmanın temelini de demir-çelik hammaddelerinin kullanımı oluşturmuştur. Endüstri 1.0'da temel enerji kaynağı olan buhar ve suyun yerini elektrik enerjisi almıştır. Ağır sanayi üretimi ciddi bir atılım yapmıştır. Yine bu dönemde iletişim teknolojileri noktasında büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Telefon, telgraf ve radyo icat edilmiş ve yavaş yavaş haberleşmede etkin şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Üretim süreçlerini sağlayan insan kaynaklarının yönetimi ve çalışma sistemi yine bu dönemde şekillenmeye başlamıştır. Endüstri 1.0'ın üretim standartları, yerini büyük ölçüde bu yeni sürecin ortaya çıkardığı müşteri beklentilerini öncelik haline getiren sisteme bırakmıştır. Bu bağlamda endüstri 2.0'ın küreselleşmenin ikinci dalgası olarak yorumlanması yanlış değildir.

Endüstri 2.0 süreci içerisinde teknolojik ve endüstriyel alanda meydana gelen yenilikler, kendisinden sonraki süreçler için önemli bir zemin hazırlamıştır. Elektrik enerjisinin üretimin her alanında kullanılması üretimi daha kontrol edilebilir hale getirmiştir. Mekanik ve elektrik teknolojilerin gitgide yerini dijital teknolojilere bırakması olarak tanımlanan endüstri 3.0'ın, bu çalışmada incelenen dijital platformların gerçekleşmesini de mümkün kılan süreç olduğu söylenebilir. Görçün, Endüstri 3.0 sürecini tüm özellikleri ile birlikte ele alır. Bu sürece etki eden temel faktörler arasında bilgi işletim sistemleri ile iletişim ve haberleşme alanında gözlemlenen göz alıcı gelişmeler, bu teknolojilerle gelişmelerin endüstrilerde doğrudan uygulanması, aynı zamanda taşıma sistemlerinin daha hızlı ve efektif hale gelmesi gibi etkenlerin sayılabileceğinin altını çizer (Görçün, 2016, s. 137).

Dijitalleşme, telekomünikasyon ve haberleşme alanlarında olduğu gibi film üretimini de değiştirmiştir. Endüstri 3.0'ın teknik altyapıyı farklılaştırması bir tarafa, bilginin üretimi ve yayılmasını çok daha çabuk hale getirerek medya içerikleri hakkında fikir sahibi olmayı ve içeriklere ulaşmayı da kolaylaştırmıştır. Endüstri 3.0'ın sinema üzerindeki en temel etkisi dijital dönüşüm olmuştur. Dijitalleşen teknikler, pelikülün yerini sayısal veriye aktarılmış görüntüye bırakmasını beraberinde getirmiştir. Böylelikle çekilen filmler makaraların ağırlığından kurtulup, çok küçük boyutlardaki kartlara sığdırılır hale gelmiştir. Dijital teknolojilerdeki gelişmeler neticesinde yayıncılık da hızla bu alana kaymaya başlamıştır. Bilgisayarların geliştirilmesi ve işlem gücünün artması, internet altyapılarının güçlendirilmesi, Netflix ve benzeri SVoD platformlardan IP TV'ye ve WEB TV'ye kadar pek çok yeniliği mümkün kılmıştır.

Endüstri 4.0 ise Banger'e göre bilişim, iletişim, internet, sensör, otomasyon, yapay zekâ ve robotik teknolojilerinin üretim süreçlerini yoğun biçimde etkilemesi ve dönüştürmesi ile ortaya çıkan yeni bir durumdur. Endüstri 4.0 nesnesine gömülü olarak barındırdığı bilişim-iletişim donanımı ve yazılımı nedeniyle "akıllı bağlantılı" nesne adı verilir. Banger, nesnenin akıllı olarak nitelenmesinin, içindeki bilişim donanımı ve yazılım sayesinde, sınırlı ölçüde de olsa bazı karar verebilmesi ve uygulayabilmesine bağlı olduğunu belirtir. Nesne bunu makineler tarafından sergilenen zekâ türü olan "yapay zekâ" uygulamaları ile başarır (2017, s. 37, 38).

SVoD platformların abonelerine sunduğu, kişiselleştirilmiş öneriler özelliği yapay zekâ uygulamalarının bir boyutu olarak düşünülebilir. Netflix gibi ortamlarda kullanıcıya sunulan öneriler sistemi, içerisindeki yazılım sayesinde belli algoritmaları kullanarak abonelerin kişisel zevklerine ve tercihlerine uygun içerikleri öne çıkarır. Bunu yaparken kullanıcının izleme geçmişi, izleme süreleri ve izleme zamanlaması ile uygun türler gibi daha önceden servis sağlayıcı tarafından işlenmiş veriler kullanılır. Örneğin Netflix'te kullanıcı bir arama yaptırdığında karşısına getirilen sonuçlar, daha önce benzer sorguları girmiş olan farklı kullanıcıların eylemlerini temel alır.

Endüstri 5.0 ise, en basit haliyle insansız teknolojiler ve bu teknolojilerin toplum yararına kullanılması anlamına gelmektedir. Endüstri 4.0 döneminde ortaya konulmuş olan teknolojilerin, sanayi ile nasıl daha uyumlu şekilde çalıştırılabileceği ve bu teknolojilerin

insanlık yararına kullanılabileceği sorusu, endüstri 5.0'ın temelini oluşturur. Teknoloji ile ilgili pesimist bakış açılarının ve öngörülerin yersiz olduğunu, ve teknolojik gelişmelerin insan hayatını kolaylaştırıcı tarafıyla ele alınması gerektiği görüşü, endüstri 5.0'da öne çıkar. Süper akıllı makineler, yapay zekâ ile çalışan sistemler, insansı robotlar gibi gelişmeler bazı kesimlerce şüphe ile karşılanıp tedirginlik yaratmıştır. Endüstri 5.0 ise bu gelişmelerin insanlık için bir tehdit olmadığını tam aksine insan yaşamını kolaylaştıracak etkileri olduğu görüşünü ortaya koymaktadır. Ekolojik denge, çevre kirliliği ile mücadele, endüstri 5.0'da konu edinilen diğer olgulardır. Teknolojinin bu konularda fayda sağlayabilecek olan özellikleri sayesinde çevre kirliliği, nüfus patlaması gibi durumların insanlığın lehine çevrilebileceği görüşü gündeme gelmektedir.

“Toplum 5.0'ın bir dereceye kadar Endüstri 4.0'ı takip ettiği söylenebilir. Ancak Endüstri 4.0'da teknolojik yeniliklerde üretime odaklanılırken Toplum 5.0'da ekolarak yaşam kalitesine, sosyal sorumluluğa ve sürdürülebilirliğe de odaklanılmaktadır. Endüstri 4.0'ın ortaya çıkardığı teknolojiye daha fazla yararlanmak suretiyle bir refah toplumu hedeflenmiştir.” (Büyükbıngöl, 2021, s. 25).

