



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

**YENİ MEDYADA HİKÂYE ANLATIMI PRATİKLERİ
BAĞLAMINDA
ÖTEKİYLE KARŞILAŞMA: “KATARSİS X-TRA” ÖRNEĞİ**

Bilgenil SÖKEN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

YENİ MEDYADA HİKÂYE ANLATIMI PRATİKLERİ BAĞLAMINDA
ÖTEKİYLE KARŞILAŞMA: “KATARSİS X-TRA” ÖRNEĞİ

Bilgenil SÖKEN

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2024

KABUL VE ONAY

Bilgenil Söken tarafından hazırlanan “Yeni Medyada Hikâye Anlatımı Pratikleri Bağlamında Ötekiyle Karşılaşma: “Katarsis X-Tra” Örneği” başlıklı bu çalışma, 10.01.2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Dr. Öğr. Üyesi Şengül İnce (Başkan)

Doç. Dr. Burcu Şimşek (Danışman)

Doç Dr. Ergin Şafak Dikmen (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof.Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN

Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orjinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**” kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- o Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- o Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- o Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

...../...../.....

BİLGENİL SÖKEN

“*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*”

- (1) *Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.*
- (2) *Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.*
- (3) *Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.*
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Doç. Dr. Burcu Şimşek** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

BİLGENİL SÖKEN

ÖZET

SÖKEN, Bilgenil. *Yeni Medyada Hikâye Anlatımı Pratikleri Bağlamında Ötekiyle Karşılaşma: "Katarsis X-Tra" Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2024.

Bu tez, "Katarsis X-tra" programının YouTube üzerinde ötekileştirilmiş bireylerin yaşam hikâyelerini paylaşma ve izleyici geri bildirimlerini analiz etme amacını taşımaktadır. Program, Gökhan Çınar'ın moderatörlüğünde ötekileştirilmiş kişilerin hikâyelerini topluma açmayı hedefler. Çalışma, feminist post-yapısalcı söylem analizi kullanarak YouTube yorumları üzerinden izleyici geri dönüşlerini değerlendirir. YouTube'un interaktif ve multimedya özellikleri, dünya genelindeki geniş kullanıcı kitlesine hikâyelerini paylaşma olanağı sunmaktadır. Bu imkanla birlikte, 12. yüzyılda popülerleşen ruhen iyi hissetme arayışları da bu platformlar üzerinde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Tez, yeni medyanın evrimi, izleyici çalışmaları, dijital platformların değişen rolü, ve "Katarsis X-tra" programının psikoloji ve hikâye anlatımı bağlamında önemini ele alır. Yapım ekibiyle yapılan derinlemesine görüşmelerle programın hedeflerini, yapım süreçlerini ve programın aldığı geri bildirimleri anlama gayretine girer. Bu tez çalışması, "Katarsis X-tra" programının pavyon çalışanı Mehtap Yılmaz ve seks işçisi Deniz Taha'yı konuk alan bölümlerini, YouTube yorumları aracılığıyla izleyicilerin geri bildirimlerini detaylı bir şekilde analiz etmektedir. Yapılan analizler sonucunda, Mehtap Yılmaz'ın ailesine sağladığı destek ve fedakarlıkları, özellikle kardeşine duyduğu sorumluluk hissi, olumlu yorumlarda ön plana çıkmıştır. Deniz Taha'nın aile içi şiddetle baş etme süreci ise izleyicilerde duygusal bir karşılık bulmuş ve Taha'nın yaşadığı zorluklara karşı empati oluşturmuştur. Yapılan analizler, genel olarak programın seyircide olumlu bir yansıması olduğunu göstermektedir. İzleyiciler, konukların yaşam hikâyeleri üzerinden toplumsal sorunlara dikkat çekilmesini olumlu bir şekilde değerlendirmiş ve bu hikâyelerin duygusal bir anlatımla izleyiciye sunulmasının etkileyici olduğunu belirtmiştir. Programın ötekileştirilmiş yaşamları anlatarak izleyicilerde empati uyandırdığı ve tabulaşmış konuların konuşulabilir

kılınmasına katkı sağladığı sonucuna varılmıştır. Öte yandan, programı eleştiren ve olumsuz yorum yapan izleyicilerin sayısının genel izleyici kitlesi içinde düşük olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak, "Katarsis X-tra" programının ötekileştirilmiş yaşamları duygusal bir anlatımla izleyiciye sunarak farkındalık oluşturduğu ve toplumsal sorunları konuşulabilir kıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Programın başarıyla izleyicilere empati yaşattığı ve ön yargıları kırdığı görülmüştür. Programın YouTube yorumları üzerinden yapılan analiz, izleyicilerin genel olarak olumlu bir karşılık verdiğini ve programın amaçlarına ulaştığını göstermektedir.

Anahtar Sözcükler

Yeni medya, YouTube, izleyicilik, ötekileştirme, hikâye anlatımı

ABSTRACT

Söken, Bilgenil. *The Encounter with the Other Through New Media Storytelling Practices: the Example of "Katarsis X-tra"*, Master's Thesis, Ankara, 2024.

This thesis aims to explore the "Katarsis X-tra" program on YouTube, focusing on sharing the life stories of marginalized individuals and analyzing audience feedback. The program, hosted by Gökhan Çınar, aims to bring the stories of marginalized individuals to the public. The study evaluates audience feedback through YouTube comments using feminist post-structuralist discourse analysis. The interactive and multimedia features of YouTube provide an opportunity for a broad global audience to share their stories. Alongside this opportunity, the pursuit of emotional well-being, popularized in the 21st century, has also found its way onto these platforms. The thesis discusses the evolution of new media, audience studies, the changing role of digital platforms, and the significance of the "Katarsis X-tra" program in the context of psychology and storytelling. Through in-depth interviews with the production team, it seeks to understand the program's goals, production processes, and audience responses. This thesis analyzes the episodes featuring Mehtap Yılmaz, a nightclub worker, and Deniz Taha, a sex worker, from the "Katarsis X-tra" program in detail through YouTube comments to understand audience feedback. The analysis reveals that Mehtap Yılmaz's support and sacrifices for her family, especially her sense of responsibility towards her brother, are highlighted in positive comments. Deniz Taha's process of coping with domestic violence has created an emotional impact on viewers, fostering empathy for Taha's challenges. Overall, the analysis indicates that the program has positive outcomes. Viewers positively appreciate the attention brought to societal issues through the life stories of guests and find the emotional storytelling impactful. It is concluded that the program generates empathy in viewers by narrating marginalized lives and contributes to making taboo subjects discussable. Additionally, the number of viewers criticizing the program and making negative comments is observed to be low within the general audience. In conclusion, the "Katarsis X-tra" program successfully creates awareness by presenting marginalized lives emotionally, eliciting empathy from viewers, and breaking down prejudices. The analysis of YouTube comments

demonstrates that viewers generally respond positively, indicating that the program has achieved its objectives.

Keywords

New media, YouTube, viewership, marginalization, storytelling

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLOLAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM : YENİ MEDYA İMKANI OLARAK YOUTUBE VE TÜKETİMİ.....	7
1.1. KENDİNİ ANLATMA İMKANI OLARAK YOUTUBE.....	13
1.1.1. YouTube Platformunun Ortaya Çıkışı, Dönüşümü ve Yayıncılık Pratikleri.....	19
1.2. İZLEYİCİLİK PRATİKLERİ VE YOUTUBE TÜKETİMİ.....	25
1.2.1. İzleyici Pratikleri.....	28
1.2.2. YouTube İzleyicisi.....	34
2. BÖLÜM: MEDYA VE POPÜLER PSİKOLOJİ.....	37
2.1. MEDYADA POPÜLER PSİKOLOJİ.....	4
3. BÖLÜM: YÖNTEM.....	54
3.1. VERİLERİN ANALİZİ.....	57

4. BÖLÜM: BULGULAR	60
4.1. YAPIMCI GÖRÜŞLERİ	60
4.1.1. Program İçeriği.....	60
4.1.2. Seçilen Bölümler.....	69
4.1.2.1. Mehtap Yılmaz Bölümü.....	71
4.1.2.2. Deniz Taha Bölümü.....	76
4.1.3. Yapımcı Yorumları.....	80
4. 1. 3. 1. Ekibin Hedefleri ve Amaçları.....	80
4. 1. 3. 2. Programın Yapım Aşaması.....	83
4. 1. 3. 3. Etik Hassasiyetler.....	86
4. 1. 3. 4. Programın Aldığı Geri Dönüşler.....	99
4.2. KATARSİS X-TRA BÖLÜMLERİNE YAPILAN YOUTUBE YORUMLARI	94
4.2.1. Mehtap Yılmaz Bölümünün Aldığı Yorumların Değerlendirilmesi.....	95
4.2.1.1. Olumlu/Destekleyici Yorumlar.....	96
4.2.1.2. Farkındalık İçerikli Yorumlar.....	99
4.2.1.3. Diyalog Kuran Yorumlar.....	102
4.2.1.4. Olumsuz/Nefret Söylemi İçeren Yorumlar.....	106
4.2.2. Deniz Taha Bölümünün Aldığı Yorumların Değerlendirilmesi...109	
4.2.2.1. Olumlu/Destekleyici Yorumlar.....	110
4.2.2.2. Farkındalık İçerikli Yorumlar.....	114
4.2.2.3. Diyalog Kuran Yorumlar.....	117
4.2.2.4. Olumsuz/Nefret Söylemi İçeren Yorumlar.....	120
5. BÖLÜM: TARTIŞMA	124

SONUÇ	138
KAYNAKÇA	145
EK 1. YAPIM EKİBİNE YÖNELTİLEN SORULAR	164
EK 2. ORJİNALLİK RAPORU	166
EK 3. ETİK KURUL / KOMİSYON İZİNİ YA DA MUAFİYET FORMU	168

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1: Görüşmecilere ait bilgiler.....	56
Tablo 2: En çok izlenen bölümler.....	67

GİRİŞ

Toplum tarafından ötekileştirilen, toplumda görülmeyen ve duyulmayan bireylerin hayat hikâyelerini anlatan *Bana Göre Tv* YouTube kanalında yayınlanan “Katarsis X-tra” programı bu tez çalışmasının merkezindedir. Bu çalışmanın tasarlandığı, Mart-Nisan 2021 tarihinde aynı kanalda yayında olan “Geçecek mi?” programı da tez çalışmasının örneğine dahil edilmiştir. Ancak bu program, sadece 6 bölüm yayınlanmış ve devamlılığı olmamıştır. Yapım ekibi, yapılmış görüşmelerde çalışmalarını "Katarsis" ve "Katarsis X-tra" programlarına odaklayarak sürdürmekte olduklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle, yeterli veri bulunamadığı için "Geçecek mi?" programı bu tez çalışmasının örneğinden çıkarılmıştır. Bu çalışma tamamen "Katarsis X-tra" programına odaklanarak devam edecektir. Çalışmada, YouTube üzerinde dolaşımda olan programlara izleyicilerin verdikleri cevaplar YouTube yorumları üzerinden analiz edilmiş ve toplumda ötekileştirmenin hangi hatlarda ilerlediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Hikâyeler, yaşanan olayların veya deneyimlerin sözel olarak anlatımıdır. Hikâye anlatımı bir tür sosyalleşme, bilgi aktarımı veya eğlence kaynağı olarak antik çağlardan beri kullanılmıştır. Hikâyeler paylaşıldıkça insanlar birbirlerini daha iyi tanır, anlar ve birbirleriyle daha sıkı bağlar kurarlar çünkü birbirlerinin farklı bakış açılarını kavrarlar. “hikâyeler farklı düşünmenizi sağlar. Hayata farklı bakmanızı sağlar” (Seymour ve Gersie, 2017: 129) hikâye anlatımı bir kişiye ses verir, kendi yaşantısını, kimliğini anlatma, yani kendini olduğu gibi temsil edebilme şansı tanır. “Sözlü hikâye anlatımı geleneği, paylaşılan mesajlar oluşturarak ve bir kişinin duygu ve eylemlerini diğerlerine bağlayarak bireyleri bir toplulukla birleştirmenin bir yoludur” (Bailey, 2009). Bailey’nin bahsettiği birleştirme, ötekileştirme bağlamında ele alındığında hikâye anlatımı ötekileştirmenin ve ayrımcılığın görünür kılınmasında ve karşıt bir duruş geliştirilmesinde çok değerlidir ve etkilidir. hikâye anlatımı tarafların birbirlerini anlamasını mümkün kıldığı için her iki taraf için de yakınlaştırıcı, farklılıkların kabul edilmesi için yardımcıdır. Toplumda ‘farklılığın’ kabul edilmesi, karşılıklı bağ kurmanın temeli olabilir (Calhoun, 1995). Bu çerçevede, ötekileştirilen bireylerin hayat hikâyelerinin YouTube’da dolaşımda olması ve bu tabulaşmış konuların üzerine konuşuluyor olması incelemeye değer bir konudur.

Bu tez çalışmasının odaklandığı “Katarsis X-tra” programı YouTube üzerinde *Bana Göre TV* kanalında yayınlanmaktadır. Programı, uzman psikolog sıfatıyla Gökhan Çınar sunmaktadır. Programın konukları ise toplum tarafından ötekileştirilmiş bireyler olarak bir çatı altında toplayabileceğimiz seks işçileri, trans bireyler, cezaevi mahkûmları, çocuk gelinler, uyuşturucu bağımlıları gibi bireylerdir. Programa katılan konuklar çocukluklarından itibaren hangi koşullarda büyüdüklerini, ne gibi zorluklarla karşılaştıklarını, neden şu an o kişi olduklarını sunucu Gökhan Çınar’ın yönettiği sorularla birlikte açıklarlar yani hayat hikâyelerini izleyiciyle paylaşırlar. Günlük hayatta konuşulmayan, tartışılmayan bu hikâyeler bu program aracılığıyla dolaşıma girer ve topluma sunulur. Her bir bölümü 30-45 dakika arasında olan programlar 8-9 milyon arasında görüntülemeye ulaşmış, 10 bin üzerinde yorum almışlardır. Yani bu programlar YouTube platformu üzerinde normalde konuşulmayan konuları konuşulabilir, tartışılabilir kılmıştır. Daha önemlisi yorum yapan izleyicilerin programa dair tartışmaları, görüşleri, hissettikleri; izleyicinin ötekileştirmeyle yüzleşmesine verdiği cevaplar erişime açıktır. Bu tez çalışması tam olarak bu yüzleşme sürecini, buradan doğan yeni anlatım süreçlerini inceler, programın toplumda tabulaşmış ve üzerine konuşulmayan konuların konuşulabilir hale gelmesine sunduğu katkıyı araştırır. Yeni medyada bireylerin ürettiği sosyal etkileşime odaklanır. Bolter’in yeni medyanın kolektif eylem oluşturabilmesini tartışan çalışması, kolektif sosyal web sitelerinin ve uygulamaların bile sosyal yakınlaşmayı sağladığını, hatta bu yakınlaşmanın hikâyelere dayalı olduğunu ya da süreçlerin hikâye yarattığını belirtir. Bu anlatılarla insanların bir araya getirildiğini ve hak, adalet gibi konularda birlikte hareket ederek belirli bir amaca ulaşmaya çalıştıklarını anlatır (Bolter, 2019). Yani yeni medya ve yeni medya dinamikleri hayatımızın bir parçası olarak hayata bakış açımızı, ideolojimizi ve eylemlerimizi etkileyebilecek ve hatta bazen belirleyebilecek bir faktördür.

İzleyici ve ötekileştirilmiş özneler arasındaki diyalogun kurulmasını mümkün kılan dinamik yeni medya teknolojileri ve YouTube’dur. YouTube artık ana akım medyanın bir parçasıdır. Birçok markanın, sanatçıların, girişimcilerin, habercilerin, hatta televizyon kanallarının içeriklerini dağıtmak için kullandıkları platform hem üreticiye kazandırması hem de çok insana ulaşılabilmesi açısından çok tercih edilen bir platformdur ve her geçen gün popülerleşmektedir. Sonuçta YouTube artık geleneksel ve

yeni medya endüstrilerindeki formların ve pratiklerin bir arada var olduğu bir platformdur (Burgess, 2011: 14). YouTube'un bir diğer önemli özelliği ise seyircileri merkeze alan bir yapıya sahip olması ve hatta içerik üreticisi-tüketicisi arasında bir diyalog oluşturabiliyor olmasıdır. İzleyiciyi merkeze alan bu yaklaşım olmadan, insanların günlük hayatlarında medyayı nasıl kullandıkları düşünülmeden YouTube'un kültürel ve sosyal etkileri bir seri yanlış anlaşılardan ibaret olacaktır. (2011: 37) Bu araştırma, izleyici yorumlarının incelenmesi üzerinden ilerleyeceği için, YouTube'un seyircileri merkeze alan bir yapıya sahip olması ve hatta içerik üreticisi-tüketicisi arasında bir diyalog oluşturabiliyor olması araştırma için çok önemli detaylardır. Bu tez çalışması, tarafsız ve bağımsız bir platform olarak YouTube üzerinde izleyicilerin yaptıkları yorumlar üzerinden bu içeriklerin ötekileştirilmiş hayatlar hakkında toplumsal cinsiyet eşitliği, yoksulluk, vb. konularda farkındalık yaratarak önyargılar ve kalıp yargıları sorgulamasına ve bu hayatlarla yüzleşmesine nasıl imkânlar sunabildiğine odaklanmıştır.

Bu çerçevede, tez çalışmasının birinci bölümünde yeni medya çalışmalarının bağlamında YouTube ele alınmıştır. Yeni medya teknolojilerinin sunduğu imkanlar, günlük hayata entegre oluşu ve ortaya çıkarttığı yeni izleyici pratikleri açıklanmış ve yeni medyanın desteklediği yeni hikâye anlatım biçimleri incelenmiştir. İkinci bölümde ise popüler psikoloji ana başlığı altında bireylerin iyileşme arayışlarına, kişisel gelişim kitapları, spiritüel arayışlar, psikoloji temalı içerik üretimindeki artışlar üzerinden tartışılmıştır. Çalışmanın bulgular bölümünde, "Katarsis X-tra" programının detaylı bir betimlemesi, çalışmanın örnekleminde yer alan "Katarsis X-tra" programının "Katarsis X-tra - Mehtap Yılmaz: "Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!" ve "Katarsis X-tra: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha" bölümlerinin içerdiği hikâyeler ve örnekleme dahil olan yayınlandığı YouTube kanalı *Bana Göre TV*'nin ekibiyle yapılmış olan görüşmelerde elde edilen verilere yer verilmiş ve bu veriler analiz edilmiştir. Bir sonraki bölümde ise araştırmanın asıl veri kaynağı olan YouTube yorumları incelenmiştir. Yorumlar izleyicilerin anlatılarla kurduğu diyalogdur dolayısıyla bu araştırma için en kıymetli veri kaynağıdır. Tez çalışması için incelenecek video sayısı 2 ile sınırlandırılmıştır ve bu bölümler programın en çok izlenen bölümleri arasından seçilmiştir. Bu videolara gelen yorumların analizinde feminist post-yapısalcı

söylem analizi (FPSA) metot olarak kullanılmıştır. Bu analizlerle, programlardaki gerçek hayat hikâyelerinin izleyicide ne gibi yanıtlar doğurduğunun ve hikâyelerin ötekileştirilen bireylere yaklaşımı nasıl şekillendirdiğinin anlaşılması hedeflenmiştir. Çalışmanın son bölümü olan sonuç bölümünde ise çözümlenmeler doğrultusunda elde edilmiş bulguların değerlendirmesi yapılacaktır.

Bu tez çalışmasının literatüre sunacağı katkının niteliğini anlamak amacıyla Türkiye’de yazılmış Yüksek Lisans ve Doktora tezleri “ötekileştirme”, “damgalama”, “YouTube”, “hikâye anlatımı” ve “popüler psikoloji” anahtar kelimeleriyle taranmıştır. Literatürde daha önce Türkiye’de ötekileştirme ve damgalama ağırlıkla etnik azınlıklar (Önder, 2007; Öztürk, 2018; Doğan, 2019); farklı cinsel kimlikler (Aypar, 2014; Arayıcı, 2019) ve psikolojik hastalıklar bağlamında (Akman, 2021; Bakırcı 2022; Çilek, 2022) çalışılmıştır. Ancak ötekileştirme ve hikâye anlatımı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır, var olan çalışmalar ise edebi metinlerin analizi (Al-Husseini, 2019; George, 2020) şeklindedir. Yeni medyadaki hikâye anlatımı pratiklerinin izleyicideki karşılığının ise daha önce çalışılmadığı görülmüştür. YouTube konusunda ise YouTube’un bir alternatif medya platformu olarak geleneksel ana akım medyanın yerini alıyor olmasını tartışan tezlerin son yıllarla çalışıldığı (Kaya, 2019; Tekke, 2021; Yıldırım, 2022; Aykurt, 2022); YouTube’un aynı zamanda popüler kültür bağlamında ele alındığı (Tunçöz, 2022; Ünal, 2022) görülse de hikâye anlatıcılığı bağlamında sadece bir tez çalışması (Ökmen, 2021) bulunmaktadır. “hikâye anlatımı” ve “popüler psikoloji” anahtar kelimeleriyle yapılan taramalarda benzer çalışmalara rastlanmamıştır. Odağına Youtube’da yayında olan “Katarsis X-tra” programını ve programda anlatılan gerçek hayat hikâyelerini alan bu tez çalışması, yeni medyadaki hikâye anlatımı pratiklerinin izleyicideki karşılığının nasıl olduğunu anlamayı hedefler. İzleyicilerin deneyimledikleri duygulanımlar, yüzleşmeler de yine yorumlar üzerinden incelenmiş ve izleyiciler tarafından o içeriklere nasıl geri bildirimler veya cevaplar verildiği kavranmıştır. Aynı zamanda, bu içeriklerin anlatıcı özne tarafında çıktılarının nasıl olduğu değerlendirilmiştir. Çalışma, aslında modere edilen bu hikâye anlatımlarının anlatıcı için nasıl geri dönüşleri olacağını kavramaya çalışırken, farkındalık yaratma, yüzleşme, görünür kılma, dertleşme gibi temel noktalar üzerinde durmuştur. Bu noktaları etkileyen değişkenler olarak, yeni medya teknolojileri ve

YouTube dinamikleri, içerikteki ses, ışık kullanımı ve modere etme biçimleri, kullanılan hikâye anlatım pratikleri ve sunucu faktörlerinin de nasıl kullanıldığı ve sonuca ne gibi katkılar sunduklarını belirlemiştir. Tez çalışmasının sonunda, bu içeriklerin hem izleyicide hem de anlatıcıda yarattığı farkındalık ve duygulanımların anlaşılması öngörülmüştür.

Sonuç olarak, toplum tarafından ötekileştirilen bireyler üzerine yazılan edebi metinler yerine ötekileştirilmiş bireylerin kendi hikâyelerini anlatmalarını olanaklı kılan dijital içerikleri merkezine alan bu tez çalışması yeni medya teknolojilerinin mümkün kıldığı yeni hikâye anlatımlarının izleyicideki karşılığını inceleyerek özgün bir çalışma oluşturarak ve literatüre katkı sağlaması hedeflenmiştir. 2019 yılından bu tez çalışmasının sonuçlandığı Aralık 2023 tarihine kadar, Türkiye’de hem geleneksel medyada hem de yeni medyada insan psikolojisine ve bireylerin yaşam hikâyelerine odaklanan içerik sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. Geçen sürede, psikolog Gülseren Budayıcıoğlu’nun kitaplarından uyarlanan yedi dizi televizyonda yayına girmiş ve ulusal kanallarda en çok izlenen dizilerden olmuşlardır. Bu süreç tam da Covid-19 pandemi dönemiyle paralel ilerlemiştir. Eve kapanmaların başladığı, insanların evde geçirdikleri sürelerin uzamasıyla izleme süreleri ve biçimleri de değişmiştir. İnsanlar bu süreçte dijital platformlardaki içerikleri tüketmeye yönelmiştir. Pandemi sürecinin yarattığı güvensiz ortamın ve insanların yalnızlaşmasının ruh sağlığı üzerindeki etkisi barizdir. Bu araştırma çerçevesinde insan psikolojisine ve yaşam hikâyelerine odaklanan içerik sayısındaki ve aynı zamanda bu içeriklere olan ilginin artışı, pandemi süreci ve ruh sağlığıyla bağlantılı bir şekilde toplumsal gerçekliklerle ilişkilendirerek değerlendirilmiştir. İnsanların bu içeriklerdeki gerçekliklerle yüzleştğinde yaşadıkları duygulanımlar incelenmiş ve ötekileştirilmiş bireyler adına bireysel veya toplumsal bir farkındalık sağlayıp sağlamadığı irdelenmiştir. “Katarsis X-tra” örneğine odaklanılarak toplum tarafından ötekileştirilmiş bireylerin benlik sunumlarını içeren hikâyelerin nasıl anlatıldığı, setting/dekor, ses kullanımı, anlatıcıya yöneltilen sorular bakımından incelenmiş ve kullanılan tekniklerin izleyici ve anlatıcı arasında bir bağ kurulmasına nasıl katkı sağladığı tartışılmıştır. YouTube üzerinden yayınlanan programın ötekileştirilmiş kişilerin sesini duyurma ihtiyacını karşılayacak bir platform olarak nasıl varlık bulduğu sorgulanmıştır. YouTube üzerinde yapılan

yorumlarda izleyicinin kendini ifade etme şekli üzerinden izleyicilik yeniden tartışılacak, içeriğe, yani anlatılan hikâyeye, cevap verebilen izleyicilerin bu içeriklerde yüzleştikleri ötekileştirme karşısında kendilerini nasıl ifade ettikleri bu tez çalışmasında anlaşılmaya çalışılacaktır. Araştırmanın bulgularının, Türkiye’de yapılan yeni medya, ötekileştirme ve hikâye anlatımına dair çalışmalara katkı sunacağı düşünülmektedir.

1. BÖLÜM: YENİ MEDYA İMKANI OLARAK YOUTUBE VE TÜKETİMİ

İnternetin 1990'lı yıllarda sosyal yaşama dahil olması ve çok hızlı bir şekilde yaşamın her alanında aktif rol alması ile medyada ve iletişim alanında devrimsel değişiklikler yaşanmıştır. Binark, yeni medyayı gündelik yaşam pratiklerini dönüştüren, toplumsal yaşamın gereklilikleri ile kullanımı artan, bilgisayar, cep telefonu, internet ortamı ve benzeri tüm dijital teknolojileri kapsayan bir ana başlık olarak ele alır (2007: 21). Yeni medyayı daha iyi kavrayabilmek için yeni medyayı 'yeni' yapan özelliklere değinmek gereklidir. "Yeni medyanın, geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, sinema) ayırt edici temel özellikleri etkileşimli ve multimedya biçimine sahip olmasıdır" (Binark, 2007: 21). Bu temel özelliğin ötesinde, yeni medyada dijital veriler farklı medya platformları arasında kolayca aktarılır, yüksek miktarda veriyi depolamak ve bu veriyi aktarmak, dağıtmak daha kolaydır, uzaktan erişime açıktır ve veriler aktarım esnasında bozulmaya karşı daha dayanıklıdır (Creeber ve Martin, 2008: 2). Bu özellikler iletişimin eş zamanlı olmasını sağlamış ve gündelik yaşamda, kullanıcı deneyiminde anında karşılıklı iletişimi ve etkileşimi mümkün kılmıştır.