Tüm bu endüstriyel dönüşümler perspektifinden bakıldığında gelenekselden dijitalle doğru dönüşümün seyrini anlamak için bir filmin ortaya çıkış aşamasını bilmek önemlidir. Genel anlamıyla bir filmi üç aşamada değerlendirmek mümkündür. Bunlar, yapım öncesi, yapım ve yapım sonrası aşamalardır. Yapım öncesi aşama filmin fikir aşamasıdır. Filmin hikâyesinin senaristin kafasında belirlediği süreçten, senaryonun yapımcılara sunulduğu, proje için onay alındıktan sonra filmin çekim planlamalarının yapıldığı süreci içerir. Film için bütçe oluşturulması ve bütçeyi karşılayabilmek için sponsorlukların ayarlanması gerekir. Bağlantılarının yapılması gerekir. Filmin oyuncu kadrosu, yönetmen ekibi, set ekibi, dekor, makyaj ve kostüm, ulaşım ekibine kadar, filmde görev alacak olan tüm bileşenler yapım öncesi aşamada belli olur. Yönetmenin filmi hangi tür ekipmanla ve hangi kayıt formatında çekeceğini, bununla birlikte kurgu aşamasında bu çekimlerin düzenlenmesinin nasıl yapılacağı noktasında düşünmesini gerektirir. Yapım öncesi aşamada doğru şekilde planlamayan herhangi bir unsur, kendisinden sonraki yapım ve yapım sonrası aşamalarını etkileyeceği için tüm detayların titizlikle planlanmasını gerektirir. Yapım öncesi aşama detayların üzerine çok fazla çalışmayı gerektiren ve filmin en uzun süren evresidir.

Yapım aşaması, filmin fikrinin somutlaştırıldığı aşamadır. Setin hazırlanmasından, oyuncuların yönetmenin direktifleri doğrultusunda rol vermelerine kadar, kâğıt üzerindeki senaryo tümüyle gerçeğe dönüştürülür. Bu aşamada kamera kayda girer ve filmde yer alması istenen görüntüler, diyaloglar, sesler ve müzikler kayda alınır.

“Post-produksiyon” adı da verilen yapım sonrası aşama ise çekilen görüntülerin kurgu yoluyla işlendiği ve filmin gösterime girmeye hazır hale getirildiği süreci kapsar. Filmin son haline getirildiği bu aşamada kısmen yapım aşamasında, yapım sonrası aşama için fragman olarak düşünüldüğü çekilmiş olan görüntüler, medya mecralarında yer almaya başlar. Yapım sonrası aşama dijitalleşme sonrasında çok daha kolay ilerleyen bir süreç halini almıştır. Pelikül film döneminde negatiflerin banyo işleminden geçmesi ve pozitif çevrilmesi gibi daha meşakkatli ve zaman gerektiren süreçler söz konusuydu. Gösterim için çıkartılan kopyalar çok daha sınırlı sayıda olabiliyordu. Çünkü kopyalama için kullanılan her yeni film fazladan maliyet anlamına gelmekteydi. Ancak dijitalleşme sonrasında çok küçük bir SD karta aktarılan sayısallaştırılmış görüntüler çekimin hemen ardından, vakit kaybetmeksizin bilgisayar ortamına aktarılıp işlenebilmektedir. Filmlerin dijital olarak sınırsız sayıda kopyasını çıkartmak mümkün hale gelmiştir.

Dijital filmin, sinemacılara ekranda göstermek istediklerine dair daha özgür bir ortam yarattığı bir gerçektir. Yeni teknolojiler eskiyle olan bağına tamamen koparmaksızın daha geniş bir ölçekte varlığını sürdürmektedir. Ancak bu, yeni teknolojilerin yeni deneyimler içermediği anlamına da gelmez. Burada söz konusu olan şey, bu yeni dijital mecranın sinema

deneyimini nasıl etkilediğidir.

3. Kültür Endüstrisinin Yayılım Alanı Olarak Netflix

Bu çalışmaya Blue Tv, Hulu, Mubi, Exxen gibi platformların değil de Netflix'in mevzu bahis ediliyor oluşunun ana gerekçesi, şimdiye dek Türkiye'den en fazla orijinal içeriğe imza atmış olan küresel düzeydeki platform olmasıdır. Netflix'i çoğu izleme platformundan ayıran dört temel özelliği bulunur: İzleyici davranışlarına dair verileri toplaması, küresel bir pazar olması, içeriklerinin çoğunu sezonluk olarak düzenlemesi ve gelirlerinin aboneliğe dayalı olması.

Lobata'ya göre, Netflix şirketi 2007'de ABD'deki müşterileri için yayın akışı hizmetini piyasaya sürdüğünde, Birleşik Devletler dışındaki aboneler için de bu servisi sağlayacağı yönünde tahminler vardı. Tahminler, Netflix'in 2010'da Kanada, 2011'de Latin Amerika, 2012 ve 2013'te Avrupa'nın bazı bölgelerinde ve 2015'te Avustralya, Yeni Zelanda ve Japonya'da yayına girmesiyle haklı çıkmıştır. Bu süreçte Netflix, ulusal bir hizmetten (Amerikan izleyicisine Amerikan ekran içeriği tedarik eden), büyük hırsları olan küresel odaklı bir işletmeye evrilmiştir (2019, s. 2). Netflix kendi içeriklerini üreten, online "video on demand" bir yayın platformudur. Platformun bu yapısı geleneksel film yapımcılarıyla çekişme yaşanmasına ve zamanla büyük prodüksiyon firmalarının tepkisini çekmesine sebep olmuştur.

Netflix'in karar alma süreçlerinin temelinde olan izleyici davranışları, ücretli aboneliğe dayalı güvence, bölümlerin tümünü bir arada yayınlaması ve küresel düzeydeki hedefleri, kuruluşu eşsiz bir deneyimle hikâye anlatmanın yolu haline getirmiştir. Yine de bu yönleri Netflix'i daha çok, televizyon ve diğer yayın servislerinin hikaye anlatımından ayrı tutmaktadır. Peki Netflix kendi içeriklerini nasıl üretmektedir? Bu üretim süreci, sinema için üretilen filmlerin üretim sürecinden ne kadar farklıdır?

McDonald ve Rowsey, Netflix'in gelirlerinin üye aboneliklerinden geldiği için, içeriklerinin yapısı ile müşterilerin arzuladıkları arasında doğrudan bir ilişki olduğuna inanmanın kolay hale geldiği belirtir (2016, s. 184). Ayrıca Netflix'in reklam verenleri memnun etme konusunda endişelenmesine gerek olmadığı için, program yapımcılarına istedikleri içeriği oluşturma konusunda daha fazla özgürlük verebilir. Netflix için orijinal içerik tasarlayan yaratıcıları için işin kötü tarafı, programlar başarılı olup büyük ilgi uyandırdığında platformun lisans haklarını elinde bulundurmanın avantajını kullanmasıdır. Bu durum içerik üreticiler gelecekteki gelir fırsatlarının çoğunu değerlendiremeyeceği anlamına gelir. Dolayısıyla, yüksek izleyici sayısına ulaşan içeriklerde milyonlarca doların Netflix'e gitmesi gibi bir sonuç doğar. Netflix'e program satan veya Netflix ile müzakerelerde bulunan beş kişi, şirketin prodüksiyon maliyetini ve daha fazlasını kapsayan bir maliyet artı modelini sunduğunu söyledi. Maliyet artı modelini Netflix yaratmadı. Geçmişte HBO'da programları için benzer modeller kullanmıştı. Ama Netflix bu modeli popüler hale getirdi. Bilgi kaynakları bu modelin, Apple ve Amazon gibi diğer akış platformları tarafından da benimsendiğini ve platformların rekabet edebilmek için sözleşmelerinde daha fazla mülkiyet hakkı üzerinde pazarlık yaptığını söyledi. Netflix'in sözleşmeleri telif anlaşmaları olduğu için prodüksiyon şirketi daha yüksek bir ön ödeme alabilmek için gelecekteki gelir fırsatlarının çoğunu şirkete devreder (Castillo, 2018).

Kablolu ve uydu televizyon yayıncılığı reytinglere bağlı olarak reklam gelirlerinden para kazanırken, Netflix'in geliri tamamen abonelik temellidir. Bu yüzden Netflix'in içeriği, yeni insanları üye olup aylık ödeme yapmaya başlamak için cesaretlendirmeye yetecek kadar arzu edilir olmalıdır. Netflix'in başarılı olması için tüm kullanıcılarının orijinal programlarını izlemesine gerek yoktur. Sadece eğlence pazarındaki diğer insanları kendi ağını satın almaya ikna etmek için programlarını izleyecek, tartışacak veya haber yapacak yeterli sayıda insana ihtiyacı vardır (McDonald & Rowsey, 2016, s. 166).

Netflix'in üyelerini etkileme konusunda deneyimleri, platformun büyümesi ve

genişlemesini beraberinde getirip, firmayı online izleme platformları arasında öncü konumuna taşımıştır. Üstelik firma, içerik toplayıcısı olmanın ötesine geçerek, orijinal programlarıyla eğlence sektöründe bir içerik üreticisi durumuna gelmiştir. Bu durum, teknolojiadaki değişimlerin şirketlerin içerik tasarımlarını nasıl etkilediğinin yanı sıra rekabetçi üstünlüğü nasıl yakaladığı veya sürdürdüğüyle ilişkilidir.

Netflix platformu bir değer yaratma alıştırmasıdır. Medya tüketiminde rahatlığı tercih eden izleyiciler, platform aracılığıyla alışkanlıklarını tazeleyebilir. “Netflix deneyiminin” çekiciliğinin önemli bir parçası olarak rahatlığın vurgulanması, Netflix’in uygun gördüğü ve uyarladığı internet kaynaklı bir katılım stratejisidir. Netflix’in portalı ve ara yüzü izleyiciyi kişiselleştirilmiş bir dijital ortama bağlar. Birlikte işleyen bu özellikler, kullanıcıları izleme deneyimleri üzerinde aktif kontrol sahibi olmaya teşvik eder ve bireysel tercihlerine uygun televizyon yayın akışı oluşturmalarını sağlar. Şirket, üyelerin günlük rutinlerini tamamlamak için odadan odaya ve cihazdan cihaza geçişleriyle izleme deneyimlerinin sürekli ve kusursuz olabileceği fikrini normalleştirerek, mobil görüntüleme davranışlarını teşvik eder (Samy, 2021, s. 27, 28).

Netflix platformu, eş zamanlı olarak esnek görüntüleme sağlamak ve aktif görüntülemeyi teşvik etmek için tasarlanmış kullanıcı dostu özelliklerle, abonelerin boş zamanlarında içeriklere göz atmasına izin veren bir ara yüzden oluşur. Bu tür özellikler abonelere daha sonraki izlemeleri için kişiselleştirilmiş listelerine içerik ekleme becerisi verir. Bunu, geniş bir tür kombinasyonları önbelleginden alınan başlıkları arama yoluyla, kullanıcının daha önce izlediği içeriklerle benzerlikler taşıyan özel öneriler sunarak yapar. Platformun altında yatan şey, Netflix’in içeriği sınıflandırmak ve öneriler oluşturmak için algoritmaları ve platformu kullanan üyelere ait titizlikle topladığı “büyük veriyi” kullanmasıdır (Samy, 2021, s. 11).

Lobato’nun “Netflix etkisi” kavramıyla kast ettiği, değişen izleyici beklentileriyle birlikte teknolojik değişimin tüm eğlence endüstrisinde yapım süreçlerini nasıl değiştirdiğidir. “Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution” adlı kitabında söz ettiği kavram, platformun genel anlamda televizyon ve film endüstrisinin hegemonyasını nasıl sekteye uğrattığıyla ilintilidir (2019). Geleneksel televizyon ağlarının geçmişte uyguladığından farklı bir stratejiyle, genellikle kendi orijinal içeriklerine yapım masraflarını karşılamayı ve ek bir ücret ödeme üzerinden anlaşma yapar. Netflix ile bu tür sözleşmeler üzerinden çalışmış pek çok kişiye göre, yapım şirketleriyle yapılan sözleşme görüşmeleri sırasında ortaya çıkan bu hamleler, TV ağlarının Netflix ile rekabet etmesini oldukça zorlaştırıyor. Bu sözleşmeler programların genel olarak lisanslandığı modeli değiştirir ve TV ağlarının bu programları bünyelerinde bulundurmak için ödediğinden çok daha fazla peşin para önerir (Castillo, 2018).

Geleneksel televizyon yayıncılığı üretilen içerikler noktasında izleyici tercihlerini gözetse de asıl hedef bu içeriklerle izleyiciyi ekran başında tutmayı sürdürmektir. Çünkü daha fazla izleyici, daha fazla reklam geliri demektir. Reklam verenlere sunacağı reyting rakamlarına ihtiyaç duyan geleneksel yayıncılık anlayışı içerik üreticisine daha az özgürlük tanır. Netflix reklam ücretlerine dayalı bir sisteme sahip olmadığı için izleyici tercihlerine daha fazla yoğunlaşır.

Netflix içeriklerinin senaryo yazarları, hikâye akışlarını bölümler yerine uzun periyodlar halinde tasarlarlar. Bu sayede dizi bölümleri reklamlarla ortasından bölünmemektedir. Bu yayın modelinde içerik yazarları hala, izleyicinin bir sonraki bölümü izlemek istediğinden emin olurlar ama “arkası yarın” mantığında işleyen bir önceki bölümde ne olduğu sorusu daha az önemlidir. Ayrıca senaristler bir hikayeyi prodüksiyon ekibinin bölüme yayarak anlatabileceğini düşünmek yerine, bir sezonluk süre üzerinden anlatırlar.

Netflix, 1997’de yola çıkarken ortaya koyduğu küresel bir şirket olma hedefini günümüzde gerçekleştirmiş görünmektedir (Brennan, 2021). Bu hedef Netflix içeriklerinin anlatım şekillerini de etkilemektedir. Örneğin Netflix orijinal içeriği olan Narcos dizisi, Netflix’in

Latin Amerika’da yayın yapıyor olmasının avantajını kullanır. Dizinin yaratıcıları hem Amerikalı hem de Kolombiyalı oyuncularla anlaşmış ve oyuncular hikâye akışı içerisinde ana dillerinde konuşmuşlardır. Dizinin belgeselvari anlatımı nedeniyle her karakterin İngilizce konuşmasının gerçekçi gelmeyeceği düşünüldüğünde böyle bir yol izlemenin hikâyenin etkisini güçlendirdiği ortadadır. Netflix’in küresel hedefleri, kuruluşun sadece Amerikan toplumuna değil küresel düzeyde izleyiciye yönelik hikâyeler ortaya çıkarmasına sebep olur.

Netflix’i belirgin şekilde ulus ötesi hatta kozmopolitan bir hizmet yapan başka özellikler de vardır. Hollywood merkezli olmasına rağmen çok çeşitli, çok dilli içeriğin yayılmasına ev sahipliği yapmaktadır ve şimdilerde orijinal içeriğini düzinelerce dile çevirmektedir. Büyük miktarlarda içeriğin platformda toplanmasıyla Netflix ayrıca bazı aboneler için çok değerli olan belirli bir kozmopolit tüketim deneyimi sağlamaktadır.