Ekim 2023 itibariyle dünya genelinde 5,3 milyar internet kullanıcısı bulunmakta ve bu da dünya nüfusunun %65,7'sine tekabül etmektedir; bu toplamın 4,95 milyarı, yani dünya nüfusunun %61,4'ü sosyal medya kullanıcısıdır (Statista, 2023a). Yani her gün milyarlarca insan nerede olduğuna, kim olduğuna, ne zaman olduğuna bakılmaksızın internet ortamında veri üretebilmekte (bu veri bir anlık mesaj, bir tweet, video ve benzeri şekillerde olabilir), birbirleriyle paylaşabilmekte, paylaşılan veriler üzerine yorum yaparak fikrini beyan edebilme ve anlık mesajlaşma uygulamalarıyla anında birbirlerine ulaşabilmekte, iletişim kurabilmektedirler. Günümüzde yeni medya teknolojileri ile kurulan küresel iletişim, geleneksel medya döneminde yaşamış bir kişinin hayal bile edemeyeceği sıklıkta, hızda, kalitede ve çoğu insanın maddi olarak erişebileceği fiyatlarla gerçekleşmektedir (Creeber ve Martin, 2008: 5).

Bassett, 1996 yılında yeni medya ve bilgisayar teknolojilerinin kamusal alanın doğasını dönüştürerek yeni seslerin çoğalması için yeni iletişim kanalları açma potansiyeli

olduğunu ve bu teknolojilerin daha az akademik, daha az elitist olan, daha erişilebilir dil ve söylem biçimlerinin kullanıldığı bir kamusal alan oluşturacağını öngörmüştür (1996: 519). Günümüz şartlarında bu öngörünün gerçekleştiği de rahatlıkla söylenebilir. Her türlü görüşün istenilen dilde ve şekilde herkesin erişimine açık bir şekilde paylaşılabilmesine, tartışılabilmesine olanak sağlayan yeni medya platformları ortaya çıkmış ve bu platformlar gündelik hayat pratiklerine hızlıca dahil olmuştur. Bu süreçle paralel olarak artan yeni medya kullanımını Bolter, bir “dijital bolluk” olarak tanımlar ve bu bolluğun sadece üretilen verilerin büyüklüğünden değil, aynı zamanda veriye erişim ve verinin çeşitliliğinden kaynaklandığını söyler. Çünkü bolluk, yüksek ve popüler kültürün, eski ve yeni medyanın karşıt görüşlerini, muhafazakar ve radikal toplumsal görüşlerin tamamını içinde barındırır (2019: 8). Yani yeni medya insanların kendilerini istedikleri biçimde ifade edebilecekleri bir alan yaratmış ve sunduğu teknolojik imkanlarla yeni anlatım biçimlerine olanak tanımıştır.

Kay (1990: 193), bilgisayarın kendi başına bir ifade aracı (the computer is a medium) olduğunu söyler. Bugün milyarlarca insan bu ifade aracı ve onun uzantısı olan mobil cihazları ile (cep telefonları, tabletler vb.) ile yeni medya platformlarında akşam yemeğinde ne yediğinden politik görüşüne, dinlediği müzikten güldüğü kedi videosuna kadar birçok veri paylaşmakta; bunun sonucunda tüm farklı görüşler aynı platformda toplanmaktadır. Tüm yeni medya platformları bir arada düşünüldüğünde olası tüm kültürel değerler aynı kaotik demin içerisinde birlikte var olur ve ayrımcılık yapılmayan son derece zengin bir medya kültürü ortaya çıkar (Bolter, 2019: 25). Yani yeni medya platformları kullanıcılarına kendini anlatabileceği yeni bir alan sunar.

Yeni medya platformları ile bağlantılı olarak değinilmesi gereken bir başka kavram ise Henry Jenkins’in Türkçe’ye yöndeşme ya da yakınsama olarak çevrilen *convergence* kavramıdır. Jenkins (2006: 19) yöndeşmeyi tanımlarken “içeriğin çeşitli medya platformları üzerinden akışını, çeşitli medya endüstrilerinin işbirliğini ve istedikleri türlü eğlence deneyimi arayışıyla neredeyse her yere gidebilecek medya izleyicilerinin göçebe davranışını kastediyorum” der ve yöndeşmenin “teknolojik, endüstriyel, kültürel ve sosyal değişiklikleri” kapsayan bir kavram olduğunu ekler. Özünde yöndeşme kavramı teknolojinin gelişmesi, dijital platformların artmasıyla medya içeriklerinin zamandan ve mekandan bağımsız bir şekilde tüketilmesiyle, hatta farklı medya araçları

kullanılarak tüketilebilme süreciyle ilişkili bir kavramdır. Jenkins yöndeşme kavramını ilk kullananın Ithiel de Sola Pool olduğunu söyler ve Pool'un *Technologies of Freedom* kitabından kitle iletişim araçları arasındaki çizgilerin belirsizleştiği, artık tek bir aracın birden fazla aracın sunduğu hizmetlerin tamamını sunabildiği, dolayısıyla medya tüketimi ve araç arasındaki bağın güçsüzleştiği detaylarını aktarır (Pool, 1983: 23'ten aktaran Jenkins, 2006: 28). Pool bu cümleleriyle aslında yöndeşme kavramının çerçevesini çizmiştir. Yöndeşme kavramı çeşitli dijital medya teknolojileri arasında değişen ve dönüşen ilişkiye işaret eder. Yılmaz (2021: 57) yöndeşmeyi, “kendi içinde eski ve yeni medyanın çarpıştığı; medya yapımcısı ve tüketicisinin ise sürekli bir iletişim, etkileşim halinde bulunduğu post modern bir üretim ve tüketim havzasıdır” şeklinde yorumlar. Yılmaz'ın bahsettiği ‘post modern üretim ve tüketim’ ifadesi, yeni medyada içeriklerinin tüketicilerinin aynı zamanda içerik üreticileri olmasını kasteder. Binark ve Löker (2011: 10-11), yöndeşmenin ve yeni teknolojik imkanların kullanıcıların içerik üretebilmesine olanak tanıdığını ve bu şekilde üretici bir kullanıcı kitlesi ortaya çıktığını söyler. Bu üretici-tüketici kimliği izleyicilik bölümünde daha kapsamlı şekilde ele alınmıştır. Yöndeşme medya araçlarıyla değil, insanların kendi tüketim tercihleriyle gerçekleşir. Medya içeriklerinin nasıl ve hangi kanaldan tüketileceği izleyicilerin benimsedikleri yöntemle bağlı olarak değişir. Yöndeşme “medya sektörlerinin çalışma mantığını ve medya tüketicilerinin haberleri ve eğlenceyi işleme mantığını değiştirir[...] Yöndeşme bir bitiş noktasına değil, bir sürece işaret eder” (Jenkins, 2006: 36). Bu süreçte, “Broadcast Yourself” sloganı ile televizyona özgürleştirici bir vaat ile alternatif üretebileceğini ortaya koyan platform olan ve bu çalışmanın odaklanacağı platform YouTube'dur.

YouTube, herkesin ücretsiz video paylaşabildiği ve izleyebildiği bir sosyal medya paylaşım platformudur. Amerikan kökenli ve Google'a ait olan platform, kendisi bir içerik üretmez sadece üyelerinin ürettiği içerikleri paylaşabilecekleri bir platform sağlar. YouTube, Lange (2007: 361) tarafından sosyal ilişkileri sürdürmek için kullanıcıların rastgele video görüntülemelerinden video paylaşımlarına kadar farklı şekillerde videolarla etkileşime girdiği halka açık bir video paylaşım sitesi şeklinde tanımlanır. YouTube bu özellikleri kullanımı çok basit bir arayüz ile kullanıcıya sunar, özel teknik bilgi gerektirmez ve herkesin rahatça kullanmasına olanak tanır. Böylelikle açıldığı ilk

günden itibaren hızlıca popülerleşmiştir ve günümüzde sadece sürekli büyüyen bir video arşivi değil, aynı zamanda bir sosyal alandır; günümüzdeki tüm kültürel etkileşimlerin, hem çatışmaların hem de fikir birliklerinin yer aldığı bir sanal topluluktur (Strangelove, 2010: 4). Bu gelişmelerle ana akım geleneksel medyayı dönüştürmüş; izleyicilik ve yayıncılık kavramlarına yeni boyutlar getirmiştir.

YouTube, Şubat 2005'te Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulan bir sitedir. Kurucuların temel hedefi “video yüklemeyi, paylaşmayı ve izlemeyi kolay ve ulaşılabilir hale getiren bir platform yaratma fikrine dayanmaktadır”, bu hedefle kurulan site Aralık 2005'te tüketici pazarına açılmıştır (Yılmaz, 2021: 126). Kolaylıkla sınırsız sayıda video paylaşma ve izleme imkanının yanı sıra, platformdaki profilleri takip etme, yorum yaparak diğer kullanıcılarla iletişime geçme, izlenen videoları linklerle başka web sitelerinde veya direkt bir mesaj olarak kolaylıkla başkalarıyla paylaşabilme imkanı sunar. Bu özellikleri sayesinde de çok kısa zamanda popülerleşmiştir. YouTube'un başarı hikâyesini Burgess şöyle özetler:

Bu hikâyede başarı anı, Google'ın YouTube'u 1,65 milyar dolara satın aldığı Ekim 2006'da geldi. Kasım 2007 itibariyle, İngiltere'deki en popüler eğlence web sitesiydi, o sırada BBC web sitesi ikinci sırada yer alıyordu ve 2008'in başlarında, çeşitli web ölçümlerine göre, sürekli olarak dünya çapında en çok ziyaret edilen ilk on web sitesi arasında yer alıyordu. Nisan 2008 itibariyle, bir önceki yıla göre on kat artarak YouTube 85 milyondan fazla videoya ev sahipliği yapmakta ve bu sayı katlanarak artmaya devam etmektedir (2009: 1-2).

Dönem dönem popülerleşip sonra popülerliğini kaybeden sosyal medya platformlarına karşın YouTube, o tarihten itibaren kullanıcı sayısını her geçen gün artırmıştır ve Ekim 2023 tarihi itibariyle 3 milyar aktif kullanıcı sayısı ile dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformu olan Facebook'tan sonra, 2,4 milyar kullanıcı ile ikinci sosyal medya platformudur (Statista, 2023b). Bu toplam kullanıcı sayısının 57.4 milyonu ise Türkiye'dendir (Ruby, 2023). YouTube aynı zamanda, aylık 3 milyar arama ile Google'dan sonra en çok kullanılan arama motorudur (Reach, 2020). İstatistiklere göre YouTube kullanıcıları her gün 1 milyar saatlik video tüketmekte ve bu rakam günlük olarak yaklaşık 5 milyar videoya karşılık gelmektedir (Ruby, 2023).

YouTube'un bir anda popülerleşmesinin birçok sebebi vardır. Bunlardan en önde gelen sebepler, sitenin kullanım kolaylığı, ilgili videolar önerileri ile kullanıcıya hep daha çok seçenek sunması ve linklerle YouTube videolarının başka platformlarda kolayca paylaşılabilmesidir. Platformu Karim'den Google satın aldıktan sonra platformun temel özelliği olan kolay kullanım ve sade tasarıma sadık kalmış, yıllar içerisinde pek çok farklı özellik ve hizmet sunmuş, yeni sunduğu hizmetleri kullanıcı deneyimlerine ve tepkilerine göre yeniden şekillendirmiştir (Yılmaz, 2021: 128). Yani platformun önceliği her daim kullanıcı deneyiminin kolaylığından yanadır. Bu popülerleşme sebeplerinin yanı sıra bir diğer sebep ise pek çok grubun YouTube gibi bir şeye hazır olmasıdır; o süreçte zaten Kendin Yap (do-it-yourself (DIY)) medyasının üretimini destekleyen uygulama toplulukları vardı ve bu video türlerini çoktan geliştirmişlerdi (Jenkins, 2009: 110). YouTube, hizmetlerini her zaman içerik paylaşımına odaklamış, gündelik yaşamı gösteren amatör videolara destek vermiştir. Bahsedilen amatör videoların üreticileri, aslında medya içeriklerinin tüketicileridir.

Bu bağlamda, YouTube, izleyicilik kavramını da bir dönüşüme sokmuştur. Kullanıcılar çeşitli zamanlarda ve farklı derecelerde hem izleyici, hem yapımcı, hem editör, hem dağıtımçı hem de eleştirmen durumundadırlar (Burgess, 2009: 82). İzleyicinin daha önce geleneksel medya ile kurduğu genellikle tek yönlü olan ilişki zamanla değişmektedir. Strangelove (2010: 5-8), izleyicinin geleneksel medya ile kurduğu ilişkiyi tek boyutlu olarak nitelendirir ve YouTube'un amatör videolarla yeni bir boyut kattığını; bu yeni boyutun da 'sen' yani izleyicinin sesi/yorumu olduğunu söyler. Ki bugün YouTube kendi hazırladığı 'hakkında' sayfasında "Misyonumuz herkese bir ses vermek ve onlara dünyayı göstermek. Herkesin söz sahibi olmayı hak ettiğine ve birbirimizin hikâyelerini dinlediğimizde, paylaştığımızda ve bu hikâyeler aracılığıyla topluluk oluşturduğumuzda dünyanın daha iyi bir yer olduğuna inanıyoruz" cümlesini kullanmaktadır (About YouTube - YouTube, n.d.). YouTube'un zaman içerisindeki dönüşümü, ana akım medya ile ilişkisi, hikâye anlatımına sunduğu imkanlar, yayıncılık ve izleyicilik kavramlarına kattığı yeni boyutlar ilerleyen bölümlerde tartışılmıştır.

Küresel olarak hızla gelişen YouTube'un Türkiye'de kullanımını da değerlendirmek bu tez çalışması için oldukça kıymetlidir. YouTube 2005 yılında kullanıma açıldığında, Türkiye için de kullanıma açılmıştır ancak platformun yerelleştirilip Türkçe desteği

sunması, 1 Ekim 2012’de gerçekleşmiştir. Mayıs 2013’te ise YouTube, YouTube İş Ortaklığı Programını Türkiye’de başlatarak, içerik üreticilerine hem daha fazla özellik sunmuş hem de reklam gelirlerinden pay sunarak bir gelir kaynağına dönüşmüştür ve bu vesileyle Türkiye’ye *YouTuber* kavramını tanıtmıştır (Aykurt, 2022: 64). Bu gelişmeyi takiben, 2017 yılında İŞKUR başlattığı bir gelişim ile YouTuberlığı gerçek bir meslek olarak tanımış ve Google işbirliği ile YouTuberlık eğitimleri vermeye başlamıştır (Yılmaz, 2021: 146). Türkiye’de YouTuberlığa dair bu imkanların geç sunulması mesleğin kurumsallaşmasını ve Türk YouTuberların ortaya çıkmasını diğer ülkelere göre biraz geciktirmiş olsa da, günümüzde milyonlarca aboneye ve izlenme saatine sahip birçok YouTuber ve yerel Youtube kanalı bulunmaktadır.

YouTube kullanımını hem üretici hem tüketici için destekleyen bu gelişmelere paralel olarak YouTube birçok kez erişime kapatılmıştır. Bu kısıtlamalardan ilki, 2007 yılında Yunanistan’dan bir kullanıcının Atatürk’e hakaret içeren bir içerik paylaşması üzerine yaşanmıştır (Yıldırım, 2022: 63). Bu video üzerine tartışmalar uzun bir süre devam etmiş ve 2010 yılında erişim engeli kalkmıştır. Ardından 2014 ve 2015 yıllarında tekrar kısa süreli erişim engelleri getirilmiştir. YouTube’un kısa ve uzun süreli dönemlerce erişilemiyor oluşu, platformun Türkiye’de popülerleşmesini ve kullanımının yaygınlaşmasını engellemiştir.

Bahsedilen popülerleşmeyi somutlaştırmak adına son dönemde yapılan araştırmalara başvurulmuştur. TÜİK (2022) araştırmasına göre internete erişimi olan hane oranı %94,1’e ulaşmıştır. DataReportal’ın 2023’ün ilk çeyreğinde yayınladığı verilere göre Türkiye, geçen seneye göre %0.6 artış göstererek 71.38 milyon aktif internet kullanıcısı sayısına ulaşmış, bu rakamın içinde 62.55 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ki bu rakam nüfusun %73.1’ine tekabül etmekte (Kemp, 2023). Yine aynı araştırma, Türkiye’de 57,90 milyon YouTube kullanıcısı olduğunu ve 2022 ile karşılaştırıldığında %0,9 artış yaşandığını göstermektedir. Bu verilerle YouTube, Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu konumundadır. We Are Social 2022 Türkiye: Sosyal Medya İstatistiklerine göre Türkiye’de kullanıcılar YouTube’da 18,5 saat geçirmekte (Kemp, 2022). Kullanıcıların online içerik tüketimlerini işaret eden bir başka veri ise online aboneliklerde %26,4 ile en yüksek yüzdeyi film veya dizi izleme platformlarının taşıyor olmasıdır (TÜİK, 2022). Son olarak YouTuberlar ile ilgili verilere gelindiğinde

BoomSocial verileri 23 milyon 800 bin abone ile en fazla aboneye sahip kanalın netd müzik olduğunu gösterir. BoomSocial verilerine göre 1 milyondan fazla aboneye sahip 150'den fazla Türk YouTube kanalı vardır. Bu tez çalışmasının örnekleme aldığı “Katarsis X-tra” programının yayınlandığı *Bana Göre TV* adlı kanalda 1.5 milyon takipçisiyle bu listede yer almaktadır.

Türkiye’de YouTube’u odağına alarak yazılmış Yüksek lisans ve doktora tezleri Yök Tez Merkezi verileri üzerinden incelendiğinde, eğitim ve öğretim, hukuk, işletme, sosyoloji, gazetecilik ve halkla ilişkiler gibi birçok alanda 2012’den bu yana YouTube’un çalışılmış olduğu görülür. Son 5 yılda yazılan YouTube ile ilişkili tezler tarandığında en çok çocuklar ve YouTube ilişkisi (Özdel, 2019; Özkonuk, 2019; Aksu, 2020; Salkaya, 2020; Kamacı, 2021; Apak, 2022; Çubuk, 2022; Karakaya, 2022; Göksu, 2023; Demirel, 2023; Yaman,2023), eğitim sürecinde YouTube (Gülmez, 2019; Nazlı, 2019; Alorfahlı, 2020; Tüken, 2021; Balkaya, 2022; Kanat, 2022; Karayaz, 2023; Ceylan, 2023; Yavaş, 2023) alternatif gazetecilik bağlamında YouTube (Kaya, 2019, Demirel, 2021; Nazlı, 2021; Saç, 2022; Çelikli, 2022; Aykurt, 2022; Yıldırım; 2022; Pulurluoğlu, 2023), markalar, tüketim ve tüketici alışkanlıkları bağlamında YouTube (Çolak, 2018; Yolcu, 2019; Bayrak, 2019; Başer, 2020; Demircan, 2020; Aydın, 2021; Kızıl; 2021; Şebekoğlu, 2021; Göçer, 2022; Helvacı; 2022, Mavi, 2022, Saticı, 2022; Ayvaz, 2023) ve hikâye anlatıcılığı ekseninde YouTube (Ökmen, 2021; Kosal, 2023; Yedekçi, 2023) gibi konuların işlendiği görülür.

1.1. KENDİNİ ANLATMA İMKANI OLARAK YOUTUBE

“Hikâyeler, dünyayı anlamlandırmak için insanların tüm yaptıklarıdır” (Ökmen, 2021: 74). hikâyeler, insanlık tarihi kadar eskidir demek yanlış olmaz çünkü hikâyeler insanın anlatma ihtiyacından doğar. Her coğrafyanın ve her çağın kendine ait hikâyeleri vardır. hikâyeler birbirlerinden beslenirler, etkilenirler ve devam ederler. Başlangıçta bellek aktarımını amacıyla ortaya çıkan sözlü anlatılarla başlayan hikâye anlatımı pratikleri tarih ilerledikçe tekniklerini değiştirmiş ve dönüşüme uğramıştır. En başta kullanılan sözlü anlatı, sonra yazılı anlatı ve günümüzde ise dijital anlatı bu dönüşümle ilişkilendirilecek en temel başlıklardır. Yüzyıllardır devam eden bu dönüşüm yolculuğu

sözel anlatılardan, ilk el yazmalarına, zamanla şiirlere, romanlara, sinemaya, televizyon dizilerine, radyo programlarına kadar uzanır ve içinde bulunduğumuz yüzyılda dijital platformlarda yayınlanan videolar, tweetler, kısa hikâyeler olarak hayata dahil olurlar. Ancak coğrafyadan ve zamandan bağımsız olarak hikâyeyi hikâye yapan üç element vardır; anlatıcı ve onun bakış açısı, karakterler ve olay örgüsü (Randall, 1999) ve bir hikâyenin üç ana unsuru bulunur: Anlatıcısı, dinleyeni ve içerik. Bu çalışma kapsamında, yeni medya hikâye anlatımı pratiklerine ilişkin anlatıcının bir yayıncı olarak, dinleyicinin ise bir izleyici olarak dönüşümleri YouTube odağında ele alınmaktadır.

YouTube odağına gelmeden önce anlatma eyleminin üzerinde durmak bu tez çalışması açısından kıymetli olacaktır. İnsanlarda her zaman anlatma içgüdüğü ve ihtiyacı vardır. İnsanlar bilgiyi birbirlerine iletme isterler. Olup biteni birbirlerine aktarmak, öğrenmek ve anlamak isterler, o konudaki fikirlerini ve duygularını paylaşmak isterler. Storr (2020) anlatıların insanı insan yapan şey olduğunu belirtir, anlatılarla toplumlarda doğru-yanlışların belirlendiğini, insanların birbirlerine umut verdiğini ve anlatıların hayatımızın her yerinde olduğunu; gazetelerin, mahkemelerin, bilgisayar oyunlarının, şarkıların, günlük konuşmaların anlatılardan oluştuğunu belirtir. Dolayısıyla anlatma eylemini ve anlatı kavramını hayatın her boyutunda ve her tarihsel döneminde görmek mümkündür. “Anlatı kavramı edebiyat dışında psikoloji, sosyoloji, ilahiyat, siyaset gibi birçok alanda yaygın biçimde kullanılır” ve ister sözlü ister yazılı ister performans şeklinde olsun bunların hepsi birer anlatıdır (Tatlı, 2021: 137). Anlatıya, kendini anlatmak ve psikoloji bağlamında bakıldığında anlatmak insanların kendi hikâyelerini, düşüncelerini, duygularını ve fikirlerini kendilerine özgü bir şekilde iletmelerini sağlayan bir eylemdir. İnsanlar duygularını paylaşmaya ve anlatmaya ihtiyaç duyar çünkü duygular insan deneyiminin doğal ve önemli bir parçasıdır. Duyguları paylaşmak, bireylerin duygularını sağlıklı bir şekilde işlemesine ve yönetmesine yardımcı olur. Bireylerin kendi kimliklerini geliştirmelerine, özgüven oluşturmalarına ve benzer ilgi ve bakış açılarını paylaşan diğer kişilerle bağlantı kurmalarını sağlar. Daha da önemlisi kendini anlatmak, bireylerin duyguları sağlıklı bir şekilde işlemesine ve salıvermesine olanak tanıyan bir terapi şeklidir.

Hikâyeler YouTube gibi dijital mecralara ulaşana kadar bir değişim sürecinden geçmişlerdir. Hikâyelerin ortaya çıkışı konusunda farklı görüşler mevcuttur. Fulford, hikâyelerin insanların dünyayı açıklama arzusundan ortaya çıktığını ileri sürer (Fulford, 2014: 68'den aktaran Gülnar ve Şener, 2021: 161). Çevresinde olup biteni anlamak ve açıklamak isteyen insanların anlattıklarıyla ilk hikâyeler ortaya çıkmıştır. Aynı başlangıç için William Storr başka bir bakış açısı ortaya koyar. Storr (2020), hikâyelerin ortaya çıkışını beynimizin kontrol etme ihtiyacı üzerine kurar. Beyin ancak çevresindeki dünyayı doğru anlayarak onu kontrol edebilir. Dolayısıyla çevresini anlamak ve açıklamak zorundadır; bu da onun sürekli meraklı ve beklenmeyene hazır bir yapıya sahip olmasında etkindir. Beyin dünyayı anladıktan sonra açıklar ve kendisine yeni bir kontrol edilebilir, basitleştirilmiş model inşa eder. Bu modeller hikâyelerdir yani insan beyninin dünyayı kontrol edilebilir hale getirmek için kullandığı bir araçtır. Bahsedilen iki farklı yaklaşımın da özünde çevresinde olan biteni anlamlandırma çabası bulunmaktadır. Altuntaş (2021: 93) ise insanların doğdukları andan itibaren çevrelerini anlatılan hikâyelerle deneyimlediklerini, hikâyelerle toplumsal değerleri öğrendiklerini, kendi karakterlerini şekillendirdiklerini, kültürel miras aktarımı olduğunu ve hatta bireyin kendisini yeniden keşfettiğinden bahseder.

Hikâyelerin çok önemli toplumsal bir işlevi vardır; kişiler arası bağ kurmak. İnsanlar, deneyimlerini paylaşımlarına ve başkalarıyla kişisel düzeyde bağlantı kurmalarına olanak sağladığı için hikâyelerini anlatmayı severler. Bireyler hikâyelerini paylaşarak duygularını ifade eder, geçmişleri üzerine düşünür ve sonucunda kendilerini de daha iyi anlayabilirler. Dinleyiciler iyi anlatılmış bir hikâyenin dramından, mizahından veya geriliminden etkileneceği için hikâye anlatımı aynı zamanda bir eğlence biçimidir. İnsanlar hali hazırda birbirlerinin hikâyeleriyle ilgilenir çünkü hikâyeler başkalarıyla kişisel düzeyde bağlantı kurmanın bir yoludur. Birinin hikâyesini dinlemek, onun bakış açısını, deneyimlerini ve değerlerini anlamaya yardımcıdır. Ayrıca, o kişiyle daha derin bir düzeyde ilişki kurmaya ve empati ve şefkat geliştirmeye olanak sağlar. Zak (2014) çalışmasında, bir hikâyenin dinleyicinin dikkatini çekmesi durumunda dinleyicinin hikâyedeki karakterlerle bağ kurduklarını, hikâyeden sonra anlatıcının duygularının dinleyici tarafından sahiplenildiğinden bahsetmiştir. Yani hikâyeler insanların duygularını paylaşmasında etkin rol oynar. Hatta iyi anlatılan hikâyelerde dinleyicilerin

olayların bir parçası haline geldikleri ve “beyin hareketlerinin anlatıcıyla senkronize olduğu ortaya konmuştur” (Stephens et al. 2010: 14427’den aktaran Altuntaş, 2021: 95). Bu çerçevede hikâyeler, hem kişinin etrafındaki dünyayı anlamlandırması, tanınması hem kendini tanınması, doğruyu yanlış öğrenmesi hem de başka kişilerle ortak duyguları paylaşarak derin bağlar kurmasında önemli bir yere sahiptir.

Bu anlamlandırma arayışları ortamında pek çok hikâye ortaya çıkmıştır ama sözlü gelenekte ortaya çıkıp günümüze kadar gelen ve toplumu etkilemiş ilk hikâye örnekleri mitlerdir. Onlar “başlangıçtaki olayları anlatan”, her şeyin nasıl var olduğunu, nasıl oluştuğunu anlatan ve gerçek olarak kabul gören kutsal hikâyelerdir (Eliade, 2020’den aktaran Tatlı, 2021). Hikâyelerin yolculuğunda mitlerin ardından efsaneler, masallar ve halk hikâyeleri gelir. Bu hikâye türleri zamanla daha dini konuları kapsayan, tanrılardan bahseden ve olağanüstü olaylara yer veren içeriklere sahipken, bu zamanla yerini seküler anlatıya, günlük yaşam meselelerine ve dünyevi kahramanlara bırakmıştır. Sözlü kültüründen gelen tüm bu türlerde hikâyeler sözel olarak nesilden nesile aktarıldığı için hatırlamayı kolaylaştırıcı tekrarlar ve kalıplardan oluşmaktaydı. Bu hikâye geleneğini kıran ve değiştiren önemli gelişme matbaadır. Matbaa ve basılı hikâyeler dinleyici ve anlatıcının bir arada olması zorunluluğunu kaldırmış ve hikâyeyi ezberlenebilir olma zorunluluğundan kurtarmıştır. Bir diğer önemli değişiklik ise sözlü gelenekte hikâyeler ses dünyasında matbaadan sonra hikâyeler görselleşmiştir (Ong, 2003). Bu şekilde anlatımın yapısı değişirken içinde bulunduğu kültürü de dönüştürmüştür ve dönüştürmeye devam eder (Tatlı, 2021: 3). Dönüşümlerin sonucunda hikâyenin son formatı dijital hikâyelerdir¹.