Lobato’ya göre, Netflix’i kültür endüstrisi bağlamında daha iyi değerlendirebilmek için, izleyiciye ve izleme alışkanlıklarına getirdiği farklılıklara bakmak gerekir. Platformun sağladığı izleme deneyimi noktasında nasıl bir yayın stratejisi izlendiği içeriklerin tüketilmesi üzerinde belirleyicidir (2019, s. 70, 71). Bugünün izleyicisi neyi, ne zaman ve nasıl izleyeceklerine karar verebilir. Mobil platformlar ve düşük fiyat noktaları, tabletler ve akıllı telefonlar gibi cihazların pazara hızlı bir şekilde girmesine yol açtı. McDonald ve Rowsey’e göre bugünün izleyicisi sadece zaman kayması yapabilmekle kalmaz, ayrıca oturma odalarına veya masaüstü ekranlarına bağlı değildirler. Bu durum üretimcilerin ve dağıtımçıların karşı karşıya olduğu yeni gerçekliği temsil eder, bu endüstrinin üstesinden gelmesi gereken aksamadır (2016, s. 189, 190). Netflix’e giriş yapılırken, firmanın hikâyelerini özel alanlar için üretmektedir. Bireyler Netflix’i evlerinin salonunda, yolculuk esnasında toplu taşımada hatta tuvalette bile izleyebilmektedirler. Netflix’in izlenme mekânları son derece esnektir. Bu bağlamda yayın akış platformlarının, özellikle Netflix’in sağladığı izleme alışkanlığının gerçek sinema deneyimine aykırı bir durum olduğu düşünülmektedir.

4. Netflix’in Türkiye’de Yerli Film Üretimine Etkisi: Hakan Muhafız Dizisi

Dizinin Künyesi	
Dizinin Adı	Hakan Muhafız
Yönetmen	Can Evrenol, Umut Aral, Gönenc Uyanık, Gökhan Tiryaki
Yapım Yılı	2018
Yayın Tarihi	14 Aralık 2018
Yapım	03 Medya, Alex Sutherland
Oyuncular	Çağatay Ulusoy, Hazar Ergüçlü, Okan Yalabık
Müzik	Tufan Aydın
Görüntü Yönetmeni	Gökhan Tiryaki
Ülke/Dil/Süre	Türkiye/Türkçe/40-45 Dakika

Makro Yapı

Tematik Yapı

Batı’da ve özellikle Hollywood’da, Türkiye ve Türklerin genellikle negatif bir şekilde sunulması, Türkiye’deki film sektörünün kültür endüstrisi ile rekabet edememesinden de kaynaklıdır. Klasik bir kahraman kurulumunun ilk anda göze çarptığı *Hakan: Muhafız* uluslararası ismiyle *The Protector*’da, kahraman İstanbul’un koruyuculuğunu üstleniyor. Netflix’in dünya genelinde hitap ettiği kitlenin, Marvel serilerindeki süper kahramanlardan aşına olduğu şekilde bu kahramanın vücuduyla bütünleşen sihirli bir yeleği vardır. Dizide yerel unsurlarının kullanımının ne şekilde yapıldığına geçmeden önce, genel olarak hikâye

örgüsünden ve teknik detaylardan bahsetmek gerekir. 190 ülkede yayın yapan Netflix gibi bir platformda yer almak bile ciddi bir başarı sayılırken, *Hakan: Muhafız* platformda yayınlanan ilk Türkiye çıkışlı seri olması ile önemlidir. Ancak yapımın bu fırsatı ne kadar iyi değerlendirdiği tartışılır. Öncelikle ilk göze çarpan oyunculuklar konusundaki başarısızlıktır. Genç oyuncu kadrosunun tamamındaki diyaloglarını dahi yutarcasına söylemeleri, özellikle birinci sezondaki kötü ses kullanımıyla da birleştiğinde izleyiciyi hikâyeden koparan bir hal alıyor. Karakterlerdeki oturmamışlık kötü oyunculukla daha da göze çarpar hale geliyor. Hikâyenin ana karakteri olan Hakan'ın, yukarıda Joseph Campbell'ın kahramanın serüveni ile bağdaşan bir dönüşüm süreci yaşadığı söylenemez. Bu zoraki kahraman modelinin serüvene giriş için ikna süreci neredeyse ilk sezonun tamamı boyunca sürer. Olay örgüsü ise son derece sıradan, tahmine edilebilir ve sürprizlere yer vermeyen bir yapıdadır. Başlangıçtaki bir-iki bölümde hikâyenin seyrinin ne olacağı hatta nasıl bir finale bağlanacağı bile tahmin edilebilir bir hal alır. Dizinin mekânsal kurulumu başarılı olarak değerlendirilebilir. Şehri hem otantik hem de modern tarafıyla gösteren yapım, kullandığı sahnelerle adeta bir İstanbul tanıtımı yapar. Kültür endüstrisi tarafından ele alındığına *Hakan: Muhafız*, Amerikan süper kahraman anlayışının kodlarını oryantalizmle perçinleyerek izleyiciye sunmaktadır. Sihirli bir yelek giydiğinde üstün güçler elde eden bu süper kahraman, Marvel evreninin Doğu'ya uyarlanmış halini yansıtmaktadır. Doğu'nun iç içe insan ilişkilerini dizinin ilk bölümünün giriş kısmında sunmaktadır. Hakan'ın evinden çıkıp yaşadığı semtte, komşusundan, esnafına, sokak satıcılarına kadar herkesle selamlaşıp ayaküstü sohbet etmesi bu esnada İstanbul'un arka sokaklarının keşmekeşinin gösterilmesi söz konusudur. Türk tarihinde önemli unsurlardan olan İstanbul'un Fethi ve Fatih Sultan Mehmed'e dayandırılan bir efsane ile kurulan olay örgüsü hikâyenin Anadolu ve İslam motifleri ile süslenmesine olanak vermektedir.

Şematik Yapı

- 1-Hakan evinde uyanır, kanepede yatmakta olan ev arkadaşını da uyandırır. Evden çıkıp mahallesinin dar sokaklarında yürümeye başlar. Tanıdığı insanlarla selamlaşır ve şakalaşır. Arkadaşıyla birlikte bir dükkânın camından içeri bakar ve o dükkân üzerine hayaller kurar. Dükkânın hemen karşısında bulunan dev gökdeleni dönüp bakarlar. Gökdelenin üzerinde Faysal yazısı görünmektedir.
- 2- Hakan sürdürüp Kapalıçarşı'nın içinden geçer. Fal bakmakta olan kadınlarla konuşur ardından çalıştığı dükkâna girer. Elinde bir çantayla koşmakta olan küçük çocuğu tutar ve onu bir daha hırsızlık yapmaması konusunda ikaz eder. Çocuğu ikaz ettiği sırada iri bir adam gelip Hakan'ı tehdit eder.
- 3-Faysal helikopterle holding binasına iniş yapar ve Leyla tarafından karşılanır. Ayasofya'nın önünde restorasyonla ilgili basın toplantısı yapar.
- 4-Memo elinde bavulları ile Neşet Baba'nın dükkânına gelir. Kira parasını kumara yatırdığını bu yüzden evden atıldıklarını söyler. Hakan, kendilerine destek olmadığı için Neşet Baba'yı suçlar.
- 5-Mazhar'ın rakibi Gökhan, Faysal'ın adamı Mazhar ile buluşur. Mazhar kendisine rüşvet teklif eden Gökhan'ı boğarak öldürür.
- 6-Hakan, Neşet Baba'nın dükkânından, onun satmayı istemediği bir gömleği çalar. Gömleği almak isteyen zengin koleksiyoncu Suzan'la buluşur. Neşet Baba buluşma yerine gelir ve gömleğin satılık olmadığını söyler. O anda silahlı bir adam belirir, ateş açıp Neşet Baba ve Suzan'ı vurur. Hakan, Neşet Baba'yı hastaneye götürmek isterken, yaralı haldeki Neşet ondan kendisini Fatih'te bir eczaneye götürmesini ister.
- 7-Eczanede Kemal ve Zeynep Neşet'i eczanenin arka tarafına götürür. Neşet orada ölürken Hakan'a gücünden şüphe etmemesini söyler. Kemal, Hakan'a gömleği sorar ve kendilerinin sadık olanlar olduğunu söyler.
- 8-Hakan muhafıza dair anlatılanlara inanmakta zorlanır. Ölümsüzün ona ulaşmaması için