Hikâyeler temel elementlerini dijital dönemde kaybetmemiştir ancak bir takım dönüşümler geçirmişlerdir. Dinlemek veya okumak yerine izlemeyi tercih eden yeni kuşak sayesinde bellek videolar aracılığıyla aktarılır (Ökmen, 2021: 73). İzlenen hikâyeler oldukça çeşitlidir, kamera karşısında sözlü hikâye anlatımından zengin multimedya içeriklerine, profesyonellerce üretilmiş televizyon dizilerine, müzik videolarına kadar genişletilebilir (Alexander, 2011: 83-84). İzlenen hikâyeler yani videolar, geleneksel medya kanallarında veya sinemada yayınlanan içerikleri de

¹ Alexander (2011: 3) dijital hikâyeleri, basitçe dijital teknolojilerle hikâye anlatmaktır diye tanımlar ve dijital hikâyelerin, cyber kültürün malzemesinden inşa edilen anlatılar olduğunu söyler.

kapsıyor olsa da bu çalışma yeni medya ve sosyal medya sınırlılıkları içerisinde ilerlemektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, dijital hikâyeleri paylaşmak için en sık kullanılan yerlerdendir. Yeni medya hikâyeleri sosyal medya platformlarında paylaşılan videolar/görsel içerikler olarak ele alındığında, içeriklerin bu platformların sunduğu imkanlar ve algoritma hesaplamaları doğrultusunda şekillendiğini söylemek değerlidir. Bunu açmak için sosyal medya platformlarında içerikler için getirilen süre kısıtlaması (Instagram hikâyelerinde 10 saniye sınır, reels videolarında 1 dakikalık sınır gibi), Twitter'daki bir tweet için tanımlanan karakter sınırı veya her platformda daha çok izlenme alabilmek için uyulması gereken algoritma kuralları örnek verilebilir. Genellikle hikâyeleri kısaltmaya yönelik olan bu kurallar hikâyelerin de kısalmasına neden olmuştur ve form değiştirmesiyle sonuçlanmıştır (Ökmen, 2021: 68). Bir diğer kritik değişim ise izleyicinin içerikle etkileşime girebiliyor olmasıdır. İzleyicinin izlediği videolara yorum formunda veya yeni videolarla verdiği cevaplar vasıtasıyla yeni içerikler dolayısıyla anlatılar üretilir. Bu şekilde, eskiden sözlü hikâye anlatıcısına kahkahalarla, sessizlikle veya gözyaşıyla tepki veren seyirci gibi anlatıcının ortaya koyduğu hikâyeye izleyiciler de katkı sağlar (Alexander, 2011: 85). Bunların ötesinde hikâye anlatımındaki, klasik giriş-gelişme-sonuç kalıbı da değişmiş hikâyeye ortadan başlama, önceden hikâyeden fragmanlar paylaşma, konu üzerine parodiler çekme gibi pratikler de hikâye anlatımlarına dahil olmuştur (Ökmen, 2021: 82).

Hikâye anlatımlarının geçirdiği bu dönüşümler sonucunda çevrimiçi hikâyeler daha hızlı ilerleyen, çarpıcı, ilgi çekici, kolay anlaşılır ve kısa sürede duygu yoğunluğunun fazla olduğu bir hal almıştır. Sosyal medya platformlarında yayıncının takipçi/abone sayısı gibi kaygıları olduğundan daha bireysel, izleyiciyle birebir bağ kurabilecek nitelikte içerikler tercih edilir hale gelmiştir. Bireysel anlatılar insanları spesifik konular etrafında bir araya getirmeyi mümkün kılar. Özetle, farklı sosyal medya formları hem bireysel kimlik inşası (kendi hikâyenin anlatımı) hem de politik veya sosyal katılım (kolektif bir hikâye anlatmak) için uygun bir ortam sunar (Bolter, 2019: 178-179). Bu bağlamda, geleneksel medyanın sınırlılıklarının ötesinde anlatılan dijital hikâyeler farklı konuları merkezine alabilir ve daha önce dinlenmemiş hikâyeleri dinleyicisine aktarabilir.

Sosyal medya platformlarının yükselişi, bireylere kendilerini küresel bir izleyici kitlesine ifade etmeleri için yeni ve heyecan verici yollar sağlar. Kişinin kendini ifade etmesi ve hikâyesini anlatması için en popüler platformlardan biri, küçük bir video paylaşım sitesinden büyük bir içerik oluşturucu haline gelmiş ve büyük bir izleyici kitlesine sahip olan YouTube'dur. Bu sitenin kişinin kendisini ifade etmesinin bir yolu olarak nasıl çalıştığını ve modern kültürü nasıl etkilediğini kavramak bu tez çalışması için değerlidir. YouTube, içinde bulunduğumuz yıllarda hikâye anlatmak için en çok kullanılan platformlardan biridir. YouTube herkese açık bir platform olarak herkesin kendi hikâyelerini anlatmasına olanak sunar ve anlatılanları büyük bir kitleye ulaştırma potansiyeli taşır. Anlatıcının fikirlerini paylaşması, bir topluluk oluşturması ve hatta reklam ve sponsorluklar yoluyla gelir elde etmek için güçlü bir araç niteliğindedir. Öte yandan, platformda hali hazırda bulunan çok miktarda anlatının içinden öne çıkmanın zor olabileceğini ve başarılı bir kanal oluşturup büyük bir kitleye ulaşıp kişinin sesini duyurmasının genellikle çok fazla zaman, çaba ve azim gerektireceğini de belirtmek gerekir.

Kendini ifade etme temel bir insan ihtiyacıdır ve YouTube, bireylere düşüncelerini, fikirlerini ve yarattıklarını dünyayla paylaşmaları için bir platform sağlar. Smith (2020), bu teknolojiden şöyle bahseder “Gezegendeki hemen hemen herkesin görsel mesajları sadece görmesini ve izlemesini değil, aynı zamanda kendi mesajlarını oluşturup milyarlarca izleyiciyle paylaşmasını sağlayan bir teknoloji geliştirdik”. Bu sistemin bir parçası olarak YouTube, herkesin kanal açmasını ve hikâyesini anlatmasını mümkün kılar. Bu şekilde YouTube, başka türlü keşfedilme, duyulma ve dinlenme şansı olmayan kişilerin seslerini duyurmalarına olanak tanır. Çünkü platform, bir takım etik çerçeveler belirlemiş ve nefret söylemine yer vermeyen bir sistem kurmuş olsa da platformda yayın yapacak kişilerin dinleri, etnik kökenleri, kimlikleri sorgulanmaz. Normalde ana akım medyanın yer vermeyeceği hikâyeler bu platformda yayınlanabilir ve sesini duyurmak kendisini ifade etmek isteyen kişiler kendilerine bu platformda yer bulabilir.

YouTube'un hikâye anlatımlarında önemli bir rol oynamasıyla ilişkili olarak ‘herkese açık’ oluşunun altının çizilmesinin sebeplerinden biri de ötekileştirilmiş kişilerin de seslerinin duyulması için bir alan sağlıyor olmasıdır. YouTube videoları farklı geçmişe, kökenlere sahip insanların anlamlandırmasına ve cevap olarak yeni anlamlar üretmesine

açıktır (Papacharissi, 2014: 116). Bu bağlamda YouTube'un daha demokratik bir anlatı platformu olarak öne çıktığı söylenebilir. YouTube, insanların hikâyelerini ve deneyimlerini paylaşmalarını, benzer deneyimlere sahip diğer kişilerle bağlantı kurmalarını sağlayarak, bir topluluk ve dayanışma ortamı oluşturur. Bu topluluk ortamı, hikâyelerini anlatan kişilerin başkalarını bulmalarına ve onlarla anlamlı bir bağlantı kurmalarına olanak tanır, kendilerini günlük yaşamlarında ötekileştirilmiş hisseden veya yalnızlaştırılmış bireyler kendilerini anlatma ve diğerleri tarafından dinlenme şansı bulurlar. Ayrıca YouTube, birçok içerik üreticisi için bir gelir kaynağı haline gelmiş ve bu kişilerin tutkularını tam zamanlı kariyere dönüştürmelerine olanak sağlamıştır. Jean Burgess ve Joshua Green'in (2018) belirttiği gibi, YouTube, içerik üreticilerinin reklam, sponsorluk ve ürün satışları yoluyla para kazanabileceği yeni bir çevrimiçi video ekonomisi yaratmıştır. Bu şekilde, YouTube kişilerin hikâyelerini anlatırken ve ürettikleri içerikten para kazanmalarına olanak tanıyarak, kendilerini ifade etmeleri, seslerini duyurmaları ve bununla birlikte finansal bağımsızlıkları için yeni alan sunmuştur.

Sonuç olarak YouTube, bireylerin düşüncelerini, fikirlerini ve ürettiklerini küresel bir izleyici kitleyle paylaşmalarını mümkün kılan güçlü bir kendini ifade etme aracı haline gelmiştir. Platform, ötekileştirilmiş sesler için bir topluluk ve dayanışma duygusu sağladı, yaratıcıların çalışmalarından para kazanmalarına imkan tanıdı ve modern kültürü önemli şekillerde etkilemiş YouTube başkalarıyla iletişim kurma, bağlantı kurma, paylaşma ve kişinin kendisini ifade etme şeklini değiştirmiştir.

1.1.1. YouTube Platformunun Ortaya Çıkışı, Dönüşümü ve Yayıncılık Pratikleri

YouTube, site kullanıcılarının içerik üreticisi ve yayıncı konumunda olduğu bir web sitesidir. Geleneksel medyanın aksine YouTube, online platformlarda kendilerine özgü içerikler yayınlayan bireyler sayesinde kullanıcılarına kendi fikirlerini paylaşmalarına imkan sağlar (van Dijck, 2013: 152'den aktaran Yıldırım, 2022: 37). Kullanıcılar, yaşanan teknolojik gelişmelerin sonucunda kameralı cep telefonlarının ve taşınabilir video kameraların yaygınlaşmasıyla özel bir ekipmana ihtiyaç duymadan çekim

yapabilmektedirler. Bu da profesyonel çekimlere ihtiyaç duymadan kişinin kendi anlatım diliyle kendi günlük yaşamını, bilgisini ve görüşlerini yansıtan içerikler üretebileceği anlamına gelir. YouTube tam olarak bu videolara ev sahipliği yapmak üzere yola çıkmış ve kurulduğu ilk dönemde sloganını ‘Dijital Video Deponuz’ (Your Digital Video Repository) olarak belirlemiştir, ardan kısa bir süre sonra bu sloganı ‘Kendini Yayınla’ (Broadcast Yourself) olarak değiştirmiştir (Burgess, 2009: 4). Yani sıradan vatandaşların hikâyelerine, gündelik yaşam anlatılarına ve bir adım ötesinde geleneksel medyada yer verilmeyen görüşlere bir mikrofon uzatmış ve seslerinin duyulabilmesi için bir platform yaratmıştır. Strangelove (2010: 9), bu durumu “Tüm devinimli videodasınız, yayın kalitesine her zamankinden daha yakınsınız ve YouTube’da veya başka bir web sitesinde görünme olasılığınız her zamankinden daha yüksek” cümlesiyle yorumlamıştır. YouTube, kelimenin tam anlamıyla şöhret ve servete ‘kendini yayınlamanın’ bir yolu olarak efsaneleştirildi (Burgess, 2009: 22). Bu değişim Aykurt’a göre (2022: 66), geleneksel medyanın sunduğu tek taraflı, kısıtlı üretim ve tüketim alanının karşısında yer alarak medyayı ‘sen, siz’ konumuna taşımıştır. Lewis’e göre (2020: 205) insanların YouTube üzerinde yayın yapmalarının kolaylaşması, YouTube’un kendini ana akım medyaya karşı bir alternatif olarak konumlandığını gösterir. Video içerikleri için kişisel bir depolama alanı olan web sitesi fikrinden, herkesin kendini ifade etmesi için bir web sitesi fikrine geçiş, YouTube’u Web 2.0’ı karakterize eden kullanıcı liderliğindeki bir devrim fikriyle bağdaştırır (Grossman, 2006b’den aktaran Burgess ve Green, 2009: 4). Bu kullanıcı liderliği fikriyle paralel olarak her yılın Aralık ayında o senenin ses getiren ismine ‘yılın adamı’ unvanıyla kapak sayfasında yer veren Time dergisi, 2006 yılı Aralık ayı sayısının kapağında yılın adamı olarak ‘sen’i (you) seçmiş ve video izlenen bir bilgisayar ekranı görseliyle birlikte yayınlamıştır. Görselin altına ise “Evet, sen. Bilişim çağını sen kontrol ediyorsun. Kendi dünyana hoşgeldin.” cümlesine yer vermiştir. Aynı zamanda YouTube’u yılın icadı olarak seçen dergi, siteyi internet devriminin son halkası olarak işaret etmiştir (Aykurt, 2022: 60).

YouTube’un sıradan insanların günlük hayatlarını paylaşabilecekleri bir platform sağlaması izleyicinin daha önce şahit olmadığı bir içerikle karşılaşmasını sağladı. Daha önce gördüğü içeriklerdeki ana karakterler her zaman ünlü oyuncular, şarkıcılar, artık

ana karakter kendisi olmuştur. Sıradan insanların gündelik yaşamlarından kesitlerin paylaşılması ve izleyicinin kendisini bu yeni içeriklere yakın hissetmesiyle kısa zamanda YouTube popülerleşip daha çok izleyiciye sahip olmuştur. Kısa süre içerisinde izleyici sayısı artan platformu geleneksel medya kanalları da kullanmaya başlamıştır, bu sürecin detayları aşağıda detaylı bir şekilde işlenmiştir.

Platform bu yeni anlatılara ev sahipliği yapmanın ötesinde sunduğu kolay erişim ve kullanıcı katılımı imkanlarıyla da dikkat çekmiştir. Kolay erişim kapsamında üye olan veya olmayan tüm kullanıcılara tüm videolar açıktır, video linklerinin farklı sitelerde kolayca paylaşılması videoların daha fazla izleyiciye ulaşmasını mümkün kılar. Bir yandan da YouTube'un 'ilgili videolar' başlığıyla video önerilerinde bulunması hem videoların daha çok insana ulaşmasını kolaylaştırır hem de kullanıcıların sitede daha uzun sürelerde vakit geçirmesini sağlar. Öbür yandan, televizyon sektörünün izleyicileri kontrol etmeye ve seçeneklerini sınırlayıcı doğasının tersine, YouTube içerikleri kullanıcılar ne zaman ve nerede isterlerse o zaman izlenebilmektedir (Strangelove, 2015). Kullanıcı katılımı ise temelinde yorum yapmaya dayanır ancak; videoyu beğenme, beğenmeme, yapılmış bir yorumu beğenme/beğenmeme veya yoruma cevap verme seçenekleri bulunur. Kullanıcılar bu imkanlarla tükettikleri içerik hakkında fikirlerini dile getirebilir, yorumlar aracılığıyla birbirleriyle görüşlerini tartışabilir ve topluluklar oluşturabilirler. Site, yayın benzeri etkinlikleri desteklese de, bazı kullanıcılar için site, farklı izleyicilerle ve arkadaşlarla tartışma, yanıt verme ve etkileşimle ilgilidir (Lange, 2007a'dan aktaran Burgess, 2009: 34). Geleneksel medya iletişim araçlarında sınırlı olan veya hiç bulunmayan bu imkanların sunulması kullanıcı sayısını hızla artırmıştır, platform Google'a satılmış ve ardından YouTube'un popülaritesini paraya çevirmek için şirketler çeşitli öneriler sunmaya başlamıştır. Her geçen gün artan kullanıcı sayısı YouTube videolarında reklam geliri ve promosyon potansiyeli doğurmaktaydı; yani şirketlere hem tanıtım imkanı hem de görünürlüğü artırmayı vadediyordu (Yıldırım, 2022). Bununla birlikte işletmeler kullanıcıları daha çok video paylaşmaya ve platformda daha fazla zaman geçirmeye teşvik etmekteydiler (Chiang ve Hsiao, 2015: 87'den aktaran Yıldırım, 2022: 46). Bu ortamda, yükselen kullanıcı sayısının ve platformun sunduğu potansiyeli kullanarak Google, reklam almaya başladı.

Kim (2012: 56), YouTube'un Google'dan sonra yaşadığı dönüşümü anlatırken "Pre-Google Era" ve "Post-Google Era" kavramlarını kullanır. Bu iki dönemi birbirinden ayıran temel farkın; Google öncesinde platformun çoğunlukla kullanıcılar tarafından üretilmiş amatör içeriklerden oluşması ve reklamsız bir ortam sunması ancak Google'dan sonra reklamlı bir ortamda profesyoneller tarafından üretilmiş videoların yer alması olduğunu söyler. Google YouTube'u satın aldıktan sonra videoların üzerine banner reklamlar koymaya başlamış ve gelirini içerik üreticileriyle paylaşmaya başlamıştır. Bu şekilde YouTube, kullanıcılarına ürettikleri içerikler sayesinde para kazanmalarına olanak veren bir ticari ortama dönüşmüştür (Arthurs, Drakopoulou ve Gandini, 2018). YouTube'un bir gelir kaynağı haline gelmesi amatör içerik üreticileri için güzel bir gelişme olsa da aynı zamanda reklam verenlerin aklını karıştıran bir detaydır; reklamcılar reklamlarının düşük kaliteli amatör içeriklerin yanında gözükmesini istememektedir (Kim, 2012: 54). Bu iki gelişme, YouTube'un gelir kaynağı olması ve reklam verenlerin amatör videoları tercih etmemesi, ana akım medyada yayınlanan, profesyonellerce üretilmiş içeriklerin YouTube'a geçişinin yolunu açtı.

YouTube'un geçirdiği bu dönüşüm süreci, geleneksel medya izleyicisinin azaldığı ve geleneksel medyanın bir tehdit karşısında olduğu bir döneme denk gelir. YouTube, en başından beri bloglar gibi diğer web sitelerine içerik yerleştirmek için araçlar sağlamasıyla hiçbir zaman kapalı bir sistem olarak işlemedi (Burgess, 2009: 66). Televizyon programlarının YouTube'a geçiş sebeplerini Andrejevic (2009) şöyle sıralar; yeni reklam geliri imkanı, telifli eserlerin korunma şansı, YouTube'un oluşturduğu tehdit ve medyayı kontrol etme isteği. Lotz (2014: 7), izleyicinin kendi izleme deneyimini kontrol etmesindeki artan yeteneğinin, endüstrinin "izleyicilerin televizyon programlarını ne zaman, nerede ve nasıl izlediği konusunda artan kontrol isteği" ile bir tezatlık oluşturduğunu söyler. İzleyici seçimi ve kontrolü arttıkça, endüstrinin üretim ve dağıtım uygulamalarını değiştirmesi zorunlu hale gelmiştir (Strangelove, 2015: 11). Bu noktada YouTube ve televizyon yayınları, birbirini kullanan ve birbirinden faydalanan platformlara dönüştüler. YouTube kullanıcıları tarafından ana akım medyaya geçiş için bir basamak olarak kullanılmakta; ana akım medya ise YouTube'u kendi programlarını kısa fragmanlarla yayınlamak için kullanmaktaydı (Kim, 2012: 54-55). Bu

kullanım şeklinde iki taraflı bir kazanç söz konusuydu. Ana akım medya için YouTube'u kullanmak hem reklamlardan dolayı bir kazanç kaynağı oluşturuyor hem de kendi programlarını farklı bir kanaldan dağıtma ve yeni bir izleyiciye tanıtma şansı elde ediyorlardı. YouTube ise profesyonel içeriklerle daha fazla reklam alma potansiyeline sahip olurken bir yandan da ana akım medya izleyicilerini de platforma çekebiliyordu. Bu şekilde YouTube da televizyon yayıncılığını taklit etmeye; profesyoneller tarafından üretilmiş videolara ev sahipliği yapmaya ve reklamlı bir izleme deneyimi sunmaya başladı.

Sosyal medya üzerinde kullanıcılara canlı yayın (live stream) yapma imkanı sunan ilk platform Twitch, 2014'te 'in kuruldu. Ardından 2015 yılında aynı imkanı sunan Periscope ve YouNow platformları kuruldu. Bu gelişmeleri takiben YouTube da kullanıcıların platformda canlı yayın yapabilmelerine ve izleyebilmelerine olanak tanıyan YouTube TV'yi tanıttı. 2017 yılında kullanıma sunulan bu özellik aynı zaman da 'Super Chat' ile desteklenerek yayın yapan kullanıcının bu yayından para kazanabilmesine olanak tanıdı. Chat aracı izleyicilere canlı yayın esnasında birbirleriyle konuşup yorum yapma imkanı sunarken Super Chat ise izleme esnasında maddi destek yapılmasını mümkün kılan bir sistemdir. Yapılan canlı yayınlar, üreticisinin kararına bağlı olarak sonradan erişime açık bir şekilde paylaşılabilir ve yayın sonrasında da izlenmeye devam edebilir, reklam alıp kazanç elde etmeye imkan sağlayabilirler.

Amatör kullanıcılar da (özellikle para kazanma hedefiyle içerik üretenler) artık kendi ürettikleri içeriklerin daha profesyonel bir görünüme sahip olmasını istemektedirler ki günümüzdeki mobil kameraların veya cep telefonu kameralarının gelişimi ile daha erişilebilir hale gelmesi de kullanıcılara bu konuda yardımcı olmuştur. Bunun sonucu olarak şu anda YouTube üzerinde profesyonel içerikler amatör içeriklerden daha fazladır. Jenkins (2009:110) YouTube ile ilgili devrim niteliğinde olan şeyin, kitle iletişim araçlarının alıntılındığı ve yeniden dağıtıldığı bir site olması olduğunu söyler. Artık YouTube sadece kullanıcıların günlük hayatını paylaştığı, sıradan yaşamın izlendiği, amatör videolarıyla dikkat çeken bir platform olmaktan uzaklaşmış; televizyon programlarının, onlara benzer üretilmiş YouTube programlarının, müzik videolarının, spor kanallarının, haber kanallarının ve bunun gibi daha birçok farklı konulu içeriğe ev sahipliği yapan bir tür televizyona dönüşmüştür. Kar amacı güden iş

planının yürürlüğe girmesiyle ‘Kendini Yayınla’ (Broadcast Yourself) sloganı, ‘Ne Olursa Yayınla’ (Broadcast Whatever) halini almıştır (De Aguilera et al., 2019: 9). Evrensel bir izleyici kitlesine sahip olduğu için YouTube, artık bir kitle iletişim aracıdır (Castells, 2009: 55’den aktaran Kim, 2012:62). Başta bir alternatif medya platformu olarak değerlendirilen YouTube, zamanla ana akım medyanın bir parçası haline gelmiştir. Ana akım medyanın kapsamı, YouTube’un ne olduğu üzerinden tanımlanmaktadır, YouTube’un yavaş yavaş kültürel kamusal alana da temel bir öge olarak dahil edildiği söylenir (Burgess, 2009: 36). Ana akım medyanın temsil ettiği yerleşik/temel söylemler, önceki dönemlerde olduğundan daha az hegemoniktir ve bu nedenle ahlaki tartışmalar üzerinde daha az sınırlama gücüne sahiptir (Gregg, 2008’den aktaran Burgess, 2009: 20). Günümüzde televizyonda/ana akım medyada yer alamayan/almayan fikirler, kimseler, problemler YouTube’da sesini duyurabilir ve yine YouTube’da kullanıcılar konu üzerine tartışabilir. YouTube bu tartışmalara bir alan sağlar.

Bir yandan, bu medya geçiş süreci, radikal tarihsel kırılmalar olarak anlaşılmalıdır, daha ziyade, kültür, medya ve toplum tarihinde bazı var olan sabit pratiklerin yeni gelenlerle yarıştığı çalkantılı bir süreç olarak düşünülmelidir (Burgess, 2009: 14). Bu çalkantılı sürecin sonunda televizyon izleyicisi azalmış ancak yok olmamış ve YouTube tarafında da amatör sistem yerine daha çok televizyonu taklit eden profesyonel bir sistem ortaya çıkmıştır ancak o da amatör videolarını tamamen kaybetmemiştir. Bu izleyici kaybının somut bir örneği olarak 2023’te yapılan araştırmaya göre ABD nüfusunun %35.9’u 2023 yılı itibariyle televizyon yayınından vazgeçmiş ve kablolu yayın üyeliklerini iptal etmişlerdir (“19 Cord Cutting Statistics & Trends in 2023 [the Dusk of TV],” 2023). YouTube kullanımının artışını somutlaştıracak örnekler de mevcuttur; yapılan araştırmalarda 2020-2024 yılları arasında YouTube Premium üyeleri 8 milyon artış göstermiş, tüm internet kullanıcılarının %62’sinin her gün YouTube’ta zaman geçirdiği saptanmış, 2014-2020 aralığı 2020-2023 aralığıyla karşılaştırıldığında YouTube’a her dakika yüklenen video süresinde %40 artış görülmüştür (Shepherd, 2023). Bu değişimin sadece sayılarla ifadesinin ötesinde, aslında televizyon algısının değiştiğini belirtmek önemlidir. Televizyon artık yetkili, düzenli üretim sistemleriyle veya tek bir cihazla ilişkilendirilmez; televizyon artık çeşitli üretim sistemlerinden

yayılan, tüm türleri ve anlatı biçimlerini bünyesinde barındıran ve birden çok ekran türüyle ve her türden elektronik cihazla ilişkilendirilebilen görsel içeriktir (Strangelove, 2015: 13). Dolayısıyla ‘Broadcast Yourself’ sloganıyla yola çıkan YouTube'un televizyona dönüştüğü süreçte ilk önce kendi yapısının değişime uğrayarak televizyonu taklit eden bir sisteme geçiş yaptığını ve aynı süreçte televizyon kavramının/algısının tamamen değiştiğini söylemek mümkündür.

1.2. BÖLÜM İZLEYİCİLİK PRATİKLERİ VE YOUTUBE TÜKETİMİ

Kitlesele iletişimin bireyler üzerindeki etkisi kültürel çalışmaların önemli araştırma başlıklarından birisidir. İzleyici çalışmaları çatısı altında toplayabileceğimiz bu araştırmalar izleyiciyi aktif olarak görür ve ne kadar aktif olduğunu anlamaya çalışır. Bu araştırmalar çerçevesinde, izleyicilerin iletişim araçlarıyla ne yaptığı anlaşılmasına çalışılır (Stevenson, 2008: 131). Kitle iletişim araçları ve medyanın toplum üzerinde oluşturduğu etkilere dair halihazırda var olan çalışmaları yetersiz bulan Kültürel Çalışmalar ekolü o dönemde en önemli medya aracı olan televizyona odaklanarak değerli çalışmalar ortaya koymuştur (Turner, 2016: 157'den aktaran Altıntop ve Bak, 2022: 118). Tarihsel sırasıyla Stuart Hall, David Morley ve Ien Ang çalışma alanına kıymetli katkılar sunmuşlardır. İzleyicilerin içerikleri nasıl tükettiklerini anlayabilmek adına alımlama analizi teknikleri geliştirilmiştir. Alımlama, medya tüketicisinin medya içeriği ile ilgili yaptığı okumalar, yorumlar, ürettiği anlamlar ve kavrayışları kapsayan bir pratiktir (Çağlar, 2018: 163). Alımlama analizi ise içeriklerin ürettikleri anlam ve izleyicilerin ürettikleri anlam arasındaki bağı anlamaya çalışan bir methoddur (Çağlar, 2018: 163). Yani izleyici çalışmaları, izleyicinin bir içerikten çıkarttığı anlamları yeniden anlamlandırma çabasıdır.