- yerinden ayrılmaması söylene de Memo'yu bulmak için yerinden ayrılır.
- 9-Hakan ve Zeynep yüzüğü koruyan bir sadık ile buluşmaya gider. Köhne bir ev bulurlar.
- 10-Hakan, Faysal'ın Ayasofya ihalesini kazanmasını kutlamak için verilen partide işe başlar. Zeynep yüzük taşını aramaya başlar.
- 11-Hakan geçmişini öğrenmek için Büyükkada'ya gider. Yüzük taşını arayan Kemal ve Zeynep Mimar Sinan Türbesine gider.
- 12-Hakan ve Zeynep müzenin güvenlik sistemini aşmak için bir yol bulmaya çalışırlar.
- 13- Zeynep babası için Timur'dan yardım ister. Hakan, Leyla ile olan ilişkisi nedeniyle ikileme düşer.
- 14-Leyla yüzünden muhafız görevlerini ikinci plana iten Hakan, ölümsüzün kanının gizli bir güce sahip olduğunu öğrenir.
- 15-Faysal Hakan'ın Ayasofya olayına karıştığını kamuoyuna açıklar. Zeynep yakında İstanbul'a yönelik bir saldırı olacağını öğrenir.
- 16-Hakan müze soygunu ile Ölümsüzlerin planı arasında bir bağlantı olduğunu anlar.
- 17-Zeynep, ölümsüzlerin nereye saldıracağını öğrenmek için Leyla'dan yardım ister.
- 18-Hakan ve sadık olanlar Faysal'a karşı plan yapar ama bilgi sızıntısı planın bozulmasına sebep olur.
- 19-Hakan Levent'i durdurmaya çalışır başka bir Ölümsüz, Leyla'nın zihninin kontrolünü ele geçirir.
- 20-Rüya Mergen'le bir olup Hakan'a komplo kurar. Rüya ve Faysal arasındaki gerilim iyice tırmanır.
- 21-Rüya Levent'i kullanarak plan yapar. Zeynep ve Azra, tılsımın gücünü kaybetmeye başladığını fark eder.
- 22-Kâhin tılsıma eski güçlerini yeniden kazandırmak için yapılması gerekenleri Zeynep ve Hakan'a anlatır. Ölümsüzlerle Hakan ve ekibi arasında çatışma çıkar. İki taratan da ölenler olur.
- 24-Zeynep ve Hakan, bir tedavi için tek umutları olan Nisan adlı bir kimyageri aramaya girer.
- 23-Ölümsüzlerin gizli lideri olduğu anlaşılan Vezir, Levent'i kullanarak Hakan'ı bir tuzağa çeker.
- 24-Hakan ve diğer sadıklar Rüya'yı taraflarına çekebilmek için bir plan yapar.
- 25-Vezir, Faysal'dan anahtarın son parçasını bulmasını ister.
- 26-Hakan geçmişe gider.
- 27-Hakan, Vezir'in kimliğini ortaya çıkarmaya çalışırken gizemli bir simge bulur.
- 28-Nisan, anahtarın eksik parçasını arayan Hakan'a yardım eder. Hakan neredeyse çıldırma noktasına gelir.
- 29-Vezir, Hakan'ı öldürmek için harekete geçer.
- 30-Ani bir saldırıyla Hakan'ın karşısına çıkan Vezir, bütün İstanbul'u etkisi altına alan bir salgın başlatır.

Mikro Yapı

Sözdizimsel (Sentaktik) Yapı

Hakan: Muhafız'da günlük konuşma dili kullanılmaktadır. Cümle yapıları basit ve kolay

anlaşıldır. Bazı noktalarda doğallık katan biçimde özellikle Hakan karakteri ve arkadaşları arasında sokak jargonu kullanıldığı görülmektedir. Cümlelerin altında yatan metaforlara, üstü kapalı imâlara çok fazla rastlanılmaz. Dizinin ilk bölümünde araya serpiştirilmiş argo kelimeler dikkat çeker.

Geriye dönüşlerle gösterilen, tarihsel olarak kurgulanmış sahnelerdeki dış ses anlatımı dile şiirsel bir eda katan yapıdaki cümlelerdir. Bu yarı şiirsel yarı masalsı kullanım sahnelere epik bir hava katmaktadır. Hikâyedeki kötü taraf olarak gösterilen “ölümsüzler” hakkında konuşulurken onlar hakkında olumsuz bir kanaat oluşturmak için bilinçli bir şekilde aktif cümle çatısı kullanıldığı görülmektedir. Muhafız ve Sadık Olanlar gibi hikâyede iyiliği temsil eden öznelere bahsedildiğinde ise aktif yapının özneyi vurgulama amacıyla kullanıldığı görülmektedir. Kemal’in Hakan’a babası Murat’la ilgili sırrı açıkladığı zaman kurduğu cümleler bu duruma örnektir. “En yakın dostlarım. Neşet’le Murat... Yani aslında her şeyi sana Neşet anlatacaktı. Öyle planlamıştık, öyle konuşmuştuk. Ama tabi yıllar geçtikçe sana olan sevgisi ağır bastı, seni kaybetmekten, tehlikeye atmaktan korktu. Murat...Senden önceki muhafız.” Bazı cümleler konuşmacının sözü söyleyen kişinin eyleme ilişkin tutumunu veya konumunu onaylayıp onaylamadığının anlaşılmasına dair ipucu verebilir. Bu unsur, Leyla’nın davet sahnesinde ısrarcı bir konuk ile olan konuşması üzerinden ele alınabilir. Konuğun Faysal Bey’e bir sunum yapmak için ısrar etmesi üzerine Leyla sunumu kendisine mail atmasını teklif eder. Ama konuğun doğrudan Faysal’la görüşmek için ısrar etmesi üzerine, Leyla “anlatamadın galiba, mümkün değil!” diye yanıt verir. Konuk “yapmayın Leyla Hanım, şu anda bu işi halledebileceğinizi biliyorum” diye üsteler. Leyla ise “ısrarcı olmanız hiçbir şeyi değiştirmeyecek size iyi eğlenceler” diye yanıtlar ve konuştuğu konukla olan kişisel etkileşimine son vererek onu onaylamadığını ortaya koyar. Bundan sonraki kısımda iş sözlü iletişimin ötesine geçilip fiziksel müdahaleye varsa da, semantik açıdan Leyla’nın söylemleri sübjektifliği ortadan kaldırıp konukla olan etkileşimini nesnel boyuta taşıdığını göstermektedir. *Hakan: Muhafız*’da genel anlamda cümle yapısı olarak ima edici varsayımlar, benzetmeler kullanılmaktadır. Yan cümleciklerin bağlandığı temel cümlelere çok fazla rastlanılmamaktadır. Baskın yargıyı üstü kapalı biçimde temel cümlelerin altında sunan cümleler nadiren rastlanmaktadır. Cümleler günlük konuşma diline uygun edebi olmaktan uzakta ve televizyon seyircisinin anlayacağı basitlikte kurulmaktadır.