Alımlama çalışmaları, metin çözümlemeleri üzerinde çalışan Stuart Hall'un televizyonu düşünerek geliştirdiği kodlama-kodaçımı (encoding/decoding) kuramına dayanır. Medyayı ideolojik bir kurum olarak kabul eden Hall, medyanın hakim ideolojileri normalleştirerek topluma aktardığını ve bu şekilde hegemonik söylemleri güçlendirdiğini öne sürer. Ancak bu noktada izleyicinin izlediği medya içerikleriyle ne yaptığını ve izlediklerini nasıl anlamlandırdığını anlayabilmek kritik bir rol oynar.

Kodlama-kodaçımı kuramı tam olarak bu noktada devreye girer; medyanın ideolojik işleyişinin karşısında “bireyin kendi öncelikleriyle anlam dünyalarını inşa etme” (Akgün ve Arık, 2021: 115) sürecini anlamaya çalışır. Çalışmaların ilk döneminde “iktidarla ilişkilendirilmiş ve sınıfsal bir yaklaşımla analiz pratikleri” (Çağlar, 2018: 162) geliştirilerek izleyicinin politik, ekonomik, sosyal ve ideolojik arka planına göre çoklu okumalar yapılır, çoklu anlamlar çıkartılır. Hall, okumaları hakim okuma, muhalif okuma ve uzlaşmacı okuma olarak üç ana başlık altında toplar. Hakim okumada, hakim ideolojinin istediği gibi bir alımlama süreci söz konusudur; izleyicinin daha pasif olduğu söylenebilir. Muhalif okumada izleyici aktarılan mesajın (dolayısıyla hegemonik fikrin) farkındadır ve bilerek reddeder. Son olarak uzlaşmacı okumada ise izleyici mesaj ile tartışır; anlamaya çalışır, sorgular; hem kabullenmeye hem de reddetmeye yatkındır. Mutlu bu durumu şu şekilde özetler, “kod açımı edilgen değil, etkin bir süreç olduğu için bu ‘yeğleme’ kodlayıcıların iktidarının bir güvencesi değil, bir iktidar girişimidir; yani kod açımı sırasında izleyicinin pazarlığa oturacağı bir tekliftir” (Mutlu, 1994: 220’den aktaran Akgün ve Arık, 2021: 115). İzleyicinin belirleyici bir güce sahip olduğu bu sistemin temeli Hall tarafından bu şekilde atılmış ve sonrasında da bu zemin üzerinde ilerlemişlerdir.

İlk dönemlerde Hall’un attığı temel doğrultusunda yürütülen araştırmalarda cinsiyet, dini yapı, ekonomik sınıf ve milliyet gibi kriterler göz önünde bulundurularak analizler yapılmıştır. David Morley, Stuart Hall’un ortaya koyduğu okuma yöntemlerini uygulasa da yaptığı çalışmalar sonucunda bu yöntemlere bir eleştiri getirmiştir. İzleyicilerin sadece cinsiyetine, dini inanışına, ekonomik sınıfına göre okumalar yapılmasının yeterli olmadığını çünkü aynı ekonomik sınıfa, dini görüşe veya milliyete sahip olan izleyicilerin aynı mesajı farklı şekilde anlamlandırabileceklerini ve durumun aslında çok daha karmaşık olduğunu ve daha fazla faktörün hesaplamalara dahil edilmesi gerektiğini ifade eder (Çağlar, 2018: 163). Morley’e göre her metin hakim okumaya açık değildir ve metinler herkese aynı anlamı vermez; metindeki anlam kendi içeriğinin ötesinde dışarıdan yüklenen yeni anlamlarla belirsizleşir (Altıntop ve Bak, 2022: 121). Yani izleyicinin anlamlandırma sürecini bir matematiksel formüle oturtarak anlamaya çalışmak doğru bir yöntem değildir.

Ien Ang ise izleyici çalışmalarını feminizm ile birleştirdiği çalışmasıyla alana ses getirmiştir. O dönemde oldukça popüler olan Amerikan dizisi Dallas'ı odağına alarak yürüttüğü çalışmada Ang, dizinin neden küresel çapta popüler olduğunu açıklama çabasıdadır. Akademik çevre tarafından eleştirilmekte olan diziyi severek takip eden izleyicilerle görüşmeler yaparak kitle motivasyonunu anlamaya çalışmıştır. Diziyi neden takip ettiklerini soran Ang, izleyicilerin diziyi “duygusal açıdan gerçekçi buldukları” için izlediklerini öğrenmiştir (Altıntop ve Bak, 2022: 129). Dizi ataerkil toplum yapısını yansıttığı için kadın izleyicilerin kendi günlük yaşamlarından kesitler yakalayıp, karakterlerle benzer duygular hissediyor olması mümkündür ancak bu izleyici çalışmaları bağlamında yeterli bir araştırma değildir ve bilimsel veri sunmaz. Fakat bu çalışmanın üzerine yapılan geliştirmeler; ataerkil topluma başkaldıran kadın figürlerin yer aldığı içeriklerin kadın izleyiciler için daha çekici olduğunu ve bu durumun yayıncılar için de faydalı olduğunu ortaya koymuştur (Altıntop ve Bak, 2022: 129). Bu araştırmalar hem kadın izleyici kitlesinin ataerkil toplum yapısına karşı bir başkaldırı arayışı içinde olduğunu hem de eril bir bakış açısıyla üretilen bu medya içeriklerinin çokça izlenmesiyle kendisinin de ataerkil iktidarı dolaylı olarak desteklediğini gösterir.

Daha güncel araştırmalara bakıldığında, internetin günlük hayata dahil olmasıyla izleyicinin çok daha aktif bir konumda olduğu tartışılmaz bir gerçektir. İzleyiciler kendileri fotoğraflar, videolar, metinler paylaşarak üretici konumuna geçmiş ve internet ortamında yayıncı ve yorumcu gibi kimliklere sahip olmuşlardır. Dolayısıyla hem üretici hem de tüketicidir; izlediğinden çıkardığı anlamları direkt yorum olarak paylaşabilmektedir. Morley, ‘netizen’ yani internet vatandaşı kavramını tanıtmıştır. Bu kavramla, yeni medya imkanlarıyla “aktif ve inaktif iletişim biçimlerini” kullanan izleyicileri kasteder (Morley, 2006: 25’ten aktaran Çağlar, 2018: 163). Gelişen teknolojiler bu yeni izleyicinin tüketim sürecini ve içerikleri anlamlandırma sürecinin takibini oldukça kolaylaştırmıştır.

Sonuç olarak, izleyici çalışmaları çerçevesinde izleyici aktif olarak görülmektedir. Metinlerden farklı anlamlar çıkartmakta; ekonomik sınıfına, milliyetine, ırkına veya cinsiyetine göre çoklu okumalar yapabilmektedir. Okumalara dair birçok yöntem, bakış açısı üretilmiş ve bunlara karşı eleştiriler üretilmiştir. Bu okumalar bahsedilen gruplara göre kesin sınırlılıklarla ayrıştırılamasa da okuma şekilleri bir çerçevenin içerisinde

ve sınırsız farklı okumadan söz edilemez (Kellner, 2011). Bu çalışmanın kapsamında izleyici pratiklerinin dönüşümü ve ardından YouTube izleyiciliği ele alınmıştır.

1.2.1. İzleyicilik Pratikleri

İletişim biçimleri ve pratiklerini değiştirip dönüştüren, 1990'lı yılların başından 2020'lere kadar süren en az 30 yıllık bir teknolojik gelişim süreci yaşandı. Halen devam etmekte olan bu gelişim süreci iletişime dair tüm süreçleri etkilediği gibi izleyici pratiklerinde de etkili oldu. İletişimin dijitalleşmesi, interaktifleşmesi ve kişiselleşmesi özellikle kitle iletişimi başlığı altında sürdürülen tüm süreçleri ve pratikleri dönüştürdü. Bu değişimler bağlamında ortaya çıkan sosyal etkileşimler izleyicilik pratiklerini de biçimlendirdi (Berfin ve Çetin, 2016: 25). Dönüşüm sonucunda iletişimin öznesi halinde olan kitle yeni bir kimlik kazandı; içeriklerin üreticisi oldu, sesini duyurabileceği ve içeriklere anında cevap verebileceği bir alana sahip oldu. Bu alanla birlikte kamusal alan da değişti ve dönüştü (Parsadanova, 2020: 20). Bahsedilen değişim süreci, 1990'larda internet teknolojisinin bireylerin kullanımına açılması, 2000'lerde sosyal medya platformlarının ortaya çıkışı ve yaygınlaşması ve sonrasında bu teknolojilerin akıllı telefon veya tabletler gibi taşınabilir cihazlara taşınması gibi ana başlıklarla özetlenebilir. Akıllı telefon ve sosyal medya kullanımının artmasıyla bireyler arası iletişimin, bilgiye erişimin ve hatta geleneksel medya içeriklerine erişimin her an mümkün olması iletişim süreçlerini tamamen değiştirdi. Televizyon, bilgisayar, tablet, akıllı telefon tüm bunlar bir televizyon haline geldi (Parsadanova, 2020: 20). İzleyici pratikleri, zamansal ve mekansal sınırlılıklarını aştı, izleyicilik kitlesel bir pratik olmanın yanında öznel bir boyut da kazandı. Son 10 yılda, sosyal medya platformları kendilerine has dijital içeriklerle yeni bir yayın biçimi ortaya çıkartarak yeni bir eğlence biçimine dönüştü ve televizyon yayımının yerine geçmeye bir adım attı; izleyici özellikle anlatsal metinleri ve eğlence programlarını dijital mecralardan takip etmeyi tercih etti (Özgün ve Treske, 2021; 113-114). Dijital platformlar hem Netflix, Hulu veya Disney+ gibi izleyicinin dizi, film veya eğlence programlarından istediğini istediği zaman ve istediği yerde izlediği hem de YouTube, Instagram, TikTok gibi izleyicinin zamandan ve mekandan bağımsız izleme olanaklarının dışında kendisinin içerik üretip

yayınlayabilme ve izlediği içeriğe anında yanıt verip başka izleyicilerle iletişim kurabileceği platformlardır. Bu platformların geleneksel medya platformlarından izleyicilik bağlamında önemli bir diğer farkı ise dijital medya platformlarının bireysel izleyici hareketlerini, beğenilerini takip edebiliyor oluşudur; bu farkla izleyici ana sayfasında genellikle kendi beğenilerine özel içerikler gördüğü farklı bir izleme deneyimi yaşar.

Bu çalışmanın örneğine aldığı “Katarsis X-tra” programı gibi daha uzun içeriklerin yayınlandığı YouTube, Netflix ve benzeri dijital platformlar bağlamında izleyici pratiklerinden bahsetmek gerekirse, öncelikle bu dijital platformların televizyonla karşılaştırıldığında daha farklı bir izleme deneyimi sunduğu söylenmelidir. Televizyonda yapılan yayın, yayın organının belirlediği saatlerde ve şekilde (örneğin reklam aralarıyla), toplu bir şekilde izlenir. Toplu izlemeyle kasıt hem farklı noktalardan aynı yayının kitlelerce izlenmesi hem de bir evde aynı salonda ailenin bir araya gelmesine işaret eder. Yani televizyon yayını her zaman kitlesel bir izleyici kitlesiyle karşı karşıyaydı. Keza sinema da aynı şekilde, aynı içeriğin belli yayın saatlerinde toplu şekilde bir izleme deneyimi sunar. Bu bağlamda izleyici kavramı bireylerin sosyo-kültürel kimlikleri ile birlikte düşünülmelidir (Berfin ve Çetin, 2016: 27). Ancak Fiske ve Hartley (2003: 80) izleyici ekran karşısındayken sosyo-kültürel kimliklerin ve farklı statülerin önemli olmadığını farklı statülerden insanların aynı içerikleri izleyebildiğini söylerler. Öte yandan izlediklerinden anladıkları ve çıkarttıkları anlamlar farklı olabilmektedir. Dijital platformların sağladığı bir yenilik ise izleyicilerin yayın saatlerinden ve mekanlarından bağımsız olarak, hazır programlardan kendi istediğini seçerek izler. Tek başına veya bir grupta izleyebilmeleridir. Kullanıcılar Netflix üzerinden ‘watch party’ özelliğiyle birden fazla hesap aynı anda farklı yerlerden aynı şeyi izleyebilir. Yeni medya geleneksel medyada olmayan yeni bir özellik daha vardır: İnteraktivite [etkileşimsellik]. Bu özellikle izleyici “yeni iletişim yolları ve biçimleri” keşfeder ve izleyici aktivitesi artar (Erdal, 2017: 56). İnteraktivite ile izleyicinin yayın üzerindeki kontrolü artmıştır. Basit bir örnek olarak izleyici yayını istediği zaman durdurabilir ve başlatabilir. Bu şekilde izleyici yayına müdahale edebilen daha aktif bir konuma gelmiş ve evin bir odasında toplanılarak yapılan toplu televizyon izleme etkinliği daha bireysel bir pratiğe dönüşmüştür (Öztürk, 2020: 31). YouTube ise

izleyicilerin anında izlediklerine yorum yapabildikleri bir ortam sunarak interaktif izlemeyi bir adım öteye taşıdı. YouTube üzerinde yorumların tüm izleyicilerle paylaşıldığı, yorum bölümünde tüm izleyicilerin birbirleriyle konuşabildiği farklı bir izleme ortamı mevcuttur.

İzleme eyleminin kitlesel bir eylemden bireyselle dönüştüğü noktada içerik üreticileri ve dolayısıyla içerikler de etkilenmiştir. Televizyon kanalları kamu kuruluşları ve özel kanallar olarak ikiye ayrıldığında; kamu kuruluşları kamuya fayda sağlama hedefiyle içerik üretmek ve özel kanallar da reklam gelirlerini hesaplayarak daha geniş bir kitle hedefleyerek içerik üretmek zorundadır (Özgün ve Treske, 2021; 117). İzleyicilik kitlesel bir pratikten bireysel bir pratiğe dönüştüğü noktada ise yayıncının veya içerik üreticisinin kamusal fayda veya geniş hedef kitle gibi odak noktaları ortadan kalkmıştır. Dijital televizyon, son derece rekabetçi, ticari, çok platformlu ekosistem olarak televizyon içeriklerinin önündeki ulusal engellerin kaldırılmasına yol açmıştır (Parsadanova, 2020: 20). Bu şekilde içerikler daha çok izleyiciye ulaşabilir hale gelmiştir ve bu sebeple kişisel ilgiler göz önüne alınarak, daha küçük bir kitleye hitap edecek olsa da geleneksel medyada benzeri olmayacak şekilde tasarlanmaya başlamışlardır ve izleyicinin dikkatini orijinallikleriyle çekmeye çalışmaktadırlar. Dijital platformlar çeşitli özel ilgilere hitap eden, daha önce benzeri yapılmamış ve sayıca fazla olan içeriklerle seçimi izleyiciye bırakır ve zamandan mekandan bağımsız izleme deneyimiyle izleyiciyi kendine çeker. “Bu noktada izleyici, bir yayın kuruluşunun belirlediği programlara uymak zorunda değil, içerik sınırlılıklarına veya reklam geliri hedeflerine göre üretilmiş içeriklerin ötesinde bir çeşitliliğe erişebilir durumdadır. İzler kitle de neyi izleyelim sorusu yerine neyi, ne zaman, nerede ve nasıl izleyelim sorusu ön plana çıkmaya başlamıştır” (Öztürk, 2020: 50). İzleyici pratikleri geleneksel medyanın sunduğu medya tüketim kalıplarının ötesine geçmiştir.

Kişinin bireysel olarak izlemek istediğini seçebiliyor olması izleyiciler arasındaki güç ilişkilerini de etkiler. Morley (1986) ve Ang (1996) izleyici pratiklerinin izleyici grubundaki güç dengeleriyle yönetildiğini, gruptaki baskın kişinin kararlarının uygulandığını; örneğin ev halkı içerisinde aile reisi olarak babanın tercihlerinin izlendiğini söylerler. Bu çerçevede dijital platformlarda yayınlanan içeriklerin farklı ekranlardan izlenebiliyor oluşu evin salonundaki tek bir ekran üzerinde kurulan güç

ilişkilerini değiştirebilir niteliktedir. Hatta yukarıda verilen örnek üzerinden bakıldığında aile reisi babanın seçtiklerinin izlendiği tablo yerine annenin ve çocukların da kendi ekranlarında kendi tercihlerini seyrettiği bir tablo çizilebilir. Dolayısıyla annenin ve çocukların içerik tercihleri farklı programlar için talep oluşturur. Zaten dijital platformlar her bireye özgü bir hesap oluşturma seçeneğini bu mantıkla sunuyor. Tek bir abonelik içinde birkaç hesap oluşturarak aile üyeleri veya arkadaş grupları kendi istedikleri içerikleri seyredebiliyorlar. Bu durum YouTube’da hikâye anlatımı kısmında bahsedilen ‘demokratikleşme’ fikriyle bağdaştırılarak ele alınabilir. YouTube’da herkes içerik üretebiliyor ve farklı sesleri duyulabiliyorsa, bunun bir sebebi de izleyicilikteki demokratikleşme ve güç ilişkilerinin değişmesidir. Çünkü geleneksel medya içeriklerinin dışında farklı içerikler tüketmeyi tercih edenler dijital platformların sağladığı zamandan ve mekandan bağımsız izleme olanağıyla istedikleri içeriklere erişebiliyorlar ve izleyebiliyorlar. Yani izleme pratiklerindeki güç dengelerinin değişimi alternatif içeriklerin izlenmesine ve farklı seslerin duyulmasına destek olmuştur.

İzleme ortamındaki ve izleme pratiklerindeki bu değişim izleyici kimliğinde de değişikliklere sebep olmuştur. İzleyici hem içerik üreten, izledikleri üzerinden anlam üreten ve bunu paylaşabilen aktif bir pratik gerçekleştirir (Öztürk, 2020: 51). Öte yandan Özgün ve Treske (2021: 124-125) eskiden izleyicinin çift katmanlı olduğunu; bir yandan izleyen ve izlediğine tepki veren bir kalabalık ve bir yandan da istekleri, değerleri ve arzularıyla içerik üreticilerinin odağı olan hayali bir kitle olduğunu söyler. Dijital platformlar bu izleyici katmanlarını oldukça değiştirmişlerdir. Artık izleyici bir kitle değildir, her hareketi ve beğenisi dijital platformlar tarafından takip edilebilen bireylerdir. Dijital platformlarda izleyiciler kendi beğenilerine, görüşlerine ve ilgilerine göre içerikler seçer ve izlerler. Bu seçim ve tercih süreci platform tarafından izlenir ve içerik üreticilerine iletilir. Bu şekilde üreticiler program tercihleri, izleme oranları ve kategoriler gibi detaylı verilere sahip olurlar ve bu veriler ışığında içerik üretirler. Algoritmaların da desteğiyle izleyici sürekli önüne sevdiği, izlemek istediği programlar sunulan, zamandan ve mekandan bağımsız seçimler yapabildiği için kendisini daha özgür hisseden ancak kendisine sürekli yeni içerikler sunulan ve bir izleme döngüsü içine hapsolmuş bir kimliğe bürünmüştür. Kaplan (1987), televizyonun izleyicisini doygunluk vaadi vererek ancak bu vaadi sürekli erteleyerek ekran karşısında tuttuğunu

söyler. İzleyici sürekli yeni dizi bölümü bekler, reklamların bitmesini bekler, diğer kanaldaki programda akli kalır şekilde izler televizyonu ve sürekli ertelenen bir doygunluk hissi yaşar. Öte yandan dijital platformlarda sevilen tercih edilen programların hep öne çıkmasıyla, her hafta yeni bölüm beklemeden ardarda izleme şansı ve reklamsız izleme sistemiyle izleyici doygunluk hissine daha kolay ulaşır. Dolayısıyla dijital platform izleyicileri izleme sürecinin kontrolü tamamen kendisinde gibi hissetse de aslında sürekli yeni içerikler üreten algoritmalar, arka arkaya başlayan yeni bölümlerle o da bir bakıma platformun kontrolü altındadır. İzleyici kitlesi artık bir kitle olmasa da beğenilerine göre kategorilere ayrılmış özneler olarak anılır. Bu bağlamda izleyici etkinlikleri de kitlesel bir hareketten bireysel tercihlere dönüşmüş ve televizyonun ötesine geçen bir pratik halini almıştır (Berfin ve Çetin, 2016: 37).

2019 Aralık ayında Çin'in Vuhan şehrinde tespit edilen Covid-19 virüsü küresel bir krize sebep olmuş ve medya tüketim biçimlerini de etkilemiştir. Uzun vadede ekonomik yavaşlama, artan enflasyon, işsizlik, devlet bütçesinin incelenmesi, ulusal borcun artması, yaşam korkusu, sosyal güvenliğin kaybedilmesi, genel bir tehlike ve izolasyon duygusu (Hudíková et al., 2021: 91) gibi problemlerin ortaya çıkmasına neden oldu. Covid-19 pandemi süreci insanlar üzerinde olumsuz etkilerle anılacak olsa da doğurduğu çeşitli yeni ihtiyaçlarla da birçok teknolojinin hızlıca gelişmesine ve yaygınlaşmasına sebep oldu. Hızlıca değişen, gelişen ve yayılan teknolojilerin büyük bir kısmını iletişim teknolojileri oluşturduğu söylenebilir.

Öncelikle ekran karşısında geçirilen süre oldukça arttı; televizyon satışlarında bir önceki seneye göre %12.9 artış gösterdi, televizyon programları daha çok izlendi, özellikle kullanıcıların her yerde ve her zaman istediklerini izlemelerine izin veren dijital platformlar oldukça popülerleşti (Parsadanova, 2020: 146). Kişisel tercihlere içerik sunan dijital platformlar daha çok tercih edilir hale geldi, insanların içerik tüketimi ve talebi de arttı. Pandeminin başında hem ulusal hem de uluslararası birçok kurum arşivlerini dijital platformlar üzerinden kullanıcıya açtılar. Film festivalleri de dijital ortamlara taşındı, bu şekilde film pazarı da online platformlara taşınmış oldu (Parsadanova, 2020: 148). Sinemaların da kapalı olduğu süreçte dijital platformlardaki bu etkinlik yoğunluğu internette geçirilen süreyi de uzattı; internette günde ortalama 7 saat, sosyal medya platformlarında ise ortalama 3 saat geçirdi (OMD Türkiye'den

aktaran Özlem, 2020: 882). Chapek, 2019'un sonunda piyasaya sürdükleri Disney + için 2024 yılında 60-90 milyon civarında aboneye sahip olmayı hedeflediklerini ancak pandeminin verdiği hızla Ağustos 2020'de 60.5 milyon aboneye sahip olduklarını eklemiştir (Chapek'ten aktaran Parsadanova, 2020: 149).

Medya sektörü çalışanları yeni içerikler üretmede sıkıntılar yaşadı ve bu sıkıntılarla içerik üretiminde bir takım değişimler yaşandı. Yüz yüze yöntemlerin yerine birçok içeriğin üretiminde görüntülü aramalar gibi amatör uzaktan görüntü iletimi yöntemleri sıkça kullanılmaya ve yeri geldikçe medya içeriklerinde de yer almaya başladı. Ancak profesyonel içeriklerde o zamana kadar “medya iletişiminin nesnellik, çekicilik, anlamlılık, anlaşılabilirlik ve inanılabilirlik” gibi hedefleriyle (Hudíková et al., 2021: 92) görüntüler ve ışıklandırma her zaman belli standartlara uygun, filme alınan kişiler her zaman iyi görünümliydi. Pandemiyle birlikte evden Skype, Zoom, Teams gibi platformlar üzerinden yapılan görüşmeler izleyicilere farklı görüntüler gösterdi. Normalde televizyon standartlarında belli açılardan, yüksek görüntü kalitesiyle gördüğümüz yüzler, bilgisayar kamerasının açısından düşük görüntü kalitesinde ve amatör bir ışıklandırma ile izleyiciyle buluştu. Dolayısıyla izleyici medya profesyonellerinin de evlerine girip, kamera önündeki mükemmelleştirilmiş görüntülerinin arka yüzüne şahit oldu (Hudíková et al., 2021). Görsel içerikteki gayri resmi görüntülerin artışı geleneksel medyanın üslubunu dijital platformlardaki amatör ruha yaklaştırdı.

Yaşanan bu değişimlerle yayıncılar izleyiciye ulaşma konusunda ezber bozan kararlar almak durumunda kaldı ve dijital imkanları daha aktif kullanmaya yönelen birçok yayın kurumu (Özlem, 2020; 885) dijital medya kanallarını daha aktif kullanmaya başladılar. Bu gelişmeyle, medya içeriklerinin farklı medya kanalları üzerinden yayınlanmasıyla ana akım medya ve yeni medya platformları arasındaki yöndeşme süreci Covid-19 pandemisiyle hız kazandı (Hudíková et al., 2021: 97). Bu noktada ana akım medya yöndeşme sürecine dahil olmasaydı, yarışa bile giremeden yok olmaya mahkum olacaktı (Sucahya'dan aktaran Santoso, 2021: 112). Bu kriz döneminde bilgiye erişim de oldukça kritik bir noktadaydı. Avşar'a (2021: 137) göre duygusal imgelerle dolu, görsel ve işitsel efektlerin abartılı kullanıldığı sürekli tekrar eden spotlar kullanan yayıncıların yerine kriz dönemlerinde sade, aydınlatıcı ve bilgilendirici yayınlar

yapılması kritik derecede önemlidir. Bu fikre paralel olarak içerik üreten birçok gazeteci de YouTube kanallarında yayına başlayarak dijital platformlarda haber yayınlarını da artırdılar.

Özetle, insanların evlerinde kapalı kaldığı karantina sürecinde izleyicinin medya tüketim şekli değişti; dijital platformlara ilgi arttı. Geleneksel medyanın içeriklerini dijital platformlara taşıma ve bu platformlara yönelik içerik üretme süreci hızlandı.

1.2.2. YouTube İzleyicileri

Bir önceki bölümde bahsedildiği gibi izleyicilik pratikleri televizyon izleyicisi odağında incelenmeye başlamış olsa da günümüzdeki teknolojik gelişmelerle televizyon sınırlarından uzaklaşmış ve dijital platformlarda farklı boyutlar kazanmıştır. Konuya YouTube özelinde bakıldığında izleyicinin ‘üretici’ sıfatı da kazandığını ve hem üreten hem tüketen bir kimliğine sahip olduğunun altını çizmek önemlidir. Yeri geldiğinde içerik üreterek yeri geldiğinde yorum yaparak izleyici çok daha aktif bir konuma sahip olur. Castells (2008: 621) içinde bulunduğumuz çağda önemli işlevlerin ve süreçlerin yavaş yavaş internet çevresinde şekillendiğini söyler. Gündelik yaşamda eğlence, alışveriş, bilgi edinme vb gibi ihtiyaçlar internet ortamında karşılanmaktadır. Bu noktada, hatta içinde bulunduğumuz dönemde “Maslow’un insanoğlunun fizyolojik ihtiyaçlarından kendini geliştirmeye kadar süren bir ihtiyaçlar hiyerarşisi artık sanal dünyanın da yaşanmasıyla birlikte sanal ihtiyaçları da beraberinde getirir” (Biçer ve Şener, 2020: 618). YouTube da bu gündelik ihtiyaçların karşılanmasında çok önemli bir role sahiptir. Dolayısıyla YouTube’un içerik üreticilerini ve aynı zamanda izleyicilerini de anlayabilmek kıymetlidir.