Anlambilimsel (Semantik) Yapı

Eleştirel söylem analizinde cümlelerin alt metinlerinde yatan açıklamalar, açık olan mesajların yanı sıra imalar da içerebilir. Karakterlerin ağzından dökülen cümlelerde karakterin neden bunu söylediği aslında kast ettiğinin ne olduğu sorusuna cevap aranır. İlk bölümde Faysal’ın kudretinin ve zenginliğinin göstergelerine dair bir ipucu verilir. Helikopteriyle fildişi kulesinin üstüne inen Faysal’ı Leyla karşılar ve yolculuğunun nasıl geçtiğini sorar. Faysal’ın verdiği cevap “çok trafik vardı” olur. Burada durumundan şikâyet eder gibi görünürken aslında kast ettiği her gün trafikte saatlerini harcayan insanlarla kıyaslandığındaki şansı, sahip olduğu konfor ve lükslerdir. Hakan’ın Leyla ile organizasyon hakkında konuştuğu sahnede bir başka alt metinde yatan imaya örnek olarak verilebilir. “Düşündüm de, organizasyon öncesi ufak bir bilgilendirilmeye ihtiyacım olabilir. Kim kimdir, şirket yapısı, organizasyon”. Leyla, Hakan’ın niyetini anlayarak “Yani?” diye sorar. Hakan ise “Belki öncesinde baş başa bir toplantı yapabiliriz” diye devam eder. Bu noktada baş başa toplantı ile ima ettiği asıl durumun flört olduğu açıktır. İş görüşmesiyle ilgili olarak Hakan’ı arayan Leyla, ona sunduğu başka bir pozisyonda değerlendirme teklifini reddetmesine şaşırır. Hakan’a, “Faysal Bey’in en büyük hayali” olduğunu söylediğini hatırlatır. Hakan’ın cevabı ise “Bazen hayaller değişir” olur. Dördüncü bölümde dizinin Hakan ve Zeynep’in Topkapı Sarayına girdikleri sahnede imalara dair bir başka örnek söz konusudur. Hakan, “daha önce çok geçtim buradan ama içeri hiç girmemiştim” der. Zeynep “İnsan bazen gözünün önündeki güzellikleri göremiyor işte” diye cevap verir. Hakan’ın “Benden mi bahsediyorsun?” diye sorması üzerine Zeynep gülererek “Saçmalama tarihten bahsediyorum”

der. Hakan'ın cevabı ise, "Evet, belli, seviyorsun eski şeyleri" olur. Burada kast ettiği durum, Zeynep'in yaşça kendisinden epeyce büyük olan üniversitedeki hocasıyla yaşadığı ilişkidir. Cümlelerin dizilişi, cümleler içerisinde geçen kişilerin birer özne veya nesne oluşu bile belli söylemsel stratejilere bağlıdır. Cümlelerin hedefi olan karakterlerin konumuna yönelik bir olumlama ya da olumsuzlama durumu söz konusu olabilmektedir. Dizide ölümsüzler ve sadık olanlara dair çokça vurgulanan, "biz" ve "onlar" sözcükleri birbirlerini farklı tanıma niyetinde olan iki karşıt grubun temsilcileri olarak kullanılır. Bazı cümlelerde çağrışımlar anlam ve etkileşimlere yer verilmektedir. "Gömleği giydim ne oldu? Görünmez mi oldum?" sorusuna karşı Kemal'in "Hayır, yenilmez" Bu şehrin görünmezlere değil yenilmezlere ihtiyacı var." Cevabında olduğu gibi Hakan: Muhafız'ın yavaş yavaş bir mücadele insanı ve kahraman oluşu bir takım başarılı bağdaştırmalarla hissettirilir.

6. Sonuç

Geçmişten bugüne insanlık tarihi açısından önemli gelişmelerin yaşanmasında rol oynayan teknik buluşların her biri ortaya çıktığı tarihsel seyrinde sosyal, kültürel ve ekonomik noktada birçok değişimi beraberinde getirmiştir. 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren hayatımıza dâhil olan dijital teknolojilerin dönüştürücü etkisi, eski dünya mantalitesinden uzakta yeni endüstriyel üretim ve tüketim olgusunu tartışmaya açmıştır. Elbette bu tartışma ulus aşırı şirketlerin tüm dünyaya hâkim güç olma anlayışının bir tezahürü olarak yankı bulmuştur. En temelde insanoğlunun kas gücüne dayanarak el tezgâhlarında başlayan üretim yolculuğu Endüstri 1.0'la devam etmiş, bugün ise toplum odaklı insansız teknolojilerin hâkimiyetinde Endüstri 5.0'a doğru ilerleme kaydedilmiştir. Bu hususta küreselleşme olgusunun toplumlar üzerindeki etkisi, her dem sosyal bilimciler tarafından sıklıkla incelenmeye değer görülmüştür. Çünkü her yeni endüstriyel dönem, birey beklenti ve isteklerine yönelik tüketimi tetikleyici üretim anlayışıyla yol almıştır. Eski dünya düzenindeki Fordist sistemin mantalitesinden uzak olan bu kavrayış, bireyleri sosyal yaşantısında kullanım ve doyumlar bağlamında tesiri altına almaktadır. Nitekim küresel sistemin yarattığı hâkim dünya görüşünü benimsetme ideası, 1930'lardan itibaren yükselişe geçen Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından kültür endüstrisi kavramsallaştırmasıyla tartışmaya açılmıştır.

Kültür, farklı toplumların yaşam biçimlerine ve inanışlarına ait anlamlandırmalarla birlikte anılmaktadır. Kültür kavramı toplumlar üzerinde bütünleştirici bir etkiye sahip olup, bu toplumun üyeleri arasında kolektif bir dil oluşturmaya yardımcı olur. Her toplum içerisinde bulunduğu şartlara bağlı olarak kendi kültürel dinamiklerini ortaya koyar. Yüksek sanatın kültürle olan ilişkisi başlarda "kültür" kavramsallaştırılmasında öne çıkarken sonraki dönemlerde kültür, halk kitlelerinde karşılık bulan popüler karşılıklarla da bir arada değerlendirilmeye başlanmıştır. İnsan tarafından üretilen sanat, bilim gibi unsurların sürekli bir gelişim ve yayılım içerisinde olması günlük deneyimleri de etkiler. Nihayetinde kültür üretimi bir endüstriye dönüşür.

Genel hatlarıyla kültür endüstrisi, üretim araçlarını kontrol altında tutarak, egemen ideolojinin toplumun geneline dayatılmasıyla ortaya çıkan bir süreci kapsamaktadır. Kültür endüstrisi küreselleşmeyle yakın ilişki içerisinde. Ortaya çıkan bu tüketim kültürünün yaşam biçimlerini nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur. Kültürün metalaştırılması, kültürel ürünlerin ekonomik olarak da yeniden üretilmesini sağlar. Sermayenin getirdiği üretim ilişkilerinin kültürü bir üretim alanı haline getirmesi, kültür ürünlerinin de metalaşmasına yol açtığı eleştirilerine sebep olur. Kültür ve sanat ürünlerinin ticari kaygılarla üretilip, çoğunluk tarafından alınmak üzere piyasa koşullarına uygun hale getirilmesi, bu ürünlerin standardizasyonuna sebep olur.