YouTube hem video izlenebilen hem de paylaşılabilen hem de içerikler hakkında yorumlar yapıp tartışılabilen bir alandır. Kullanım kolaylığıyla internet erişimi olan herkes tarafından kullanılabilir; bu da YouTube izleyicisinin ne kadar büyük bir kitle olduğunun göstergesidir. YouTube izleyicileri neyi, ne zaman ve nerede izleyecekleri konusunda tamamen özgürdürler. YouTube içerik konusunda da oldukça fazla seçenek sunar; televizyonda yayınlanan diziler ve eğlence programları, birçok farklı konuda eğitim videosu, müzik videoları, reaksiyon ve yorumlama videoları, komik videolar ve

sadece YouTube için üretilmiş çeşitli eğlence programları, belgeseller ilk akla gelen örneklerdir. İçerik görüntülemeye odaklı bir platform YouTube bu geniş içerik yelpazesıyla bir arama motorudur. Anahtar kelime kullanımıyla izleyici kontrolünü bir üst seviyeye taşır. İzleyici izlemek istediğinin ötesinde öğrenmek istediğini de burada araştırabilir ve istediği konuda bilgiye ulaşabilir. Dolayısıyla YouTube izleyicilerinin izleme sebepleri, motivasyonları ve amaçları çok farklı olabilir.

YouTube'un izleyicilik pratiklerinde yarattığı en büyük değişimlerden biri içerik tüketicisinin içerik üreticisi haline gelmesidir. Daha önceki bölümde bahsedildiği üzere "Broadcast Yourself" sloganıyla kendini tanıtan platform, izleyicilerin de kendi gündelik yaşamlarından kesitler paylaşarak içerik üretimine katkı sunmalarının önünü açmıştır. Van Dijck (2007: 4) bu tür yayıncılığa "homecasting" ismini verir ve bunu kişisel bilgisayarlar aracılığıyla bir evden ve diğer evlere (internete bağlı bilgisayarı olan evlere) önceden kaydedilmiş, üzerinde oynanmış ve özellikle izleyicinin kendi ürettiği videoyu yüklemek için video paylaşım web sitelerinin kullanılması olarak tanımlar. Yani, bir medya profesyoneli veya geleneksel medya kanalının yerine bir izleyici ve kişisel bilgisayar geçmiştir. Homecasting, görüşlerini, anlayışlarını ve deneyimlerini oradaki herkese sunma dürtüsünü hisseden bireye alan sağlar (Van Dijck, 2007: 7). Bu imkanla izleyici, üretici sıfatını da alır ve içeriği hem tüketen hem de üreten taraf olur. Bunlar düşünüldüğünde YouTube izleyicisi televizyon izleyicisinden, YouTube içerikleri ise televizyon içeriklerinden farklıdır. YouTube içerik üreticilerinin pratiklerine günlük hayatta video çekme, kurgulama ve yükleme gibi pratikler de dahil olmuştur. İçerik üreticileri YouTube üzerinden kendi topluluklarını oluşturabilir ve bunu paraya çevirebilirler. Günümüzdeki medya alanında homecasting ve diğer geleneksel yayıncılık türleri birbirini tamamlayan sosyal ve kültürel rolleri yerine getiren farklı uygulamalar yürütürler. Dolayısıyla izleyiciler, internet kullanıcıları ve yeni izleyiciler/üreticiler hep birlikte birbirlerini destekleyerek bu sistemde yer alırlar. Medya ortamına bu açıdan bakıldığında, izleyicinin çok daha aktif bir rolü olduğu görülür.

Aslında izleyici her zaman çok da pasif bir role sahip olmamıştır. YouTube gibi dijital platformlarla daha da öne çıkan anında yorum yapma özelliği seyirciye daha çok katılımcı olma hakkı tanımıştır ancak bunun öncesinde de izleyiciler izledikleri yayını anlamlandırıp daha sonrasında bunu sosyal çevreleriyle ve gerekirse mektup, e-mail gibi

yöntemlerle yayıncının kendisiyle paylaşabiliyorlardı. Dolayısıyla yayınlanan içerik her zaman izleyicinin tepkisini alıyordu ancak insanların sosyal çevresiyle sınırlıydı. Aynı içeriği tüketen izleyicilerin bir araya gelmesi çok daha zordu, bu izleyicilerin yorumlarının her birinin içerik üreticisine ulaşması ise imkansızdı. YouTube anında yorum yapma imkanıyla aslında tam olarak bunu mümkün kıldı. Birbirini tanımayan izleyiciler bir araya geldi, birbirlerinin yorumlarını okuyup yorumlara cevap vererek yeni bir anlatı oluşturdular. Bu bağlamda izleyici etkinliği farklı bir boyuta taşındı; “kalabalıkları bir araya getirip ortak ideolojileri, üzüntüleri, beğeni ve hayalleri paylaşan halklara, kamuya dönüştürdü (Özgün ve Treske, 2021: 117). Habermas (1989) kamusal alanın basılmış iletişim araçlarıyla kurulduğunu söyler. Basılı iletişim araçlarının görevini üstlenen ve devam ettiren sinema ve diğer görsel-işitsel yayınlar bu etkiyi sürdürdü. Ve ardından günümüzde YouTube’un yorum bölümü de benzer özellikler taşımaktadır. Toplumdan, belki farklı kesimlerden insanların bir araya gelip bir konuyu tartıştığı, yorumladığı, bireylerin kendisini ifade ettiği bir alandır. Tartışmaya katılmayanlar da sonradan bu tartışmaları okuyabilir ve bilgi sahibi olabilir. Hatta yorumlara beğeni vererek de katılım sağlayabilir. İzleyiciliğin başından beri içinde olan kolektiflik burada tekrar hayat bulur.

2. BÖLÜM: MEDYA VE POPÜLER PSİKOLOJİ

Psikoloji, insan davranışları, düşünceleri ve duygularıyla ilgilenen bir bilim dalı olarak her zaman insanlarda merak uyandırmış ve günümüzde popüler kültürün içerisinde yer almaya başlamıştır. Bu sürecin bir parçası olarak da ana akım medya içeriklerinde ve yeni medya anlatılarının konusu olmuştur. Özellikle 2020 Mart ayında başlayan pandemi süreciyle paralel bir şekilde Türk televizyonunda psikoloji temalı dizilerin sayısı artmış ve çokça izlenmişlerdir. Bu tez konusunun örnekleminde yer alan “Katarsis X-tra” programı da bu aynı dönemde YouTube üzerinden yayına girmiş ve televizyondaki örnekler gibi bu programlar da yüksek izlenme oranlarına erişmişlerdir. Bu bölümde, psikolojinin popülerleşmesi ve popüler kültürün bir parçası oluşuna sekülerleşme arayışları, ana akım medya anlatıları ve yeni medya anlatıları üzerinden bakılmış ve süreci anlama gayretine girilmiştir.

1950’li yıllarda Dünya Sağlık Örgütü sağlık kavramını tanımlarken ruh sağlığını da kavramın içine katarak; "Sadece hastalık ve sakatlığın olmaması değil, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hali" şeklinde tanımlamış (Larson, 1991: 7’den aktaran Somunoğlu, 1999) ve bu vesileyle bireyin ruhsal sağlığı dolayısıyla psikoloji alanındaki çalışmalar da önem kazanmıştır. Psikoloji, insanların nasıl öğrendiğini, düşündüğünü, hissettiğini ve davrandığını anlamak için araştırmalar yaparken, insan zihninin karmaşıklığı, duyguların, düşüncelerin ve davranışların birbirleriyle nasıl etkileşime girdiği gibi pek çok karmaşık konuyu açıklamaya çalışır. Ayrıca, psikolojinin uygulamalı yönleri, örneğin terapi veya psikolojik danışmanlık gibi, insanların hayatlarını daha iyi hale getirme potansiyeline sahiptir. İnsanlar ruhsal sağlıklarında meydana gelebilecek bir problemi fark ettiklerinde söz konusu probleme yönelik yardım arayışına girerler. Konuya dair yapılan araştırmalarda, ruh sağlığı ile ruhsal bozukluklara dair bilincin olması yardım ile tedavi adına farkındalık oluşmakta, ruhsal bozuklukların erken teşhis edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Rusch vd., 2011: 677). Bireyler ruhsal bozukluklar ile baş etme konusunda kullanılan yöntemler arasında, ruh sağlığı okuryazarlığını geliştirmek de bahsedilen yaklaşımlar arasında yer almaktadır (Jorm, 2012: 234). Arcan’a göre (2018: 18) psikoloji ruh sağlığına dair bir kılavuz

niteliğindedir ve duygular, düşünceler, davranışlar için normal ya da anormal olanı belirleyip anormal olanı tedavi etme konusunda bir “başvuru mercii statüsündedir.” Psikolojinin bu statüsü önemlidir çünkü Dünya Sağlık Örgütü’nün verilerine göre dünya nüfusunun yüzde onundan fazlasında ruh sağlığı bozukluklarına rastlanır (Our World in Data, 2018). Anksiyete bozuklukları, depresyon, şizofreni, obsesif kompulsif bozukluk ve depresyon gibi ruhsal bozukluklar sıkça görülen aynı zamanda gündelik yaşamda anılan rahatsızlıklardır. Bu rahatsızlıklar ve benzerleri sonucunda yılda 10-20 milyon kişi intihara teşebbüs eder ve bir milyonu hayatını kaybeder (Prince vd., 2007). Bu veriler ışığında psikolojik tedavi imkanlarının yaygınlaşması, psikoloji okuryazarlığının artması ve insanların psikoloji hakkında doğru bilgiler edinebilmeleri oldukça kıymetlidir. Ruhsal rahatsızlıklara sahip olan bireylerin gereksinim duyduklarında profesyonel yardım almaları, söz konusu bireylerin ruh sağlıklarının iyileşmeleri konusunda, yaşamış oldukları problemlerden etkilenen yakınlarının gerekli sorunları ile baş edebilmeleri oldukça değerlidir. Ancak psikolojik yardım almak bir tabu haline gelmiş ve çekincelere sebep olan bir hal almıştır. Psikolojik yardım alma konusunda karar verirken kişiyi etkileyen faktörler oldukça çeşitlidir ve Aydın (2017: 79) çalışmasında bu durumu şöyle açıklar:

Literatür incelendiğinde, yardım arama ile ilişkili olarak farklı araştırmalarda psikolojik yardım aramaya gönüllülük düzeyini, psikolojik yardım arama tutumunu ve psikolojik yardım alma niyetini etkileme bakımından cinsiyet, yaş, daha önce psikolojik danışma yardımı almış olma, aileden birinin daha önce psikolojik danışma yardımı almış olması, sosyoekonomik düzey, algılanan sosyal destek düzeyi ve problem alanlarının incelendiği görülmektedir.

Ruhsal rahatsızlığı olan bireylerin çevrelerinden ve uzmanlardan çekinmeleri, olumsuz ve ön yargılı tutumlarına maruz kalması hastalıkların psikiyatristlerden tedavi alma imkanının önüne engel olmakta ve hastalar da söz konusu engeli aşma konusunda güçlük yaşamaktadır (Özmen ve Taşkın, 2007: 193). Psikolojik yardım aramaya yönelik davranışlara etki eden faktörler oldukça farklıdır. Cinsiyet, kültürel nitelikler, sosyal sınıf, ekonomik durum, medeni durum, damgalanma düşüncesi daha öncesinde ruhsal problem yaşanmış olması, sağlık durumu ile sosyal destek benzeri birden fazla etkenin insanların yardım arama tutumları ile davranışlarına etki etmektedir (Arslantaş, Dereboy, Aştı ve Pektekin, 2011: 18). Ancak son yıllarda hem psikoloji temalı

televizyon dizilerinin artması hem psikoloji okuryazarlığının yükselmesiyle bu durum dönüşmeye başlamıştır.

Psikoloji için 2000 yılı bir dönüm noktası olmuştur. Pozitif psikoloji, bireyleri anlamının yeterli olmadığını ve psikolojinin insanlara yön göstermesi gerektiğini öne sürmüştür. 21. Yüzyıldan itibaren psikoloji bireylere tavsiyelerde bulunmak, amaçlarını belirlemek görevini üstlenmiştir. Buna paralel olarak insanların da psikolojik desteğe dair ilgileri ve arayışları artmıştır. Örneğin Türkiye’de 10 yıl içerisinde (2005-2015) üniversitelerdeki toplam psikoloji bölümü sayısı 10’dan 70’e yükselmiş ve toplam öğrenci kontenjanı ise 391 iken 5724 olmuştur (Arık, 2015’ten aktaran Arcan, 2018: 9).

21. yüzyılda psikoloji alanına ilginin artmasının birkaç nedeni vardır. Temelde insanın kendisine olan merakı, kendi ve çevresindekilerin davranışlarını anlama çabası yatar ancak 21. yüzyılda gündelik hayata dahil olan bazı etmenlerin de etkisi büyüktür. Bu etmenlerden birincisi stresli iş ve yaşam koşullarıdır; yüksek stres seviyesinde çalışan, iş ve özel hayat arasında dengeyi koruyamayan ve farklı ortamlarda farklı benlikler sunmak durumunda olan kişiler kendi benliklerini tanımlamada zorlanırlar. Bu durumu “boş benlik” olarak tanımlayan Cushman (1990’dan aktaran Arcan, 2018: 10), bu durumun bireyi tüketim yoluyla tatmin etme yoluna sürüklediğini ve tatmin edilmediğinde kronik bir duygusal açlığa ittiğini söyler. Bu çerçevede, depresyon, anksiyete gibi psikoloji temelli rahatsızlıklar daha çok görülmeye başlanmış ve psikoloji hakkında bilgi arayışı, psikolojik destek arayışı artmıştır. Tam bu noktada medya ve teknolojinin de etkisinden bahsetmek şarttır. Teknolojik gelişmelerin hayata dahil olmasıyla diğer alanlara olduğu gibi psikoloji hakkında da bilgiye erişim artmıştır. İnternet, podcast’ler, bloglar ve sosyal medya gibi platformlar, insanların psikolojik konular hakkında daha fazla bilgi edinmesine ve psikolojik destek arayışına yönlendirmesine yardımcı olurken, bir yandan da sosyal medya platformlarının getirdiği beğenilme ve onaylanma duyguları kişileri olumsuz yönde etkilemeye başlamıştır. Arcan’a göre (2018: 15) “Tanınma, sosyal onay gibi ihtiyaçların karşılanacağı kanalların sanal zemine taşınmasına, dahası bu taşınmanın sözü edilen ihtiyaçların karşılanmama ihtimali” ile kişilerin üzerindeki baskı artar. Bu sürecin devamında dışlanma, onaylanmama veya kabul görmeme duyguları kişilerde endişe seviyesini, yalnızlık duygusunu artırır. Bu duyguların nasıl ifade edileceği, kişinin bu duygularla

nasıl baş edeceği gibi soruların cevapları psikoloji çalışmaları üzerinden cevap bulunabilir. Birey bu duygular içerisinde psikolojik yardım arama yoluna gidebilir veya psikoloji okumalarıyla kendini anlamaya arayışına girebilir. Psikoloji bu çerçevede bir kılavuz halini almış ve zamanla gücü artmıştır. Hem insanların psikolojiye merakı artmış, hem psikoloji alanına ilişkin bilgi daha erişilebilir hale gelmiş hem de terapi olanakları artmıştır.

Bahsedilen 21. yüzyılda psikoloji alanına ilginin artması ve popülerleşmesi sürecini Arcan (2018: 20) şöyle özetler “Sosyal kurumlara atfedilen itibarın azalması bir anlamda bireyselliği yükseltmiş, ancak öte yandan modern bireyin içini boşaltmıştır.” Yazar sürecin teknolojik gelişmelerin sosyal hayata dahil olmasıyla bireylerin kimlik inşasının daha farklı ilerlediğini söyler ve bunun sonucu olarak “karmaşa ve yalnızlık içerisindeki bireysel yaşantıya dair kapsayıcı, ihtiyaçlara duyarlı, değişime açık, dinamik, pratik, teorik yaklaşımı belki de en güçlü biçimde ana-akım psikoloji ortaya koymuştur” der. Bu şekilde psikoloji bireylerin kendilerini anlamaları, yaşadıkları problemleri tanımlamaları, onları çözerek ilerlemeleri, kendilerini tanımlamalarında yol gösterici olmuş ve “modern yaşamın bir anlamda en etkili sayılabilecek kılavuzu” haline gelmiştir (Arcan, 2018: 20).

Psikoterapinin temelinde anlatma pratiği yer alır. Medyada yer alan hikâye anlatma pratikleri ve psikoterapilerdeki hikâye anlatımları bu tezin ana eksenini oluşturur. Hikâye anlatımının iyileştirici özelliği daha önce birçok çalışmaya konu olmuştur. Hikâye anlatımının psikolojik olarak iyileştirme sürecini Storr (2020) detaylı bir şekilde anlatır: Yazar modern dünyada kişilerin ve hatta milletlerin kendilerini tanımlarken hikâyelerden yararlandıklarını ve aslında kendi kimliklerini, değerlerini, varoluşlarını hikâyelerle belirlediklerini söyler. Yazar aynı zamanda insanların günlük yaşamı bir hikâye şeklinde yaşadığını, etrafındaki insanlardan iyi ve kötü karakterler yarattığını, hayattaki planlarıyla bir omurga oluşturup etraftaki kaosu daha basit, umut dolu bir hikâyeye dönüştürdüğünü ekler. Bu hikâyelerdeki ana kahramanın, yani kişinin kendisinin bazı kusurları vardır ve bu kusurları kişi kendi yarattığı hikâyesiyle normalleştirir, etrafındakilere de kabul ettirir. Bu kusurlar kişinin gerçekliğinin bir parçası olur ve onun için görünmez hale gelir. Bu noktada, Storr (2020) kişinin kusurlarını fark etmesi ve kabul etmesi için önce onları görmesi gerektiğini ve bunu da

ancak anlatarak, kendisini dışarıdan görerek mümkün olduğunu söyler. Kişi kendi hikâyesini anlatırken, kendini dışarıdan görme şansı yakalarken bir yandan da yaşadıklarını ve yaşadıklarının ona neler hissettirdiği anlama imkanı da bulur. Hikâye anlatıcılığının farklı şekillerde iyileştirici olduğuna dair çalışmalar mevcuttur. Örneğin Slaughter (2019) bedeniyle mutlu olmayan kadınların hikâyelerini anlattığı ve drama terapistleriyle çalıştıkları bir etkinlik üzerinden araştırmasını yapmış, sonucunda kadınların hikâyelerini anlatarak bedenlerine daha pozitif yaklaşmayı öğrendiklerini, farklı yaş gruplarından kadınların tecrübelerini birbirleriyle paylaşarak birbirlerine yol gösterebildiklerini keşfetmiştir. Benzer şekilde Foelske (2014) hikâye anlatımının öğrencilerin motivasyonu ve akademik öğrenme süreci üzerindeki etkisini, Høybye vd., (2005) hikâye anlatımının göğüs kanseri hastaları destek grubuna nasıl katkı sağladığını, Sawhney (2009) hikâye anlatımının mülteci kamplarında ötekileştirilen gençlerin üzerindeki güçlendirici etkisini araştırmış ve son olarak Rodriguez (2010) hikâye anlatımı ve Latin üniversite öğrencileri üzerinde çalışmalar yapmışlardır ve hikâye anlatıcılığının iyileştirici ve güçlendirici özelliklerinden bahsetmişlerdir.

Hikâye anlatımında kişinin duygularını nasıl ifade ettiği, o duyguların hissedilmesinde neden olan psikolojik süreçler ve bu duyguların kişinin yaşamında ortaya çıkarabileceği potansiyel problemler dolayısıyla o duygularla nasıl baş edilmesi gerektiği gibi konular psikolojinin konusudur (Arcan, 2018: 17). Dolayısıyla kişi hikâyesini anlatırken onu dinleyen de nasıl dinlediği, neleri düşündüğü oldukça fazla önem taşır. Normal bir sohbetle psikoterapi seansını, kişinin arkadaşıyla psikoloğunu birbirinden ayıran da budur. Zak (2014) araştırmasında iyi tasarlanmış bir hikâyeyi dinleyenlerin karakterlerle bağ kurmaya başladıklarını ve hatta onların duygularını kısa süreliğine benimsediklerinden bahseder. Bu şekilde kendi kusurlarından ve hatalarından habersiz kişinin anlattığı hikâye ve kendisini bu hikâyeye kaptıran dinleyici döngüsü söz konusudur. Burada kişinin kırılma noktalarını keşfetmesini sağlayan, fazla savunmacı olduğu anları anlamasına yardım eden ve tüm dünyayı algılayışını değiştirmesinde yön gösteren psikoterapi seanslarıdır. Bu hikâye anlatımlarıyla kişi adeta kendi benliğini yıkar ve sonra tekrar inşa eder. Temelinde hikâye anlatımı olan bu süreç kolay değildir, kişi için rahatsız edicidir ve acıdır. Ancak terapistteki yönlendirmelerle kişi kendisine kurduğu dünyanın dışını görerek köklü değişiklikler yaptıkça rahatlar ve problemlerine çözüm bulabilir.

Bireyler kendini ruhen daha iyi hissetmek için bir arayış içerisinde ve bu arayışta psikoloji, psikoterapi seansları dışında da birçok yöntem mevcuttur. Bu diğer yöntemleri anlatırken Türkiye'deki sekülerleşme süreciyle ve spiritüel arayışlarla ilişkilendirerek ele almak faydalı olur. Türkiye'de sekülerleşme süreci, oldukça karmaşık ve tartışmalı bir konudur. Türkiye, Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşünden ve cumhuriyetin kuruluşundan bu yana çeşitli dönemlerden geçmiştir. Cumhuriyetin kuruluşu, aslında Osmanlı İmparatorluğu'nun son zamanlarında temelleri atılmış sekülerleşmenin önemli bir dönüm noktasıdır. Cumhuriyet, İslamiyet'in gündelik yaşamdaki etkisini azaltmak ve ülkeyi modernleştirmek için bir dizi reform gerçekleştirmiştir. Bu reformlar arasında şeriat mahkemelerinin kaldırılması, kadınların seçme ve seçilme hakkı gibi demokratik hakların tanınması ve eğitim sisteminin laikleştirilmesi yer alır. Ancak 1950'de Demokrat Parti'nin seçilmesiyle laiklik ilkeleri yavaş yavaş esnemeye başlamış ve İslamcı siyaset Türkiye'de baskın hale gelmiştir. Bu gelişmelerin sonucunda sekülerleşme sivil bir hareket olarak halini almış ve bugün de aynı şekilde devam etmektedir. 1980'lerde ve sonrasında 1990'larda spiritüel hareketler tekrardan popülerleşti, daha büyük bir kitleye hitap etmeye başladı ve 2000'lerde de çeşitlendiler. Bu çeşitlenme ifadesini somutlaştırmak için o dönemde yeni çıkan kişisel gelişim, şifacılık, alternatif tıp ve astroloji kitapları örnek verilebilir. Ardından 2010'larla sosyal medya hayata dahil oldu ve spiritüel hareketler de sosyal medyada yer almaya başladı. Köyden kente göçün artması ve eğitilmiş yeni bir orta sınıfın ortaya çıkmasıyla birlikte modern hayat ve stresli yaşam koşulları insanlarda iyileşme ve ruhen iyi olma isteğini belirginleştirdi. Bu gelişmelerle spiritüel pratiklere talep ve ilgi arttı, bu da spiritüel pratikleri bir tüketim nesnesi haline getirdi. 2010'dan sonra yaygınlaşan pratiklere bazı örnekler şunlardır; medyuma gitmek, ruh çağırma, bioenerji, aromaterapi, ayurveda terapileri, ses terapisi, akupunktur, numeroloji, ışık işçileri, Tai Chi, yoga, meditasyon, reiki ve şamanlık pratikleri (Cengiz vd., 2021: 107-108). Yazar bu pratiklere talebin artmasında "sağlıklı yaşam söyleminin orta sınıflar nezdinde hegemonik hale gelmesinin ve buna bağlı olarak insanların bedenleriyle kurdukları ilişkilerinin niteliksel olarak değişmesinin" katkısı olduğunu söyler.

Bahsedildiği gibi insanların kendilerini daha iyi anlamaları ve geliştirmeleri için psikoloji temelli yöntemlerin ötesinde, yoga, meditasyon, reiki gibi farklı yöntemler de

popülerleşmiştir. Günümüzde insanların bilgi edinmesinde, yeni medya en temel araçlardan biri haline geldiği gibi psikoloji veya spiritüel arayışlar için de kullanılmaktadır. Bu alanlarda bilgi edinmek isteyen veya pratiğe dökmek isteyen bireyler için yeni medya bir alan oluşturmuştur. Bu yönden bakıldığında yeni medya, toplumunun ruhsal hastalıklara dair bireylerin bilgi edinmesi ve damgalamanın azaltılması adına çok faydalı bir araç olduğu söylenebilir.

Türkiye’de özellikle son 10 yılda yaygınlaşmış bu pratikleri sadece spiritüel arayışlar çerçevesinde değerlendirmek yeterli olmaz çünkü bu pratiklerin talep görmesindeki temel neden kişilerin bedensel ve ruhsal olarak iyi hissetme arayışlarıdır ve en temelinde sağlıklı yaşam isteği yatmaktadır. Ancak bu konular, sadece bireysel değil, aynı zamanda toplumsal bağlam dikkate alınarak irdelenmesi gereken meselelerdir.

2.1. MEDYADA POPÜLER PSİKOLOJİ

Sırasıyla psikolojiye ilginin artması, psikoloji alanının tedavi yöntemleri sunması, insanların bu konuda okuryazarlığının artması ve alternatif iyileşme yollarının da zamanla popülerleşmesiyle, tüm bu pratikler popüler kültürde de yerini almış ve sıkça işlenen bir konu haline gelmiştir. Popüler kültürde psikoloji, insanların zihnindeki karmaşık düşünceler ve duygular hakkındaki merakı tatmin etmek için sık sık kullanılan bir temadır. Psikoloji, insan davranışlarını ve bilişsel faaliyetleri araştıran bir bilim dalı olarak, medya ve edebiyatla her zaman sıkı bir bağ içerisinde. Psikoloji, filmlerden televizyon programlarına, müzik kliplerinden edebiyat eserlerine kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Birçok popüler kültür eseri, psikolojik temaları ele alır. Örneğin, depresyon, kaygı, kişilik bozuklukları, travma sonrası stres bozukluğu gibi konular, birçok roman, film ve televizyon programında sık sık işlenir. İnsanların zihnindeki sınırları ve potansiyelleri keşfetmeye odaklanan bazı popüler kültür eserleri de buna örnektir. Popüler kültürde psikoloji, aynı zamanda birçok insanın psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için kullandığı bir araç haline gelmiştir. Örneğin, motivasyonel kitaplar, kendini geliştirme videoları ve psikoloji temalı bloglar, birçok insanın zihnindeki sorunları çözmek ve kendini daha iyi anlamak için başvurduğu kaynaklar

arasındadır. Popüler kültürde psikoloji insanların zihinlerindeki karmaşıklıkları anlamalarına yardımcı olmak için sık sık kullanılan bir temaya dönüşmüştür.

Kişisel gelişim olgusu, hemen hemen her alanda kendisini göstermiştir. Eski Yunanlılarda “Epimelesthai soutou” kelimesi kendine dikkat etmek, kendinle ilgilenmek kuralı çerçevesinde kişisel davranış şeklinin ve yaşama sanatının temelleri arasında yer almaktadır. Sonraki süreçlerde Sokrates “kendini bilmek” kavramını çıkarmıştır. Söz konusu gelişmeleri Spinoza’nın ortaya attığı “Conatus” izinden gitmiştir. Conatus’un sözlükteki anlamı bireylerin bütün gücünü kullanmasıyla göstermiş olduğu çaba anlamındadır (Tokur, 2016: 7). Bu bilgilerden hareketle kişisel gelişim alanının geçmişinin eski olduğu söylenebilir. Çağlar değiştikçe ve bireysel gereksinimler kişisel gelişim kavramının da değişmesine neden olmuştur ve belirli bir dönemden sonra ayrı bir alana ayrılmıştır (Aydın Sevim, 2013: 18). 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı daha çok alt ve orta kesimler üzerinde olacak şekilde Amerika Birleşik Devletleri’nde oldukça yıkıcı bir etkide bulunmuştur. Bundan dolayı Büyük Bunalım’ın neden olduğu sorunların şehirli alt ile orta sınıfların yaşamındaki etkisinin büyüklüğü devamlı gündeme gelmiştir. Bu tarz dönemlerde bireylerin yetenekleri ile yetkinliklerinin geliştirilmesi veya farkında olmadıkları yönlerini bulma konusu üzerinde durarak kendilerine gelir sağlayacak farklı yöntem bulma arayışı içerisine girmişlerdir (Aydın Sevim, 2013: 18-19). Döneme yönelik yapmış olduğu çalışmada Illouz (2011), bireylerin kendilerini değiştirecekleri ve geleceklerini şekillendirecekleri gerçeğinin üzerinde kurgulanmış olan kişisel gelişim kitaplarının yeni bir psikolojik anlatı şeklinde gündeme geldiğini belirtmiştir. Kişisel gelişim olgusu ile kitapların gelişmesi ise Illouz tarafından

Bu kitapların yayılması 1939 yılında Pocket Books’un ‘kâğıt kapaklı kitap devrimi’ çalışmasına dayanmaktadır. Oldukça düşük maliyetle sunulan ciltsiz kitaplardan faydalanan gruplardan biri olan popüler psikoloji kitapları, özellikle alt ve alt-orta sınıf insana hitap etmeyi başarmıştır. Kişisel gelişim alanının güçlenmesinde bu ciltsiz ucuz kitapların, marketlerden eczanelere kadar pek çok yerde satılması önemli rol oynamıştır (Illouz, 2011: 69)

şeklinde ifade edilmiştir.

Botton ise kişisel gelişimin doğuşuna dair çalışmalarda bulunmuş ve çalışmasının birinde Batı’da 19. Yüzyıl’dan beri görülen biyografi yani bireylerin hayatlarının

anlatıldığı kitaplar kişisel gelişim alanında önemli bir konumda olduğunu ifade etmiştir (Aydın Sevim, 2013: 19). Botton (2005'ten aktaran Aydın Sevim, 2013) kişisel gelişim kavramından önce ortaya çıkan ve kişisel gelişimin bir yapısını meydana getirenlerin biyografik kitaplar olduğunu ve okuyuculara hüznün ve acı vermekle birlikte mutluluk, başarı ve iyi gelecek benzeri hayal edilen birçok kapıyı açtığını ve söz konusu güzel söylemlere ulaşmak isteyip de ulaşamayanlara kişisel gelişim ile dönüşüme yönelik vaatlerde bulunan, öneri ile yöntemlerle oluşturulan kitaplar şeklinde nitelendirilebilmektedir. Benjamin Franklin'in geliştirmiş olduğu özdeyişler kişisel gelişim literatürü adına temel oluşturduğunu düşünürken Botton, onun başarılı hayat öyküsünün anlatıldığı ciltsiz kitaplar da kişisel gelişim kitapları adına öncülük etmiştir (Aydın Sevim, 2013: 19).

Türkiye'de ise kişisel gelişimin temellerinin sağlamlaştırılması, 1980'den sonra gelişen bir kriz döneminde gerçekleşerek, alanın Türkiye'de de yer almasını ve söz konusu süreçten yaklaşık 12 yıl öncesini belirttiği söylenebilir. Türkiye'deki kişisel gelişimin babası şeklinde bilinen Nüvit Osmay, yazmış olduğu ilk eserini 1968'de yayınlamış ve söz konusu tarih milat olarak kabul edilmiştir. Nüvit Osmay ile Reha Türkkan, Türkiye'deki kişisel gelişim alanında birinci kuşak yazarların yanı sıra aynı zamanda kurucuları olarak da kabul edilebilmektedir (Şengül ve Acar, 2021: 223). 1964'de gerçekleştirilen kişisel gelişime yönelik çalışmalar hız kazanmış ve Osmay, 1968'de çalışmalarını kitap haline getirmiştir. Söz konusu süreç içerisinde D.K.D. (Düşün, Konuş, Dinle) adlı topluluğun önünde konuşma kursları adına Halkevleri Genel Merkezi'ni kullanmıştır. Bununla birlikte Osmay (2019), kişisel gelişimin ortaya çıkışından bahsederken, bireylerin meydana gelen bunalım neticesinde kişisel savaşlar ile bunalımları atlama yönelimlerinin ortaya çıktığını ifade etmiştir. Türkiye'de ise Nüvit Osmay'ın temellerini atmış olduğu bu alanın gelişmesi dünyada olduğu üzere bir bunalım sonucunda ortaya çıkmıştır (Aydın Sevim, 2013: 25)

Türkiye'de kişisel gelişim kitaplarının popülerleşmesi, son yıllarda artan bir ilgiyle gerçekleşmiştir. Günümüzde kişisel gelişim kavramı gittikçe önem kazanmaya başlamış ve alanı dolduracak olan yazılı materyaller de artış göstermiştir. Kişisel gelişim kitapları, kendi içerisinde iletişim ve motivasyona benzer konulara ayrılmakta ve birçok konunun yer aldığı kısa tecrübelerin bulunduğu genel bir kişisel gelişim kitabı olarak

yayınlanmaktadır. Kişisel gelişim kitapları bireylerin ruhsal ve psikolojik açıdan gelişmelerinin yanı sıra rehberlik edecek nitelikteki eserler olarak karşımıza çıkmaktadır (Demirci, 2015: 47). Söz konusu nitelikteki kitaplar, bireylerin anlık motivasyon eksiklikleri yaşadıkları dönemde yol gösterici bir rol üstlenmektedirler. Kitaplarda genellikle olumlu tavsiyeler verilerek, okurlarını olumsuz olaylara yönelik uyaran, onların hayatlarını daha olumlu bir hale getirmeyi ve kolaylaştırmayı hedefleyen kitaplardır. Söz konusu kitaplar bireylere normal hayatlarındaki ilişkilerini düzenlemek adına detaylı reçeteler sunarken, yeni yöntemler göstermektedir (Özdemir, 2017 :64). Mevcut dönemde modernleşme ve küreselleşme sürecinde benlik ön plana çıkmış, toplumdan çok bireyleri yakından ilgilendiren mevzuların ağırlık kazanmasıyla kişisel gelişim kitapları, bireylerin hayatlarında başucu kitabı olacak kadar yerleşmiştir (Karayılan, 2014: 37). Bülent Akyürek, kişisel gelişim alanına ve kişisel gelişim kitaplarına dair olumsuz baktığını belirtmiş ve

kişisel gelişim kitapları kendini geliştirirken bunu bencilce yapmanı öğütleyen, kişiye, toplum çıkarlarından daha üstün olanın kendi çıkarların olduğunu hissettirmeden veren daha çok Batı kültürünün yozlaşmış hayat tarzını ve bu hayatta 20 başarılı olabilmenin bencilce kurallarını içeren kitaplardır (Akyürek, 2008: 35)

şeklinde ifade etmiştir.

Söz konusu kitapların bireylere yapay nitelikte bir güven duygusu aşıladığını ancak gerçekte işe yaramayan güven sonucu bireylerin kötü adımlar atmasına neden olduğunu savunmuştur. Kişisel gelişim kitaplarının olmazsa olmazı vaatler, duygusal kaçınma şeklinde ifade edilebilmektedir. Bununla birlikte toplumsal itirafa dayalı kişisel gelişim kültürünün sağlıklı şekilde röntgencilik şeklinde görülebilmektedir (Svehla, 2008: 72). Söz konusu kitaplarda, bireyler dünya hayatından kopuk bir şekilde ve bireylerin ihtiyaçlarının olduğundan daha farklı şekilde gerçekleşmesi zor olan mutluluk ile başarı amacı içerisindedir. Her birey için mutlak mutluluk ile başarı fikrinin olamayacağı hatırlatılmış ve daha çok asgari mutluluk ile başarı kriterleri bireylere anlatılmaktadır.

Kişisel gelişim kitapları alanında günümüzdeki en iyi örnek yazarlar arasında Metin Hara yer almaktadır. Metin Hara, bütüncül yaklaşımı sayesinde bireylerin sağlığına

yönelmiş, tıpta imkansız olarak görülen olaylara üretmiş olduğu sonuçları, bireylerin hayal gücüne sığmayan yeteneklerinin olduğuna inandırmasıyla kendi yeteneklerinin farkında varmalarına bağlamıştır. Bireylerin zihinlerine sığmayan bilgilerini insanların bedenlerine duymuş olduğu sonsuz güven ile birleştirmiş ve yapmış olduğu çalışmalarla oldukça ilgi çekmiştir. Söz konusu anlayışını kişisel gelişim alanıyla birleştirmiş, bireylere ve şirketlere motivasyon eğitimleri vermeye başlamıştır. Metin Hara'nın hayata dair kişisel gelişim ile motivasyon odaklı kitapları bulunmaktadır (Şengül, 2019: 40). Bu yazınlarıyla Türkiye'de kişisel gelişim akımında son yıllarda en çok tanınan isim olmuştur. Metin Hara'nın yanında, kitap satışları, sosyal medya takipçi sayıları ve de eğitimlerine katılım açısından değerlendirildiğinde Hakan Mengüç, Tuğçe Işınsoy, Ömer Ekinci, Bircan Yıldırım ve Haluk Tatar gibi isimler de son yıllarda popülerleşen isimlerdendir (Cengiz vd., 2021: 106, Şengül ve Acar, 2021: 224).

“2020’li yıllarda Türkiye’de psikoloji temalı dizi-filmlerin birçok televizyon kanalında izleyiciyle buluştukları ve çok izlenerek reyting sıralamalarında başlarda yer aldıkları görülmektedir” (Televizyon İzleme Araştırmaları [TİAK], 2021’den aktaran Canpolat, 2021: 354). Bu temadaki dizi ve filmlerin eriştiği yüksek reyting sıralamalarından toplumun tüm kesimlerine hitap edebildiği anlaşılır. Film-dizi yapımları ve psikoloji alanındaki pratikler insan duygusu, davranışları, düşünceleri ve hikâye anlatımı ekseninde kesişimlerden oluşmaktadır. Film ve dizilerde konu edilen hikâyeler bir psikoterapi seansındaki kişisel anlatılarla benzeşir, popülerleşen psikoloji temalı diziler de aslında bunun nesnelleşmiş halidir. Bu yapımların aslında gerçek bir terapi seansını/sürecini yansıtmaması sinematik açıdan imkansız olmasına rağmen çeşitli ruh sağlığı kökenli rahatsızlıkların dizilerde yer alması toplumsal algının oluşmasında oldukça etkilidir (Gençoğlu, 2019: 2207). Bu sebeple dizi ve filmleri ele alırken tüketilen bu içeriklerin gerçek terapileri değil sadece bir temsil sunduğunu hatırlamak önemlidir.

Dünya’da ve Türkiye’de hem sinema filmlerinde hem de televizyon dizilerinde psikologlar, psikiyatristler ve ruh sağlığı bağlamında rahatsızlıklara sahip olan kişiler yer almışlardır. Türkiye’deki sinema temsillerine odaklanıldığında son yıllarda *Recep İvedik 3* (2010), *Kurtuluş Son Durak* (2012), *Koltuk* (2014), *Mavi Dalga* (2014), *Görevimiz Tatil* (2018) filmleri öne çıkar (Gençoğlu, 2019). Gençoğlu, bu filmler

üzerinde yaptığı araştırmada, ruh sağlığı profesyonellerinin toplumdan ayrıışmış, iletişimleri zayıf, mesleki konuda yetersiz, kendi problemleri içinde kaybolmuş kişiler olarak temsil edildiğini, bu filmlerde ruh sağlığı bağlamında rahatsızlıklar yaşayan bireylere yönelik damgalama eğilimi olduğunu, psikoterapi tedavisinin/sürecinin pahalı ve lüks bir müdahale olarak yansıtıldığını söyler. Ayrıca yazar aynı araştırmada, temsil edilen ruh sağlığı profesyonellerinin danışana ait bilgileri saklama konusunda etik sınırlara uymadığına da dikkat çeker.

Türkiye’de üretilen televizyon dizilerine odaklanıldığında ise ruh sağlığı profesyonellerinin ve terapi sürecinin çok daha geniş bir yelpazede temsil edildiği görülür. Bal ve Parlayandemir (2023: 1408) bu geniş yelpazeyi, *Çocuklar Duymasın* dizisindeki didaktik psikolog temsili ve *Fi* veya *Bir Başkadır* dizilerindeki alternatif psikolog temsilleriyle örneklendirir. Son yıllarda psikolojinin medyada popülerleşmesiyle gördüğümüz psikoloji temelli dizilere örnek olarak Alzheimer’ı konu alan *Şahsiyet*, aile dizimini konu alan *Zeytin Ağacı* (2022), bir psikoloğun aile yaşamına odaklanan *Aile* dizileri örnek olarak verilebilir. Bununla birlikte günümüzde psikoloji alanında kitaplar yazan ve eserlerinin televizyonda yayınlandığı yazarlardan birisi de Gülseren Budayıcıoğlu’dur. Yazarlık hayatına 2004’de “Madalyonun İçi” isimli kitabı ile başlamıştır. Daha sonra romanlarında ise tanıklık ettiği gerçek olayları hikâyeleştirmiştir. Gülseren Budayıcıoğlu’nun yazmış olduğu hikâyeler televizyon dizilerine uyarlanarak seyircinin karşısına çıkmıştır. Söz konusu diziler milyonlar tarafından çok sevilmiş ve beğenilerek izlenmiştir. Gülseren Budayıcıoğlu’nun kitaplarından uyarlanarak yapılan ilk dizi 2017 yayına giren *İstanbul Gelin*’dir. 2019’da ise *Camdaki Kız* isimli kitabından da *Doğduğun Ev Kaderindir* (2019) isimli bir dizi uyarlanmış ve televizyonda yayınlanmıştır. Söz konusu yazarın kitaplarında yer alan farklı hikâyelerden uyarlanan diğer bir dizi de 2020’de yayınlanan *Kırmızı Oda*’dır. *Kırmızı Oda*’da ise genellikle psikolog ile danışan bireyler arasındaki sohbet çerçevesinde ilerlemektedir. *Kırmızı Oda* dizisinde gösterilen psikolog-danışman seanslarının, gerçek hayattaki seanslarla aynı şekilde olduğunu düşündürmesiyle oldukça eleştirilmiş ve üzerine konuşulmuştur. Aynı senede de *Masumlar Apartmanı* dizisi uyarlanarak ekranlara gelmiştir (Kaya, 2020). Daha sonra 2021 yılında *Camdaki Kız* isimli kitap ile aynı ismi taşıyan bir dizi uyarlanarak televizyonda yayınlanmaya

başlamıştır. 2022 yılında ise *Çöp Adam*, *Yalı Çapkını* ve *100 Yıllık Mucize* adlı diziler yayına girmiştir. En son 2023 yılında ise *Shtisel* adlı diziden uyarlanan *Ömer* adlı dizi Gülseren Budayıcıoğlu'nun proje tasarımcılığıyla televizyon ekranlarında yerini aldı. Dijital platformlarda yayınlanan *Atiye* (2019) ve *Terzi* (2023) dizileri de Budayıcıoğlu tarafından yazılmıştır.

Diziler Türk televizyon izleyicisi için önemli bir yer tutmaktadır. Türk televizyonunda diziler 1972'de yayınlanmaya başlanmış ve 1975'te ilk yerli dizi yayını gerçekleşmiştir (Çelenk, 2010, 20). Yayınlandığı ilk günden günümüze kadar diziler daha da popüler hale gelmiş ve bir Türk dizi kültürü oluşturmuştur. Birçok ulusal kanalda tüm gece devam eden diziler yayınlanmakta ve pek çok aile birlikte sohbet etmek yerine birlikte dizi izleyerek zaman geçirmektedirler. Dizilerle ve dizilerdeki karakterlerle uzun süreler geçiren izleyiciler onlardan etkilenmektedirler. İzleyiciler özdeşlik kurduğu karakterlerle konuşmakta, onlarla birlikte üzülme, acı çekme, sevinme ve hatta onlar gibi giyinme, davranma ve konuşma; kısacası özdeşlik kurduğu karakterin kimliğine bürünmektedir. (Ünür, 2013: 35) İzleyiciler aynı zamanda izledikleri üzerine konuşarak sosyalleşir ve o karakterleri hayatlarına dahil ederler. “Örneğin, ev hanımlarının gündelik muhabbetlerin büyük bir çoğunluğunu televizyon metinlerinden alımladıkları oluşturmaktadır.” (Ünür, 2015: 87) Bu noktada dizilerin izleyicilere ne gösterdikleri ve izleyicilerin yaptıkları alımlamalar sonucunda ürettikleri anlamlar çok önemlidir. Bu bağlamda Gülseren Budayıcıoğlu dizilerinin izleyiciye sunduğu psikolog ve psikoterapi seansı temsilleri toplumun psikologlara ve psikoterapi seanslarına yaklaşımını değiştirebilecek güçtedir. Özellikle *Doğduğun Ev Kaderindir*, *Masumlar Apartmanı*, *Kırmızı Oda* ve *Camdaki Kız* dizilerinin sadece 2 yıl içerisinde ulusal kanalları domine etmiş ve en çok izlenen diziler haline gelmiş olmaları, bu dizilerin üçünde ruh sağlığı bağlamında rahatsızlıklarla mücadele eden karakterlerin Binnur Kaya'nın canlandığı Manolya isimli aynı psikoloğa gidiyor olması bu psikolog ve psikoterapi seansı temsilini toplumsal algı yaratması açısından önemli kılar.

Anderson (2003), psikoloji ve psikiyatri gibi konuların filmlerde toplumsal yargıların destekleyicisi olarak karşımıza çıktığını ve toplumsal beklentileri şekillendirdiğini söyler. Bu açıdan bakıldığında dizilerde sunulan temsillerin toplumsal algıyı şekillendirdiği anlaşılır. Ancak dizilerde sunulan temsiller her zaman gerçeğe

dayanmamaktadırlar. Daha önce de bahsedildiği gibi “Esasında gerçek bir psikolojik danışma/psikoterapi sürecinin birebir temsil edilmesi sinematografik öğelerden uzaktır. Bu nedenle pek çok çarpıtma, izleyicinin dikkatini çekmek için kullanılmak durumundadır” (Gençoğlu, 2019: 2207). Bununla birlikte Bal ve Parlayandemir (2023: 1408) Türkiye’de psikoterapi ihtiyacındaki kişilerin hem yüksek maliyet sebebiyle hem de ruh sağlığı profesyonellerinin sayısındaki sınırlılıktan dolayı psikoterapi seanslarına katılmak yerine, kitap terapilerine ve özellikle sosyal medya üzerinden içerik tüketimine yöneldiklerini söyler. Dolayısıyla psikoloji temalı medya içeriklerinde gerçek bir terapi sürecinin yansıtılmadığının, aslında sadece bir terapi temsili izlendiğinin altını çizmek önemlidir.

Hall, 1997’de *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* kitabında “Representation, Meaning and Language” isimli bölümde temsil kavramını dil ile kültürün arasındaki ilişkiyi diğer kuramcılarının yorumlarına da değinerek detaylı şekilde tartışmıştır. Hall (2017: 23) “temsil, anlamın üretildiği ve bir kültürün üyeleri arasında değiş tokuş edildiği sürecin temel parçasıdır” der ve anlamlandırmada kullanılan dilin sözcüklerle sınırlı olmadığını işaretler ve görüntülerin de dile dahil olduğunun altını çizer. Stuart Hall (2017), temsili, anlamın üretildiği kültüre tabi bireylerin arasında paylaşılan süreç bağlamında şekillenmesinin önemli konumda olduğunu belirtmiştir. Stuart Hall (2017) televizyonu bir temsil sistemi olarak kabul eder ve televizyonun göstergelerle yeni anlamlar ürettiğini savunur. Hall’a göre temsil, “sözlü, yazılı veya ikonik göstergeler kullanarak gerçek maddi dünyada zaten mevcut olan şeyleri kodlayan ya da onları yansıtan bir süreç değil, tam da bu anlamlandırma sürecine anlam üreterek ve anlamların değişimine olanak sağlayarak katılan bir süreçtir.” (Hall, 2017’den aktaran Çelenk, 2005: 81) Televizyonda sunulan temsiller kamera, ışık ve ses teknikleriyle zenginleştirilerek gerçeğe yakın hale getirilir ve bu sayede izleyiciler gördüklerini doğal ve sıradan olaylar olarak algırlar. Televizyondaki içeriklerin bu şekilde alımlanması gerçeğin yeniden üretilmesi ve toplumsal algılar açısından önemli role sahiptir.

Psikoloji temelli televizyon dizilerini Stuart Hall’un temsil kavramı ile ilişkilendirilerek dizilerdeki psikiyatrist/psikologların temsili değerlendiren Bal ve Parlayandemir (2023), öncelikle Gülseren Budayıcıoğlu kitaplarından dizilerin üçünde (*Masumlar Apartmanı*,

Kırmızı Oda ve Doğduğun Ev Kaderindir) karakterlerin aynı psikologa gidiyor olmasına da dayandırarak bu anlatıları bir transmedya evreni olarak nitelendirir. Dolayısıyla bu üç dizide yer alan Binnur Kaya'nın canlandığı psikolog karakteri (Manolya) analizin merkezindedir. Ancak Gülseren Budayıcıoğlu evreninde Manolya'dan farklı ve değinilmesi gereken bir psikolog temsili daha vardır. *İstanbul Gelin* dizisi geleneklerine bağlı bir ailenin hikâyesini anlatır. Bu aileye zarar vermeye çalışan Adem karakteri ise dizinin kötü karakteridir ve aslında dizide onun terapi sürecine izleyici şahit olur. *İstanbul Gelin* dizisinin yirmi yedinci bölümünde psikolog ile danışan karakterlerinin uzun diyalogları yer alır ve sonrasında söz konusu sahneler zaman içerisinde dizide önemli bir yer edinir. *İstanbul Gelin* dizisi üzerine çalışan Işık Yaşar (2020) bu dizideki terapi seanslarında, psikoloğun sorduğu sorular ve yaptığı yönlendirmelerle izleyicinin de Adem karakteriyle eş zamanlı olarak olayları sorgulayabildiğini ve çeşitli çıkarımlarda bulunabildiğini söyler. Bal ve Parlayandemir (2023: 1414) ise bu psikolog ve psikoterapi süreci temsiline Adem karakterinin kendisini tanıma, kabullenme ve sevme süreçlerine yer verildiğini bunun sonucunda sunulan temsilin “anaakım dinamik terapiye yakın” olduğunu ve “bu çerçevenin dışına çıkılmadığını” söylerler. Tekrar *Kırmızı Oda*'daki psikolog ve psikoterapi seansı temsiline dönüldüğünde bu temsilde psikoloğun duygulanımlarına ve tepkilerine çok daha fazla yer verildiği görülür. Psikologların seans esnasında duygularını belli etmemeleri gerektiği konusunda dizi birçok eleştiri almıştır. Bunun yanı sıra, bahsedilen üç dizide kişilerin yaşadıkları travmaların tamamı aile kökenlidir ve bu dizilerde aileleriyle problemler yaşayarak anne yoksunluğu çeken karakterlere psikolog kucaklayıcı bir vekil anne olarak sunulmuştur (Bal ve Parlayandemir, 2023: 1422). Dizide psikoloğun danışanlarına dokunması, sarılması, danışanının yaşadıklarının karşısında duygularını belli etmesi ve bazen psikoterapi seansları dışında da danışanını ziyaret etmesi onu çocuğunu korumaya çalışan, ihtiyaç duyduğu duyguyu veren bir vekil anne konumuna getirmiştir.

Türkiye'de psikoloji alanına ilginin artması ve bu alanın geleneksel medyada da yer almasıyla travmatik hikâyelerin de popülerleşmesine neden olmuştur. Özellikle Gülseren Budayıcıoğlu evrenindeki dizilerde anlatılan hikâyeler sosyal kaplayıcı değildir; “bireyin dinamikleri toplumsal dinamiklerden soyutlanarak tamamen aile

örüntüleriyle” bağlantılı anlatılır (Bal ve Parlayandemir, 2023: 1425). Bu temsiller toplumsal dinamiklerden soyutlanarak aktarıldığı için bambaşka bir gerçeklik sunmakta ve izleyiciye psikoterapi süreci hakkında yanıltıcı bir temsil sunmaktadırlar. Hatta bu temsiller vasıtasıyla inşa edilen simülasyonda kişisel travmatik hikâyeler metalaştırılmış ve tüketilebilir bir konuma gelmiştir (Bal ve Parlayandemir, 2023: 1426). Bu bağlamda Gülseren Budayıcıoğlu evrenindeki Manolya isimli psikolog temsilinin sıcak, kucaklayıcı tavırlarıyla kişilerin psikoterapiye karşı önyargılarını kırabilecek özelliklere sahip olsa da temelde yanlış bir temsil olduğu ve hem psikolog hem de psikoterapi süreci hakkında izleyiciye hatalı bir sunum yaptığı söylenebilir.

Son dönemlerde ana akım medyada çokça işlenmiş olan psikoloji ve diğer spiritüel pratikler sosyal medya kanallarında da yer almaya başlamıştır. Sosyal medyada çok sık şekilde ön plana çıkan melekler ile iletişim kurduklarını, onlardan yardım aldıklarını söyleyen ve işlerini kolay şekilde melekler sayesinde çözdüklerini iddia eden koçlar gündeme gelmektedir. Yaşam koçluğu, kendini köklü geleneğe dayandırmaya çalışmasının yanı sıra kendi köklerini hala aramaya devam etmekte ve yeni bir danışmanlık modeli veya yaklaşım şeklinde kendini daha güçlendirerek psikolojik kuramlardan faydalanmaktadır. Bu açıdan koçluk birden fazla branştan yararlanan karışık bir yapıdadır (Eryılmaz, 2014: 41-42). 2000’li yıllarda New Age’in öngörmüş olduğu holistik yaşam algısının da etkisi sayesinde kişisel gelişim söyleminin hayatın birçok bölümünü kapsayacak bir kapsamda değerlendirilmiştir. Fiziksel anlamda, iyi ve sağlıklı olmak, ruhsal şekilde arınmayla gerçekleştirilmektedir. Söz konusu süreç içerisinde spiritüellik alanındaki kişiye özel bir danışmanlığın meydana çıktığı görülmektedir. Bundan sonra davranışçı psikolojiye referans olan pop-psikoloji temelli kişisel gelişim içerikli kitapların her bireye uygulamayı varsaydığı adım adım listelerinden ziyade ruhani güç ile söz konusu güce ulaşılmasında yine bir rehber ihtiyacı duyulması bakımından yaşam koçu, dua uzmanı, astrolog, aile meslen dizimcisi gibi yeni meslek türleri oluşmuş ve özellikle sosyal medya kanalları üzerinden seyircisine ulaşmaktadır.