Dijital teknolojilerin hızla gelişimi, sinemayı değiştirdiği gibi dünyanın her yerindeki film üretim süreçlerini de etkilemiştir. Film endüstrisi, genel anlamda sinema salonlarını ve televizyon ekranlarını baz alan üretim süreçlerinin dışına çıkıp bu yeni dijital çağa uyum sağlamak durumunda kalmıştır.

Dijital dönüşüm internet teknolojilerinin gelişimiyle bağlantılı olarak ilerleme göstermiştir. Başlangıçta haberleşme amacıyla kullanılan internet, yeni medya düzenini oluşturmada son derece etkili olmuştur. Kullanıcı pratikleri değişmiş, bilgi çok daha kolay ulaşılır hale gelmiştir. Bilgiye ulaşmak kolay hale gelse de, bir diğer boyutuyla büyük ölçekli bir bilgi kirliliği dijital teknolojilerin etkisinde kendisini göstermektedir. Dijitalleşme, enformasyon dolaşımını olduğu gibi yayıncılığı da etkilemiştir. Dijital dönüşümle birlikte değişen ve gelişen yayıncılık anlayışının standartları ivme kazanmıştır. Dijitalleşme, en büyük etkisini internet teknolojileri vasıtasıyla hissettirmektedir. Dijitalleşmenin etkilerini tek boyutuyla olumlu ya da olumsuz şeklinde değerlendirmek konuyu basite indirgemek anlamına gelmektedir. Dijitalleşmenin yalnızca teknolojik boyutu ile ele alınmamalıdır. Aynı zamanda toplumsal ilişkilerin yeniden düzenlenmesi noktasında da ciddi bir rolü olduğu göz ardı edilmemelidir.

Tüm bu özelliklerinin yanında dijitalleşme aynı zamanda geleneksel film üretim ve dağıtım anlayışını da dönüşüme uğratmıştır. İnternet tabanlı platformlar izleyici alışkanlıklarını dönüştürmüş ve eş zamansızlık seyir deneyiminin temel niteliği halini almıştır. Sinema filmlerinin ve dizilerin üretim süreçleri bu değişime adapte olmak durumunda kalmıştır.

Genel anlamda SVoD platformlar sunduğu izleme deneyimiyle, sinema salonlarının sunduğu törensel izleme deneyimini dönüştürerek daha serbest ve mobil izleme olanaklarını ortaya çıkarmıştır. Geleneksel sinemanın gösterim pratiği SVoD platformlarla birlikte, geleneksel film gösterim süreci Netflix ile birlikte kullanıcı seçimli bir hâl almıştır. Netflix ve kültür endüstrisi ilişkisi arasındaki bağlantı, platform için Türkiye’den üretilen içerikleri, birer kültür endüstrisi ürünü olmaya dönüştüren özellikler taşımaktadır. Araştırma kapsamı içerisinde ele alınan *Hakan: Muhafız* dizisi eleştirel söylem analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Netflix’in ideolojik mesaj üretim ve gösterim gücünün, kültür endüstrisinin varlığının pekiştirilmesine katkı sağladığı bir süreç söz konusudur. Platform, bir yandan yerel içerik üretimine imkân tanırken, diğer yandan hegemonik bir küresel anlatı biçimini dayatmaktadır.

Türkiye film sektörü, televizyon geleneğinin getirdiği bir durum olarak uzun sezonlar ve uzun dizi bölümleri üreten bir sistematiğe sahiptir. Öte yandan Netflix, ulusal pazarlar için içerik üreten, küresel bir yapımcı olma iddiasında bulunan platformdur. Diziler için belirlenen prime-time yani ulusal ekran kültürünü belirgin bir şekilde uluslararası olarak kavramsallaştırmaya açıyor nitekim burada bu platformun eş zamansızlık faktörü rol oynamaktadır.

Netflix’in ve benzeri platformların film sektörü açısından yarattığı en temel etkilerden biri; yapımcılara geleneksel yayın organlarının maruz kaldığı denetim mekanizmalarından kaçış fırsatı sunarak, daha özgür bir üretim sürecinin yaşanmasına olanak tanınmasıdır. Ancak Netflix’in Türkiye yayını özellikle RTÜK tarafından sansür olgusuna dahil edilme girişimleriyle karşı karşıya kalmaktadır. Netflix’e yönelik devlet müdahaleleriyle ilgili en fazla spekülasyon yaratan iddialardan biri 2020 yılında ortaya atılmıştır. Çağan Irmak’ın yönetmenliğini üstleneceği “Şimdiki Aklım Olsaydı” dizisinin senaristi Ece Yörenç “bir gey karakter nedeniyle RTÜK tarafından dizinin çekimlerine izin verilmediğini” iddia etmiştir. Öte yandan Netflix’in eşcinsel karakterin senaryodaki sansürünü kabul etmediği için projeyi iptal etme kararı aldığı iddiası da gündeme gelmiştir. (Atmış, 2022) Bu dönemde Netflix’in Türkiye pazarından çekileceği iddialarının da gündeme gelmesine sebep olan tartışmalar, platformun Türkiye’de kalacağını açıklamasıyla son bulmuştur. Projenin iptal edilmesinin asıl gerekçesinin, bir bürokrasi müdahalesi mi yoksa sansürü kabul etmeyen Netflix’in kendi inisiyatifyle projeyi rafa kaldırması mı olduğu konusunda firmadan şeffaf bir açıklama gelmemesi firmanın dayatmayı kabul ettiği eleştirilerini beraberinde getirmiştir. Netflix’in her durumda RTÜK ve Kültür ve Turizm Bakanlığı karşısında geri adım attığı ortada olmakla birlikte gelecekteki Türkiye yapımı projeleri için bir “uygunluk” kistası belirlediğini düşünmek gerçekçi görünmektedir. Netflix’in yayında olduğu bazı ülkelerde

yerel kültürler kodlarla uyumlu bulunmayan unsurları hatta topyekün içerikleri kaldırdığı bilinmektedir. “Şimdiki Aklım Olsaydı” dizisiyle gündeme gelen durum Türkiye’de de bu politikanın uygulandığını düşündürmektedir.

2022 yılının ilk çeyreğinde 200 bin, ilk yarısında ise neredeyse yarım milyon abone kaybeden Netflix, (Sherman & Clayton, 2022) Mayıs 2022’de yeni şirket ilkelerini ilan etmiştir. Beş yıl aradan sonra ilk kez şirket politikalarını yenileyen firma tarafından ilan edilen maddeler arasında “içerik aykırı bulunsa da, sansür olmayacağı” ifadesi yer almaktadır.

2016 yılında Netflix’in Türkiye piyasasına girişine kadar küreselleşmenin Türk drama sektörünü üretim anlamında öngürüldüğü kadar etkilemediği ortaya çıkmıştır. Türk dizilerinde genel olarak yerel kodları taşıyan ama aynı zamanda evrensel düzeyde izleyiciye de hitap etsin, mekânları yurt dışındaki izleyici için de çekici olsun gibi isteklerle küyerelleşmeye uygun hikâyeler oluşturulabilirken, çoğunlukla yerel izleyicilerin arzu ve talepleri ölçüt alınarak hikâyelerin oluşturulduğu sektör paydaşları tarafından vurgulanmıştır. Buna ek olarak dijital platformların, dizi sektöründe değişimlere ve gelişmelere yol açtığı kabul edilmekle beraber şu an için sektöre bakıldığında yerel kültürel kodların dışına çıkılamadığı belirtilmiştir. Ayrıca Netflix gibi küresel içerik üreten platformların yaygınlaşması, yurt dışındaki drama üretim pratiklerinin ülkemizde tanınmasına ve sektörün bu beklentiler doğrultusunda kendini düzenlemesi için bir fırsat yaratmıştır. Yüzyirmi dakikalık veya doksan dakikalık dizi bölümlerini haftalık yetiştirmeye çalışan senartistlere, daha makul sürelerde yazarak yaratıcılıklarını ortaya koyma şansını tanımıştır. İşin negatif boyutunda ise; Netflix’in sahip olduğu sermaye gücü ile kısıtlı reklam gelirleriyle ulusal kanallara iş yapmaya çalışan yapımcıları olumsuz etkilemesi sayılabilir (Şimşek & Özmen, 2020).