Bahsedilen pratiklerin yanı sıra sosyal medyada ve özellikle YouTube’da gerçek hayat hikâyelerinin anlatıldığı programlar da yapılmaya başlanmış ve oldukça ilgi çekmişlerdir. “Katarsis X-tra” programları da bu tür programlara bir örnektir. Daha önce

bahsedildiği gibi hikâye anlatımı, anlatıcısını ve dinleyicisini birbirine yakınlaştıran ve bağ kurmalarına yardımcı olan bir pratiktir. Aynı zamanda, ilgi çekicidir, bir sosyalleşme ve bilgi aktarımı yöntemidir. Bu özellikleriyle hayat hikâyeleri kendilerine sosyal medya platformlarında da yer bulabilmişlerdir. YouTube üzerinde “Katarsis X-tra” programıyla aynı dönemde yayın yapan ve yayınına sürdüren hayat hikâyeleri paylaşan kanallar vardır. Örneğin, *Story Box* kanalı, Türkiye’den farklı hayat hikâyeleri sunan bir kanaldır ve ek kanalı *ChefStory* ile de Türkiye’deki şeflerin hayat hikâyelerini anlatırlar. Bunun yanında +90 isimli kanal genellikle Türkiye’den ve bazen yurtdışından farklı hayat hikâyelerini ve yaşam tarzlarını anlatan içerikler üretir. *Brothers* isimli kanal ise trajik hayat hikâyelerini konu eden bir kanaldır. *Deniz Sarı* isimli kanal ise şehirden köye geçiş insanların bu geçiş sürecindeki hikâyelerini konu alan içerikler üretir. Son olarak *Hayalhanem* adlı kanal, genelde dini içerikli videolar üreten bir kanal olsa da yine trajik hayat hikâyelerine yer veren bir kanaldır. Verilen örneklerdeki içerikler temelinde hayat hikâyesi anlatımlarıdır ancak her kanalların kendilerine birer tema belirleyip bu temalar çerçevesindeki hikâyeleri konu edindikleri söylenebilir.

3. BÖLÜM: YÖNTEM

“Katarsis X-tra” ve “Geçecek mi?” YouTube programlarından ikişer bölümü örnekleme alması tasarlanmış bu tez, verilerini üç ana kaynaktan alır. Bu kaynaklar programın yapım ekibiyle yapılan görüşmeler, seçilen videolardaki anlatılar ve YouTube kanalında videoların altına gelen yorumlardır. Ancak gerçekleştirilen görüşmelerde, bu tez çalışmasının tasarlandığı Mart-Nisan 2021 tarihinde yayında olan “Geçecek mi?” programı hakkında bilgi alınamamıştır. Program 3 Mart 2021 ve 16 Nisan 2021 tarihleri arasında sadece 6 bölüm yayınlanmış ve programın devamlılığı olmamıştır. Yapım ekibi “Katarsis” ve “Katarsis X-tra” programlarına odaklı bir şekilde çalışmalarını sürdürmektedir ve bu tez çalışmasının sonuçlanmakta olduğu Kasım 2023 tarihine kadar aynı kanalda bu programlar yayına devam etmiştir. Bu sebeplerle “Geçecek mi?” programı hakkında yeterli veri bulunmamaktadır. Dolayısıyla programın bu tez çalışmasının örneklemeden çıkartılmasına karar verilmiştir. Çalışma tamamen “Katarsis X-tra” programı odağında devam etmesine karar verilmiştir.

Bu tez çalışması, toplanan verileri içerik analizi ve feminist post-yapısalcı söylem analizi yöntemiyle analiz eden nitel araştırma yöntemlerini benimsemiş bir araştırmadır.

Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- YouTube’da kendi hikâyesini anlatmaya çağıran ve bir psikolog tarafından modere edilen "Katarsis X-tra" programında ötekileştirmeye yüzleşme nasıl sağlanmaktadır?
- Bu program hikâye anlatma pratikleri üzerinden izleyicilerle gelişen diyaloglarla ne gibi başka hikâye anlatım süreçlerini desteklemektedir ve geliştirmektedir?
- Bir YouTube/yeni medya programı olarak "Katarsis X-tra" toplumun görünmeyen sorunlarını deneyimleyen öznenin anlatımı üzerinden nasıl görünür kılar?

- "Katarsis X-tra" programı, marjinalleştirilen, damgalanan, ötekileştirilen ve toplumsal yaşantının dışına itilenlerin dinlenmesi ve namus gibi konuşulmayan konuların konuşulabilir olmasına nasıl bir katkı ve imkan sunar?

Bu sorulara cevap bulabilmek açısından yapım ekibiyle yapılmış görüşmelerden veri toplanmıştır. Görüşmelerde programın oluşturduğu anlamları derinlemesine kavrayabilmek hedefiyle çekim alanı, kullanılan görsel ve işitsel öğeler, çekim süreçleri, moderasyon hakkında bilgi almak ve yapım ekibinin izleyiciden aldığı geri dönüşleri kaydetmek hedeflenmiştir. Görüşmelerin öncesinde Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu'na başvuru yapılmıştır. Başvuruda doldurulan formda tez çalışmasının konusu, amacı ve yöntemi detaylı açıklanmış, planlanan görüşmelerin amacı ve kapsamı belirtilmiştir. Araştırmacı tarafından bu araştırmaya özel olarak önceden hazırlanan görüşme sorularıyla birlikte gönderilen başvuru, Etik Komisyonunun 26 Temmuz 2022 tarihinde yapmış olduğu toplantıda etik açıdan uygun bulunmuştur. Etik Komisyon onayı Ek.1 olarak tez çalışmasının sonuna eklenmiştir.

Görüşmeler için yapım ekibine YouTube kanallarında yer alan e-mail adresi üzerinden ulaşılmıştır. Yapılan ön görüşmeler sonrasında 25 Kasım 2022 tarihinde, kanalın İstanbul Maslak'taki setinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. "Katarsis" ve "Katarsis X-tra" için toplamda üç bölümün çekiminin yapıldığı günde, aynı zamanda çekim sürecine dair gözlemler yapılmıştır. Çekim aralarında yapım ekibinde çalışan, farklı görevlere sahip 6 kişiyle görüşme yapılmıştır.

Ek-2 belgesinde yer alan sorular her görüşmeciye aynı şekilde sorulmamıştır, görüşmecinin ekip içerisindeki görevine, ekipte ne kadar süre çalıştığına ve sürece dair sahip olduğu bilgiye göre bazı sorular değiştirilmiş, tamamen çıkartılmış veya yeni sorular eklenmiştir. Programa dair farklı detaylara erişmek hedeflenerek programda farklı görevlere sahip kişiler görüşmeler için tercih edilmiştir. Görüşmeler genellikle 20-25 dakika kadar sürmüş ve görüşmecinin izniyle cep telefonuyla ses kaydı alınmıştır. Alınan ses kayıtlarının daha sonrasında deşifresi yapılmış ve cevaplar bir excel dosyasında düzenlenmiştir. Görüşmeciler seçilirken projenin farklı alanlarında çalışıyor olmaları ve uzun süredir projede çalışıyor olmaları göz önünde bulundurulmuştur. Seçilen görüşmecilerin özellikle çekime ve yayına hazırlık sürecinde aktif yer alan

kişiler olması programların üretim aşamasını kavrayabilmek açısından çok faydalı olmuştur.

Kişinin Adı	Programdaki Görevi	Görev Süresi
Gökhan Çınar	Programın yaratıcısı ve sunucusu	Programın başlangıcından beri
Barış Suret	Gökhan Çınar'ın menajer ve organizatör	2.5 yıl
Zeliha Sönmez	Editör	Programın başlangıcından beri
Meltem Balta	Yapım Koordinatörü	2 yıl
Mehmet Durmuş	Organizatör	2 yıl
Esra Bakar	Makyöz	Programın başlangıcından beri

Tablo 1: Görüşmecilere ait bilgiler

Yapılan görüşmeler sonucunda her bir görüşmeciden çok değerli bilgiler elde edilmiştir. Programın yaratıcısı ve sunucusu Gökhan Çınar, projenin ilk gününden beri sürecin içinde olduğundan hem projenin yaratılış süreci, hem programın çekim süreci, hem de yayın sonrasında alınan geri dönüşlerle ilgili aydınlatıcı cevaplar vermiştir. Aynı zamanda projenin ilk önce Exxen'e geçmesi, ardından televizyonda biraz farklı bir formatta yayınlanması ve tekrar YouTube'a dönüşü sürecinde ekibin yaşadıklarını da aktarmıştır. Mehmet Durmuş Katarsis X-tra'nın katılımcılarına ulaşan, ön görüşmeleri yapan ve çekime hazırlayan kişidir, dolayısıyla onun verdiği bilgiler de katılımcıları programa hazırlanma sürecini anlayabilmek açısından çok değerli bir katkı sağlamıştır. Zeliha Sönmez ise çekimlerden sonraki montaj ve diğer yayına hazırlama süreçlerinden bahsetmiştir. Görüşmelerde sorulan sorular yapım sürecinin ötesinde yapım ekibinin yayından sonra aldıkları tepki ve geri dönüşleri kapsar. Bu sorular için alınan cevaplar da diğer bir veri kaynağı olan YouTube yorumlarını destekleyecek ayrı bir veri kaynağı oluşturmuştur.

YouTube yorumları örnekleme dahil edilen 16 Nisan 2020 tarihinde yayınlanmış “Katarsis X-tra: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha” bölümü ve 17 Eylül 2020 tarihinde yayınlanan “Katarsis X-tra - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!” bölümünden alınmıştır. 5 Kasım 2023 tarihinde web sitesi üzerinde yayında olan yorumlar (Deniz Taha için 10.933 yorum ve Mehtap Yılmaz için 10.198 yorum) incelenmiştir. İnceleme esnasında YouTube üzerinde yorum sıralama ölçütü olarak ‘en beğenilen yorumlar’ seçilmiştir. Bu tezin amaçlarından biri program aracılığıyla başlayan diyalogları incelemek olduğu için beğenme, beğenmeme ya da yeni bir yorumla cevap verme gibi dijital yöntemlerle yanıtlanmış yorumlar tercih edilmiştir. YouTube’un otomatik olarak yaptığı bu sıralamaya göre her videodaki ilk 1000 yorum incelenmiştir. İncelenen yorumlar, tezin araştırma soruları dikkate alınarak dört ayrı kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler, diyalog başlatan yorumlar, farkındalık mesajı içeren yorumlar, olumlu/destekleyici yorumlar ve olumsuz yorumlardır. Her kategori için araştırmanın hedeflerine uygun yorumlar seçilmiş, ilgili yorumların ekran görüntüleri alınmış ve analiz esnasında kullanılmıştır.

3.1. VERİLERİN ANALİZİ

Bu tezin örnekleme dahil olan iki videoya ait yorumlar, belirlenen kategoriler içerisinde incelenmiştir. İncelenen yorumlara ait örneklem araştırmanın amaçlarına uygun yorumlar seçilerek oluşturulmuştur. Oluşturulan örneklemin analizinde ilk önce içerik/metin analizi sonra feminist post-yapısalcı söylem analizi (bundan sonra FPSA olarak anılmıştır) yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, hem yazılı hem de görsel verileri analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir ve bu tez çalışmasında metin analizinde kullanılmıştır. İçerik analizi sürecinde, araştırmacı başlangıçta araştırma konusuyla ilgili çeşitli kategoriler belirler ve bu aşama, analizin temel altyapısını oluşturarak, incelenen içeriği daha organize bir yapıda ele almayı amaçlar (Özdemir, 2010). Daha sonra, araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan bu bu kategoriler, veri setindeki detaylı içeriği daha iyi anlamak ve sınıflandırmak adına kullanılır. Bu yöntem, araştırmacının elde ettiği veri setini daha derinlemesine analiz ederek, araştırma konusuyla ilgili önemli bulgulara erişmesini sağlar. Bu metodoloji, belirli olayları

anlamak ve değerlendirebilmek hedefiyle sözlü, görsel veya yazılı verilerden geçerli çıkarımlar yaparken sistemli ve nesnel bir yöntemdir (Wamboldt, 1992'den aktaran Söğüt, 2021). Bu yöntem uygulanarak tezin veri kaynakları olan yapım ekibi görüşmeleri ve YouTube yorumları belirlenen kategoriler altında incelenmiştir. Bu kategoriler yapım ekibiyle yapılmış görüşmeler için ekibin hedefleri ve amaçları, programın yapım aşaması, etik hassasiyetler ve programın aldığı geri dönüşler olarak belirlenmiştir. YouTube yorumları ise olumlu/destekleyici yorumlar, farkındalık içerikli yorumlar, diyalog kuran yorumlar ve olumsuz/nefret söylemi içeren yorumlar başlıklı dört kategori belirlenmiştir.

Belirtilen başlıklar altında analiz yapıldıktan sonra feminist post yapısalcı söylem analizi (FPSA) yöntemi kullanılmıştır. FPSA ise, konuşmacıların kendi dünyalarındaki kimliklerini, ilişkilerini ve konumlarını anlatma şekillerini analiz etmeye yönelik feminist bir yaklaşım olarak tanımlanabilir (Baxter, 2003: 1). FPSA, bunu yaparken konuşmacının etrafındaki diğer güçlü söylemlere göre kendisini nerede konumlandığına bakar. Bu analiz metodunu geliştiren Baxter'a (2003: 10) göre konuşmacı, konuştuğu kişinin konumuna göre değişken anlamlar üretir. Bu bağlamda Baxter (2003), bu yaklaşımın özellikle konuşma dili üzerinde odaklandığını çünkü yöntemin, değişken, etkileşimli iletişim biçimlerini tanımlamaya ve yorumlamaya çok uygun olduğunu söyler.

FPSA, anlatı analizine ve eleştirel söylem analizi metotlarına alternatif olarak kabul edilir. FPSA metodunun diğer metodlardan farkı analizlerde kadın konuşmacıları direkt güçsüz olarak kabul etmemesi ve karşısındaki figüre göre daha güçlü bir konum elde edebileceğini, güçsüz konumunu tersine çevirebileceğini kabul etmesidir (Baxter, 2003: 55). Yani bu metot çerçevesinde, kadın halihazırda güçsüz ya da kurban olarak görülmez, güçlü, baskın konumda da olabileceği düşünülür. Bu bağlamda, bu tez çalışmasının örneğine aldığı ötekileştirilmiş konuşmacılar halihazırda güçsüz konumda düşünülmemekte, bu program ve programdaki anlatımla daha güçlü bir konuma gelmiş olma olasılıkları da kabul edilmektedir.

Bu araştırma çerçevesinde, "Katarsis X-tra" konuklarının ötekileştirilmiş hayatlarını anlatırken kendilerini kendi hayatlarında nasıl konumlandıkları anlaşılmasına

alışılmıştır. FPSA yöntemiyle konukların, toplumdaki hegemonik söylemler karşısındaki konumu anlaşılmaya çalışılmıştır. Konukların anlatılarıyla ve sonrasında izleyicilerin yaptıkları yorumlarla, ötekileştirilmiş bir hayata sahip olan öznelerin bu anlatıyla hegemonik söylemler karşısında kendisini bir kurban gibi mi konumlandırđđı yoksa daha güçlü bir noktada mı konumlandırđđı anlaşılmaya çalışılmıştır.

4. BÖLÜM: BULGULAR

4.1. YAPIMCI GÖRÜŞLERİ

Bulgular bölümünün birinci kısmında, tez çalışmasının örnekleminde yer alan “Katarsis X-tra” programının içeriği, yayın tarihleri, yayın süreci, formatı ve barındırdığı hikâyeler detaylı betimlenmiştir. Ayrıca çalışmanın örneklerine alınmış iki bölümün içerikleri, hikâyeleri incelenmiş ve programdan kesitlerle verilmiştir. En sonda ise yapımcı ekip ile yapılan görüşmelere yer verilmiştir. Ekipten 6 kişiyle yapılan görüşmeler sonucunda veriler toplanmış ve beş ayrı kategori altında sınıflandırılmıştır. Bu beş kategori program hedefleri ve amaçları, yapım aşamaları, konuklar, etik konular ve programın aldığı geri dönüşler başlıklarından oluşmaktadır.

4.1.1. Program İçeriği

Bu tezin odaklandığı “Katarsis X-tra” programı *BanaGöre TV* kanalında 23 Mayıs 2019 tarihinden itibaren yayınlanan ve 08.12.2023 tarihine kadar 100 bölümü yayınlanmış olan Gökhan Çınar tarafından sunulan YouTube programıdır. İlk başladığında *BaBaLa TV* kanalında “Katarsis” isminde yayınlansa da 8 program sonra 16 Mayıs 2019 tarihinde *Bana Göre TV* kanalında yayına başlamıştır ve ilk programdan sonra “Katarsis X-tra” da ayrı bir seri olarak yayına girmiştir.

“Katarsis” programı temelinde ünlüleri konuk eden ve moderatör Gökhan Çınar’ın yönettiği sorularla katılımcıların hayat hikâyelerini anlattığı bir formata dayanır. Uzman klinik psikolog unvanıyla programı sunan Çınar, aynı zamanda programın yaratıcısıdır. Hem klinik psikoloji eğitimi almış hem de medya geçmişi olan Çınar, tasarladığı projeyi 16 Ara 2018 tarihinde YouTube’da *BaBaLa Tv* kanalında hayata geçirmiştir. Program süresince konuk olan ünlü isim, çocukluğundan başlayarak günümüzdeki hayatına gelene kadar hayat hikâyesini yönlendirilen soruları takip ederek anlatır. Programın ilerleyen kısımlarında “içindeki hayvan, hayatımı değiştiren şarkı” gibi sorulara da cevap verilir. Programda sadece moderatör Gökhan Çınar ve ünlü

konuk yer alır. Bir psiko terapi seansını çağrıştırması için kırmızı uzun bir koltuk temel dekorasyon olarak kullanılmıştır. “Katarsis” programı 08.12.2023 tarihine kadar toplam 65 bölüm yayınlamıştır. En fazla izlenen üç videosu izlenme sayılarıyla ve yayın tarihleriyle şu şekildedir;

- Katarsis - Kadir Ezildi: Babamı Hatırlamıyorum ve Yaşattıkları Yüzünden Onu Affetmiyorum², 8.874.333 görüntüleme, 25 Kas 2021
- Katarsis: Ecem Erkek³, 5.375.046 görüntüleme, 20 Ara 2019
- Katarsis: Serdar Ortaç - Artık Duygularımı Hissetmiyorum⁴, 4.699.163 görüntüleme, 17 Tem 2020

“Katarsis X-tra” programı “Katarsis” programı başladıktan hemen sonra 23 May 2019 tarihinde *Bana Göre TV*’de başlamıştır. İlk bölümü “KATARSİS X-TRA: Seyhan Arman | Bir Transeksüelin Psikolojik Durumu”dur⁵. Bölüm 08.12.2023 tarihi itibarıyla 1.731.723 izlenme sayısına ulaşmış ve 1.525 yorum almıştır. Aynı kanalda hala yayınlanmakta olan bu iki programın aralarındaki temel fark “Katarsis” programı ünlü konukların hayat hikâyelerine odaklanırken “Katarsis X-tra” programı ötekileştirilmiş kişilerin hayat hikâyelerine odaklanır. Programa konuk edilen kişiler seks işçisi, cezaevi mahkumu, uyuşturucu bağımlısı, trans birey gibi toplum tarafından ötekileştirilmiş kişilerin hikâyeleridir. “Katarsis X-tra” programında da “Katarsis” programında da olduğu gibi Gökhan Çınar’ın moderasyonu ve onun konuğa yönelttiği sorularla ilerler, konuk çocukluktan itibaren hayat hikâyesini anlatır. Kişinin kendi hayat hikâyesini kendi sesi ve duygularıyla anlattığı programda izleyici anlatıcıyla empati kurma şansı yakalar. Ünlü konukların hikâyelerini anlattıkları “Katarsis” programında o ünlülerin de normal bir hayat akışına sahip olduğunun altı çizilirken, toplum tarafından ötekileştirilmiş konukların hayat hikâyelerini anlattığı “Katarsis X-tra” programında ise o hayatların detayları ve insani yönleri anlatılır. Anlatıcı çocukluğundan, aile yapısından, içine doğduğu şartlardan bahsederken aslında kendisini o ötekileştirilen kişi olmaya götüren süreci de izleyiciye betimlemiş olur. Hayatının ilerleyen dönemlerinden bahsettiği zamanlarda ise yine verdiği kararların nedenleri, o kişinin hayatındaki

² https://youtu.be/pPFRPIIxMKM?si=N6j7jOrDeZePB_58

³ <https://youtu.be/YNawYJ0XCtE?si=PrGEUAfgXX6Gmq31>

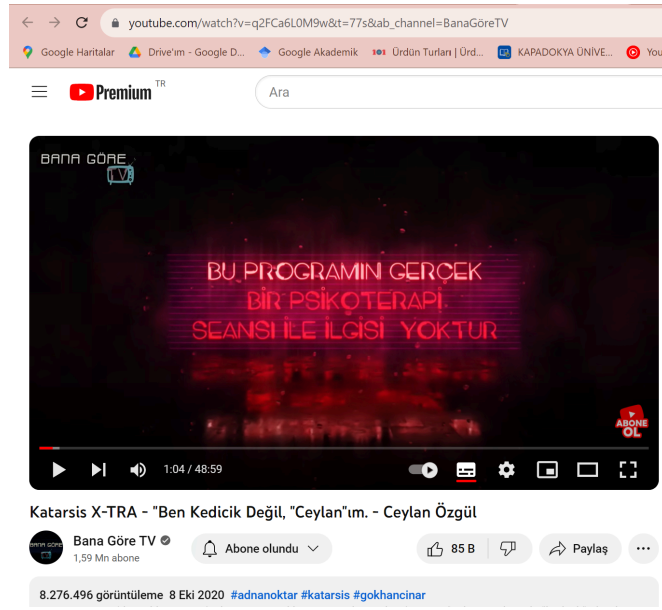
⁴ https://youtu.be/FN7sQhx3Wqw?si=1HWTRnomIcsT1_v3

⁵ <https://youtu.be/KCQrqPJuywM?si=vkXtQy7jnXsA5iRK>

hedefler ve amaçlar, başına gelen aksilikler, yaşadığı travmalar, karşılaştığı problemler, tehditler, riskler detaylı bir şekilde konuşulur. Anlatıcının hayattaki istekleri, hayalleri ve yaşadıkları bir arada konuşulduğunda, normalde ötekileştirilen ve kabul görmeyen bir yaşam tarzı daha anlaşılmasına açık bir hale gelir.

Programın sunuculuğunu üstlenen Gökhan Çınar, aynı zamanda projeyi tasarlayan kişidir. Uzman klinik psikolog unvanıyla programı sunan Çınar, 1983 doğumludur. Haliç Üniversitesi ve Maltepe Üniversitesi'nde psikoloji eğitimi almıştır. Özellikle ergen psikolojisi üzerine uzmanlaşan Çınar, bu alanda seminerler ve eğitimler gerçekleştirmiştir. Çınar, medya alanındaki çalışmalarına genç yaşta bir radyo programıyla başlamış ve hayatı boyunca sürdürmüştür. Şu anda Sinema-Televizyon anadalında doktora eğitimine devam etmektedir. 2019 yılında TEDx programında konuşmacı olmuştur ve Kafa Dergisinde yazarlık yapmaktadır. “Geçecek mi?” ve “Benim Evim Neresi?” adlı iki kitabı vardır. “Katarsis” ve “Katarsis X-tra” programlarıyla bilinen Çınar, 10 Mayıs 2023 tarihinde *Bana Göre TV* kanalında kendisiyle ilgili bir “Katarsis” bölümü yayınlamıştır. “Katarsis - Gökhan Çınar: Çok Karanlık ve Yalnızdım. Beni Unutmak Değil, Hatırlamak İyileştirdi”⁶ isimli bölüm, 08 Kasım 2023 tarihi itibarıyla 1.461.439 görüntüleme almıştır. Çınar bu programı bir psikolog olarak sunsa da programlarda bir psikoterapi seansı gerçekleştirilmemektedir, zaten psikoterapi seanslarının pratikte böyle bir bölüme yansıtılabilmesi mümkün değildir. Program bu anlamda izleyicisini de bilgilendirmek için her programın başında “Bu programın gerçek bir psikoterapi seansı ile ilgisi yoktur” ibaresine yer verilir.

⁶ <https://youtu.be/B3cUHNB1HyY?si=hvyB-tahAh6G-bZ2>

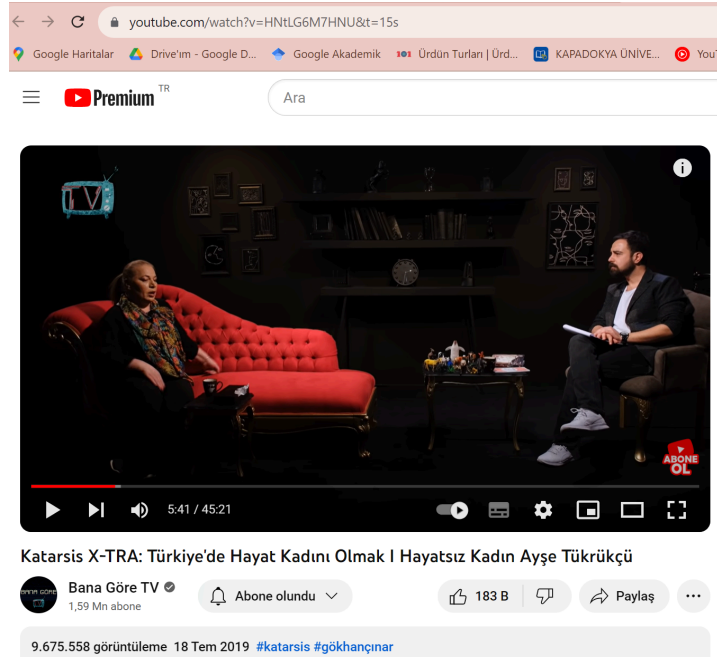


Resim 1: Ceylan Özgül bölümünün girişindeki ibare⁷

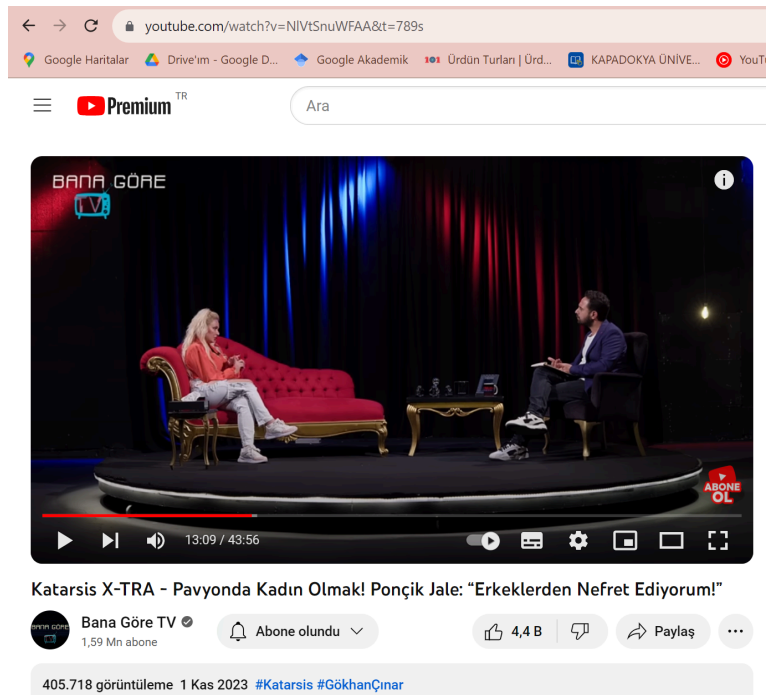
Programı işitsel ve görsel öğeler açısından değerlendirmek gerekirse öncelikle sade bir dekor ve hafif bir müzik kullanıldığı söylenebilir. Dekorun temel öğesi konukların oturduğu kırmızı uzun bir koltuktur. Kırmızı koltukta konuk otururken karşısında moderatör Gökhan Çınar ayrı bir koltukta oturur, yanında küçük bir sehpa ve elinde notları yer alır. Bu dekor ilk bölümden beri devam eder ancak yıllar içerisinde küçük değişiklikler yapılmıştır.