Netflix, küresel dolaşımı mümkün kılmak için bir strateji olarak, kültürel özgürlük üzerine fantastik türler üretmektedir. Görülmüştür ki Netflix, Türkiye’deki film sektörünün bileşenleri için, yapımlarını dünya genelindeki izleyiciye ulaştırma açısından umut vaat eden bir ortam olmuştur. Sınırlı gösterimler ya da festivaller dışında ülke sınırlarının dışına çıkma fırsatı bulamayan Türkiye yapımı sinema filmleri dünyanın her yerinden platforma üye olan kitle ile buluşma şansı yakalamıştır. Aynı şekilde ağırlıklı olarak Ortadoğu Ülkelerine kısmen de Avrupa ülkelerine ihraç edilen Türkiye yapımı seriler, doksan dakika ve üzeri sürelerdeki yapımlardan oluşmaktadır. Süre ve hikâye anlatımı noktasında her biri birbirinin taklidi gibi görünen bu yapımlar birer kültür endüstrisi ürünü olma özelliğiyle göze çarpmaktadır. Bu yapımların getirdiği aynılığın dışına çıkarak, gerek süre gerekse hikâye anlatımı bakımından daha özgün olma iddiasıyla üretilen yapımların üreticileri, Netflix’i içeriklerini dünya genelindeki kitleyle buluşturabilecekleri bir alternatif olarak ele almıştır. Birbirini tekrar eden vasat senaryo, vasat oyunculuk sekiz-dokuz ay gibi sürelerle yayılan sezon bölümleri ile Türkiye film sektöründe hâkim olan televizyon serisi anlayışı, Netflix aracılığıyla bu ürünlerin dışına çıkıyor gibi görünse de yine bir tek tipleşme söz konusudur.

“Hakan: Muhafız” dizisi özelinde seyirciden ilgi görme nedenleri ele alındığında, Netflix’te yayınlanan ilk Türkiye yapımı dizi olmasının yanında milli duygularla dizinin izlendiği ve Türk Kültürünün dizide nasıl yansıtıldığının merak edildiği ortaya çıkmaktadır. Kısacası, Türkiye’nin dizide nasıl tanıtıldığı diziye yönelik ilginin temel sebeplerindendir (Karaduman & Aciyan, 2019).

Tüm bunlara ek olarak sinema filmleri için de aynı durumdan söz etmek mümkündür. Netflix için üretilen içeriklerle, hâkim ideoloji kitlelere empoze edilmektedir. İstisnalar dışında içeriklerin çoğu, hâkim olan endüstri yapısını pekiştirmektedir. Netflix üyeleri, kendilerine özel olarak sunulan içerikleri bir kitesizleştirme yanılgısı yaşarken aslında kendisine önerilen popüler içerikler arasından seçim yapma zorunluluğu hissetmektedir. Sadece Türkiye’den üretilen içerikler değil, daha önce izleyici ile buluşmuş olan pek çok yapım da Netflix’te gösterilmeye başlandığı ilk günlerde “Türkiye genelinde popüler” listesinde yer almaktadır. Birer kültür endüstrisi ürünü haline gelen Türkiye üretimi içerikler popüler

hale gelirken bu içerikleri izlemeyenlerin gündemin gerisinde kaldığı algısı yaratılmaktadır. İzleyici kitlesi, üzerine çok fazla düşünmeden seçim yapmaya zorlanır. Kitleler atomize şekilde hareket edip, vakit geçirme ve eğlence odaklı olarak tercih yapmaktadırlar.

Nasıl ki kültür endüstrisi tüketici kitleyi istatistik unsuru haline getirip, ne zaman neyi izleyeceğini önceden tahmin ediyorsa Netflix'in kullanıcıya özel içerik sunması karşılıklı bir tatmine bağlıdır. Üyelerini kodlayarak onlara kişisel talepleri doğrultusunda içerikler öneren platform, süzgeçten geçirdiği içeriklerle kitleleri memnun etmektedir. İzledikleri hikâyelerde büyük ölçüde olay örgüsünün nasıl şekilleneceği hakkında önceden fikir sahibi olan kitleler, hikâyenin sonunun tahmin ettikleri gibi çıkması karşısında mutlu olur.

Genel anlamda Türkiye film sektöründe hâkim olan gişe filmi algısında, komedi ya da melodram ağırlıklı filmlerin yarattığı bir tek tipleşme, görünür haldedir. Yerli film üretimi bu tek tipleşme ve birbirinin kopyası gibi görünen üretim anlayışından kurtulur gibi görünürken, bir başka boyutuyla yine kültür endüstrisine hizmet eden bir süreç meydana gelmiştir.

Çalışmada incelenen *Hakan: Muhafız* dizisinde, kültür endüstrisine hizmet eden anlam ve ideolojileri ön plana çıkardığı, gerçekliğin görsel ve işitsel kodlarla yeniden inşa edildiği sonucuna varılmıştır.

7. Kaynakça

- Atmış, O. (2022, 08 17). *Cumhuriyet*. cumhuriyet.com.tr: <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/netflix-sansur-sopasi-1754075> adresinden alındı
- Banger, G. (2017). Endüstri 4.0 Ekstra. Ankara: Dorlion Yayınları.
- Brennan, L. (2021, 10 12). Harward Business Review. HBR.ORG: <https://hbr.org/2018/10/how-netflix-expanded-to-190-countries-in-7-years> adresinden alındı
- Büyükbıngöl, A. (2021). *Toplum 5.0'a Doğru - Süper Akıllı Toplumun İnşası*. İstanbul: Astana Yayınları
- Castillo, M. (2018, 08 15). CNBC. cnbc.com: <https://www.cnbc.com/2018/08/15/netflix-cost-plus-model-tv-shows-revenue-upside.html> adresinden alındı
- Görçün, Ö. F. (2016). Endüstri 4.0. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Karaduman, S., & Acıyan, E. (2019). Netflix'in İlk Türk Dizisi "Hakan Muhafız" Üzerine Bir Alımlama Analizi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 681.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution (Critical Cultural Communication)*. New York: NYU Press.
- McDonald, K., & Rowsey, D. S. (2016). *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*. Londra: Bloomsbury Academic.
- Samy, F. (2021). *Normalising Netflix: The Platforms, Practices, and Protocols of Internet Distributed Television*. Yeni Zelanda: Victoria University of Wellington.
- Sherman, N., & Clayton, J. (2022, 07 20). BBC News. bbc.com: <https://www.bbc.com/news/business-62226912> adresinden alındı
- Şimşek, A., & Özmen, S. (2020). Küreselleşmenin Üretim Pratikleri Açısından Türk Dramalarına Etkileri. *Intermedia International E-Journal*, 425,426.