Yeni tasarımla yapılan küçük değişiklikler şu şekildedir; oturdukları alanın altına bir platform eklenmiştir, arka planda tiyatro perdesi gibi kalın bir perde ve üzerine yansıtılmış bir kırmızı ve bir mavi ışık görülür.

⁷ <https://youtu.be/q2FCa6L0M9w?si=c0a-7F0SCrzXA5ou>



Resim 2: İlk Katarsis X-tra bölümlerinden bir kesit⁸



Resim 3: 1 Kasım 2023 tarihinde yayınlanan Katarsis X-tra programı⁹

⁸ <https://youtu.be/HNtLG6M7HNU?si=NmYp06M3SgGPKy1a>

⁹ https://youtu.be/NIVtSnuWFAA?si=hPsMh7E9nL6Pl_V5

Hepsi birlikte düşünülduğünde dekorda sadeliğin tercih edildiği rahatlıkla söylenebilir. Işıklandırma için hem konuğun hem de moderatörün yüzlerinin ve rahat görülebileceği bir ışıklandırma tercih edilmiş ancak dramatik etki yaratacak bir ışık tasarımı seçilmemiştir. Bu ışıklandırmayla aslında daha mahrem bir ortam yaratılabilmiş ve bir televizyon yayınından ziyade iki kişilik konuşma ortamı oluşturulmuştur. Yapılan görüşmelerde Gökhan Çınar bu konuya şu şekilde değinmiştir;

Karanlık karanlığın sebebi de şu konukla baş başa olmak istiyorum. Yani kameramanların kabak gibi ortada olduğu ya da yönetmenin oradan görüldüğü bir düzen olmasın diye. Gördüğünüz gibi stüdyoda herkes biraz geridedir ve biz orada aslında baş başalığı yaşamaya çalışırız.

Çınar'ın da belirttiği gibi çekim esnasında da kullanılan ışık sayesinde ikili diyalog kurabilmek için uygun ortam sağlanmış, konuğun hayat hikâyesini daha mahrem bir çekim ortamında anlatması mümkün kılınmıştır. Bu ayrıntıyla birlikte aslında “Katarsis X-tra” programı, televizyonda yayınlanan kişilerin hayat hikâyeleri üzerinden ilerleyen gündüz kuşağı programlarından farklı bir hal alır. Bu programda konuk, kendi hayat hikâyesini, kendi sesiyle tek bir kişiye anlatır ve bu şekilde izleyici iki kişi arasında gerçekleşen daha mahrem bir konuşmaya şahitlik etmiş olur. Bir moderatör olarak Gökhan Çınar, konuğun anlatısındaki dramatik noktaların, travmaların üzerine gitmez. Anlatılardaki bu hassas noktaları daha da dramatikleştirmez dolayısıyla program acıdan beslenen bir yapıya sahip değildir. Bu anlatım tekniği ile izleyicinin dinlediği hikâyenin öznesi için sadece üzüntü duyması yerine onunla empati kurabilmesi ve onun hikâyesi üzerinden farkındalık kazanması mümkün olur.

Konuk çekimde/programda giyeceği kıyafete, kullanacağı saça ve makyaja kendi karar vermektedir. Moderatör Gökhan Çınar ise bölümlerde genelde bir blazer ve bir t-shirt giyerek yer almaktadır. Programda konuğun ve moderatörün ayrı ayrı yakın plan çekimleri ve ikisinin bir adet genel planı kullanılmaktadır. Program ses tasarımında da yine sade bir üslup benimsemiştir. Programda anlatım tamamen anlatıcının kendi sesiyle ilerler, dış ses veya başka bir anlatıcı yer almaz. Programda hiçbir ses efekti kullanılmamıştır. Sadece arka planda düşük düzeyde devam eden enstrümantal bir müzik yer alır. Bu görsel ve işitsel öğelerin hepsi birlikte düşünülduğünde anlatıcıyı ve

hikâyesini, onun duygularını öne çıkaracak bir tasarım benimsendiği görülür. Hem görsel tasarımda hem ışık ve kamera kullanımında hem de ses tasarımında konunun hikâyesinin önüne geçecek herhangi bir öğe yer almamaktadır. Yapılan tasarımla anlatıcının hikâye anlatacağı uygun ortam sağlanmış ancak hikâyeyi güçlendirecek, dramatize edecek veya duygusunu değiştirecek herhangi bir efekt, çekim tekniği ya da kurgu tekniği kullanılmamıştır.

Programların yayınlandığı *Bana Göre TV* kanalının yanı sıra 18 Ağustos 2022 tarihinde *Katarsis Shorts* kanalı açılmış ve *Bana Göre TV* kanalında yayınlanan uzun bölümlerden kısa kesitler olarak ‘shorts’ formatında bu yeni kanalda yayınlamaya başlamıştır. *Katarsis Shorts* kanalının 11 Kasım 2023 tarihindeki verilere göre 13.5 bin takipçisi bulunmaktadır. Ancak bu kanalda sadece 17 video yayınlanmıştır. 6 Eylül 2022 ve 25 Eylül 2022 tarihleri arasında yayınlanan 17 videodan sonra tekrar bu kanal kullanılmamış, shorts formatında yayınlar *Bana Göre TV* kanalından devam etmiştir. 11 Kasım 2023 tarihli veriye göre 1,59 milyon abonesi olan *Bana Göre TV*’de her hafta “Katarsis” ve “Katarsis X-tra” programlarının bölümler, haftalık olarak yayınlanmakta ve şu ana kadar tam 191 video yüklenmiş bulunmaktadır. *Bana Göre TV* kanalı 28 Şubat 2019 tarihinde açılmış ve verilerin toplandığı 11 Kasım 2023 tarihine kadar tüm videoları için toplam 280,484,803 görüntülenme almıştır.

Kanaldaki içeriklerin izlenme sayıları hakkında genel bir fikir sunabilmek için en çok izlenen 3 “Katarsis” ve “Katarsis X-tra” videosuna, bu videoların yayın tarihi, izlenme, beğeni ve yorum sayılarına yer verilmiştir. Yine 11 Kasım 2023 tarihindeki veriler baz alındığında kanalda en çok izlenen video bu tez çalışmasının da örnekleminde bulunan “Katarsis X-tra – Mehtap Yılmaz: Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!”¹⁰ videosudur; video 17 Eylül 2020 tarihinde yayınlanmış ve o günden itibaren 9,808,721 izlenme, 119 bin beğeni ve 10 bin yorum almıştır. İkinci video ise 19 Temmuz 2019 tarihli “Katarsis X-tra: Türkiye’de Hayat Kadını Olmak – Hayatsız Kadın Ayşe Tükürükçü”¹¹ videosudur ve 9,671,920 izlenme, 183 bin beğeni ve 14 bin yorum almıştır. Üçüncü video ise bir “Katarsis” bölümüdür. 25 Kasım 2021 tarihinde yayınlanmış “Katarsis – Kadir Ezildi: Babamı Hatırlamıyorum ve Yaşattıkları

¹⁰ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=rc9ZYhVWFxhcNSn>

¹¹ <https://youtu.be/HNtLG6M7HNU?si=NmYp06M3SgGPKy1a>

Yüzünden Onu Affetmiyorum"¹² bölümü 8,871,121 izlenme, 164 bin beğeni ve 6900 yorum almıştır.

15 Kasım 2023 tarihinde *Bana Göre TV* YouTube kanalında videoların tamamı popülerliğine göre sıralandığında en çok izlenmiş beş “Katarsis X-tra” bölümü ise şu şekildedir:

Bölüm Adı	Yayın Tarihi	İzlenme Sayısı
Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!”	17 Eylül 2020	9.813.003
Katarsis X-TRA: Türkiye'de Hayat Kadını Olmak I Hayatsız Kadın Ayşe Tükrükçü ¹³	18 Temmuz 2019	9.675.548
Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha ¹⁴	16 Nisan 2020	8.307.235
Katarsis X-TRA - "Ben Kedicik Değil,	8 Ekim 2020	8.268.535

¹² <https://youtu.be/pPFRPIIxMKM?si=PCkLnSMXKbp6uGdp>

¹³ <https://youtu.be/HNtLG6M7HNU?si=2yZUJQ0n9ErXAw7w>

¹⁴ https://youtu.be/TbfrsavhyHg?si=qxZvrt0wvClvw_x

"Ceylan"ım. - Ceylan Özgül ¹⁵		
Katarsis X-TRA - Dilan Polat: Annemi de Öldürse Babam O Benim! ¹⁶	20 Nisan 2022	7.430.338

Tablo 2: En çok izlenen bölümler

Görüldüğü gibi “Katarsis X-tra” programlarının en çok izlenen 5 bölümünden üçünü pavyon hayatı ve seks işçilerine ilişkin konular oluşturmaktadır. En çok izlenen videolardan Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!” ve “Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha” bölümleri bu tez çalışmasının örnekleminde olup bir sonraki bölümde içerikleri detaylıca incelenmiştir.

Diğer çok izlenen video ise Ayşe Tükürükçü’ye aittir. Yukarıda o bölümden bir kesite yer verilmiştir. Günümüzde bir hayırsever olarak da tanınan Tükürükçü, programda çocukluğundan ve ailesinden başlayarak genelevlerde geçen yıllarını anlatır. Acılı yıllarından sonra genelevden ayrılan ve zaman içerisinde “Hayata Sarıl” projesi kapsamında Hayata Sarıl Lokantasını açan Tükürükçü, lokantasında evsiz insanlara ücretsiz yemek dağıtarak destek olmaktadır. Projesiyle tanınan Tükürükçü 2019 yılının başlarında TEDx konuşmaları yapmış ve medyada tanınırlığı artmıştır. Kazandığı tanınırlığı ardından 18 Temmuz 2019 tarihinde de “Katarsis X-tra” bölümünde yer almıştır. İsmi tanınırlığı ve bahsettiği konuların bir tabu haline gelmiş olması bölümün ilgi çekmesinde ve çok izlenmesinde etkili olduğu söylenebilir.

Bir sonraki bölüm Ceylan Özgül’ü konu alan bölümdür. Ceylan Özgül, Adnan Oktar cemaatinin eski bir üyesidir ve ‘kedicik’ lakabıyla televizyon ekranlarında da yer almış bir isimdir. Bu bölümde Özgül, cemaatte kaldığı 11 yıl boyunca yaşadıklarını, cemaate

¹⁵ https://youtu.be/q2FCa6L0M9w?si=FLT_6e5yFfmXUbH-

¹⁶ <https://youtu.be/6wVvmO-MGsU?si=afxhoGozaTWz-Kr>

dair bilgileri ve kendi kurtuluş hikâyesini anlatmaktadır. 2018 yılında Adnan Oktar'ın tutuklanmasının ardından ilgi çekici ve merak uyandırıcı bir konu haline gelen cemaat hayatının direkt birebir içinde bulunan ve şehit olan bir kişi tarafından anlatılıyor oluşu bu bölümü ilgi çekici kılmış ve yüksek izleme almasına sebep olmuştur.

Son olarak, beşinci en çok izlenen video sosyal medya fenomeni Dilan Polat'ın hayat hikâyesini anlattığı bölümdür. Özellikle annesini kaybettiği süreci anlatan Polat'ın videosu Ekim 2023 tarihinde başlayan tutuklama süreci ile birlikte en çok izlenen videoların arasına girmiştir. 3725 yorum almış olan videonun yorumlarının çoğu son 2 ayda gelmiştir. Bu bilgiye dayanarak videonun çok izlenmesinin ardında son aylardaki Dilan Polat olaylarının etkisi olduğu söylenebilir.

Bana Göre TV yapım ekibinin YouTube Analytics üzerinden 17 Kasım 2023 çıkarttığı rapordaki verilere göre kanalın izleyici kitlesi hakkında veri toplanmıştır. Çıkartılan rapor son 28 günlük izleyici aktivitesini kapsar. Bu verilere göre *Bana Göre TV* kanalındaki videoları görüntüleyen kitlenin %70'ini kadın, %29,8'ini erkek ve %0,3'ünü ise cinsiyeti belirtilmemiş kullanıcılar oluşturmaktadır. Sağlanan verilerde görüntüleyenlerin yaşı yedi farklı grupta verilmiştir; 13-17 yaş aralığı %2,2, 18-24 yaş aralığı %24,7, 25-34 yaş aralığı %33,6, 35-44 yaş aralığı %20, 45-54 yaş aralığı %11,3, 55-64 yaş aralığı %5,8 ve son olarak 65 yaş ve üstü izleyicilerin oranı %2,4'tür. Görüntüleyenlerin konumuna göre sıralandığında ilk sırada Türkiye ve sonrasında sırasıyla Almanya, Azerbaycan, Hollanda ve Fransa gelmektedir. Görüntüleyenlerin abonelik durumuna bakıldığında abone olmayan kullanıcıların sayısının (3.537.054), abone olan kullanıcılardan (651.785) oldukça yüksek olduğu görülür. Kanalın en yüksek abone getiren kaynağının YouTube izleme sayfası olduğu ekip tarafından sağlanan verilerden anlaşılmaktadır.

4.1.2. Seçilen Bölümler

Bu tez çalışmasının örnekleme “Katarsis X-tra” bölümlerinden iki tanesi dahil edilmiştir. Bu videolar Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı

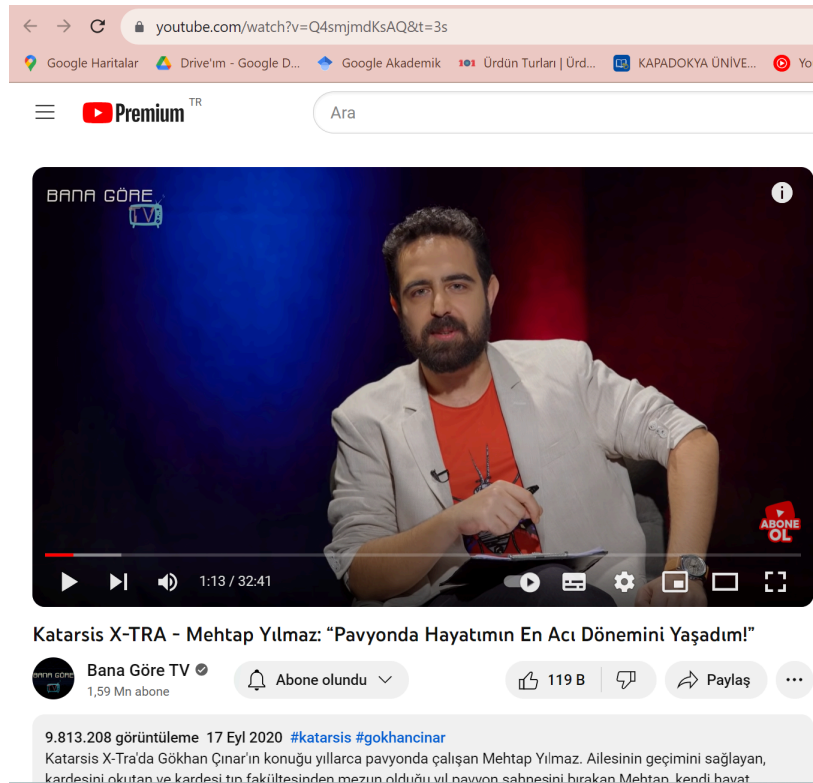
Dönemini Yaşadım!”¹⁷ bölümü ve Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü-Deniz Taha¹⁸ bölümüdür. Bahsedilen videolar sırasıyla 17 Eylül 2020 ve 16 Nisan 2020 tarihinde yayına girmiştir ve 15 Kasım 2023 tarihiyle kanalda en çok izlenen birinci ve üçüncü video durumundadırlar. Videolar, payvonda çalışan Mehtap Yılmaz’ın hayatını ve seks işçisi olan Deniz Taha’nın hikâyesini anlatır. Her ikisi de toplumda konuşulmaktan kaçınılan temalara sahiptir. Temelinde cinsellik olan bu temalar Türkiye’de tabulaşmış ve üzerine konuşulamayan konulardır. Birçok kültürde bekarlık, mastürbasyon, evlilik dışı cinsel birliktelik gibi cinsellik temelli konular tabu olarak görülmektedir ve Türk toplumu “cinselliğin tabu olarak görüldüğü ve cinsel konuların açık olarak konuşulmadığı toplumlardan biridir” (Bolsoy ve Sevim, 2006, Civil ve Yıldız, 2010, Arousell ve Carlbom, 2016 ve Torun, Torun ve Özaydın, 2011’den aktaran Derya vd., 2017: 2). Bu tür konuların üzerine konuşulmadığı için her zaman bir merak konusu olmuştur. Bu merak sayesinde de cinsellik konusunun konuşulduğu bölümler en çok izlenen bölümler olmuşlardır. Bu tez çalışmasının örnekleme dahil edilen bölümler çok izlendikleri için daha çok veri sağlayabilecekleri düşünülerek seçilmişlerdir. Mehtap Yılmaz’a ait olan bölüm tam 10.196 yorum ve Deniz Taha’nın bölümü ise 10.932 yorum almıştır. Bu iki bölümün dışında Ayşe Tükürükçü’nün bölümü daha fazla yorum almıştır. 14.905 yorum almış olan Ayşe Tükürükçü bölümü, kişinin bu program dışında başka kanallarda da tanınmasından dolayı örnekleme dahil edilmemiştir. Ayşe Tükürükçü, “Katarsis X-tra” programı dışında da bir yardımsever olarak tanınmaktadır ve “Katarsis X-tra” programına yakın tarihte başka programlara da katıldığı için tanınırlığı artmış ve hikâyesi duyulmuştur. Dolayısıyla videoya yorum yapan izleyicilerin sadece “Katarsis X-tra” programından duydukları üzerinden anlamlar üreteceği söylenemez. Bu sebeplerle en çok izlenen videolar arasında olsa da Ayşe Tükürükçü’nün videosu örnekleme dahil edilmemiştir.

¹⁷ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=n0hd9OFzotN-wLzA>

¹⁸ <https://youtu.be/TbfrsavhyHg?si=nKH6CYfr9-IWYwHg>

4.1.2.1. Mehtap Yılmaz Bölümü

Bu bölüm Mehtap Yılmaz'ın pavyonda çalıştığı sürede neler yaşadığını ve bir insan olarak hayat hikâyesini anlatır. Bölüm 17 Eylül 2020 tarihinde yayınlanmıştır. Tam 32 dakika 41 saniye süren bölüm kısa bir fragmanla başlar ve Gökhan Çınar'ın açılış konuşmasıyla devam eder.



Resim 4: Katarsis X-tra Mehtap Yılmaz bölümünün açılışında Gökhan Çınar¹⁹

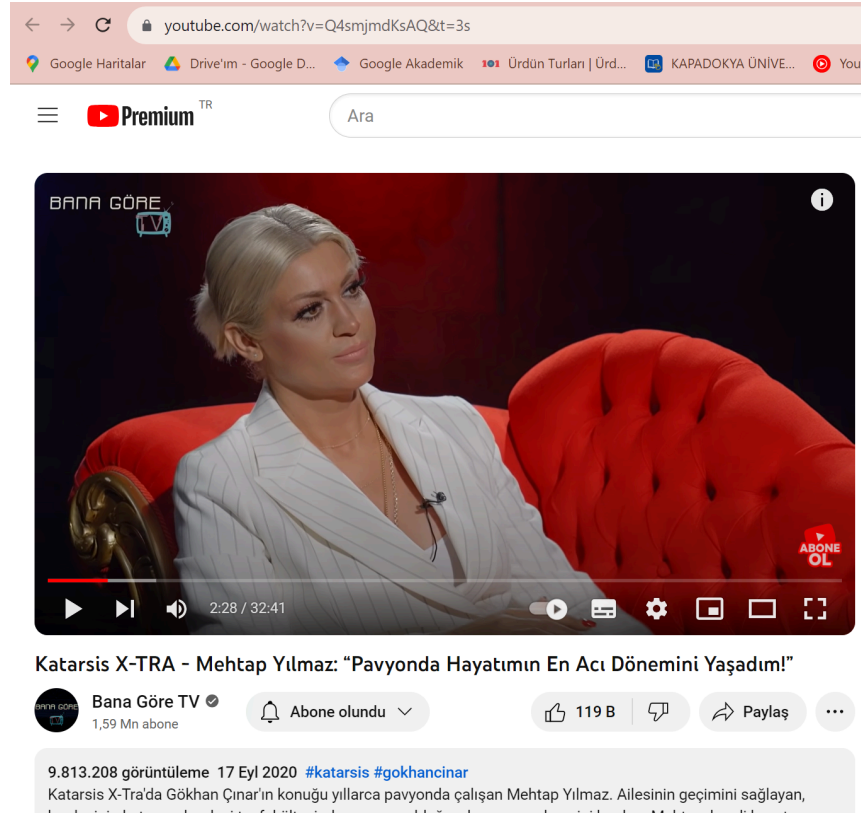
Çınar konuşmasına şu sözlerle başlar:

Biz bu programda inatla gönüllülikle insan hikâyeleri anlatmaya devam edeceğiz. Karşımda bir kırmızı koltuk var ve bu koltuğa yaşayan hikâyesi olan başka başka sıfatlarla, mesleklerle değerlendirirsek anlatsak bile aslında özünde insan olan herkes gelmeye devam edecek. Ne mutlu ki gerçekten hayatın şeklini, biçimini, görünümünü değil de o hikâyelerin özünü konuşmaya devam ediyoruz.

Çınar bu sözleriyle aslında konuk edilen kişilerin toplumdaki görünüşlerinin ardında insani bir hikâye olduğunu vurgulayarak açar programı. Ardından Mehtap Yılmaz

¹⁹ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=8x8IGHAEPH7PI4fz>

çocukluğundan itibaren hayat hikâyesini anlatmaya başlar. Annesi ve babasının anlaşamadığını, babasının fiziksel şiddet uyguladığını ve bir çocuk olarak kendisini hep yalnız hissettiğini anlatır.



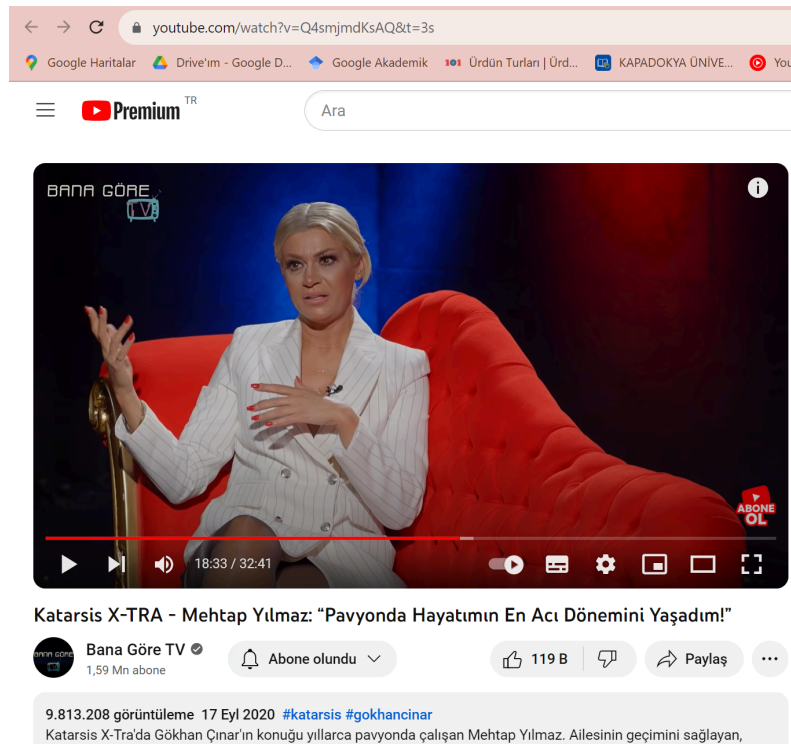
Resim 5: Mehtap Yılmaz²⁰

Babasının annesine şiddet uygulamasının, küçük yaşta aile içi şiddete maruz kalmasının onda açtığı yaralara değinen Yılmaz, hayatı boyunca travmatik anları aklından çıkaramadığından bahseder. Yılmaz sonrasında çocuk yaşta çok yakın bir akrabası tarafından taciz edildiğini ve yine erken yaşta çalışmaya başladığını söyler. Ailesini geçindirebilmek için birçok farklı yerde çalıştıktan sonra şarkı söylemeye başlayan ve pavyon hayatına giren Yılmaz, ilk sahne aldığı zamanı şöyle anlatır:

15-16 civarında, işte bir üzerimde bir kıyafet var, kostüm var işte. Çıktım ilk gazino kadınlar oturuyor hep böyle erkekler yarı çıplak bir şekilde kadınlar da. Tuhaf geldi bana. Masalarda böyle hani içkiler içiliyor ama sahte bir şeyler dönüyor orda. ... böyle dikiliyorum şarkı söylüyorum ulan diyorum kendi kendime içimden vay ben ne yaşıyorum diyorum yani

²⁰ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=8x8IGHAEPH7PI4fz>

Bu sözlerle pavyon hayatının başlangıcını aktaran Yılmaz, daha sonra pavyonda gördüğü sahte hayattan ve şahit olduğu travmatik olaylardan bahseder. Zaman içerisinde popülerleştiğini ve aynı zamanda 8-10 farklı pavyonda sahne aldığını söyleyen Yılmaz, sahip olduğu şöhretin yanında büyük tehditlerle karşılaştığını ve ailesini korumak için ailesini o ortamdan hep uzak tuttuğunu anlatır. Sonrasında ise kendi hayatını tehdit eden saldırılara maruz kaldığını, iyi para kazansa da arka planda çok büyük zorluklar çektiğini, yaşadığı hayatı ve yaptığı işi hiç sevmediğini söyler. Bu noktada, Gökhan Çınar bu sevmediği işte ve çalışma ortamında devam edebilmek için kendisini nasıl motive ettiğini, nasıl orada devam edebildiğini sorar.



Resim 6: Mehtap Yılmaz kardeşini anlatırken²¹

Mehtap Yılmaz, Çınar'ın sorusu üzerine bütün fedakarlıkları kardeşini okutmak için yaptığını ve kardeşi Hacettepe Tıp Fakültesi bitirdiğinde çok gururlandığını şu sözlerle anlatır:

Benim erkek kardeşim Hacettepe Üniversitesini birincilikle bitirdi, Tıp Fakültesini. Çok iyi bir doktor. Hacettepe hastanesindeydi, görevdeydi, ben onu

²¹ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=8x8IGHAEPH7PI4fz>

gidip ziyaret ettiğim zaman ilk beyaz önlükle gördüğüm zaman, çok ağlamıştım. Yani nasıl anlatayım ya, çok gururlandırdı. ... yani bilmesinler belki üniversitede arkadaşları, işte ablası pavyonda çalışıyor falan filan diye çocuğu hani rencide etmesinler ya da kız arkadaşlarının yanında üzülmesin ya da arkadaşların yanında incinmesin falan diye çünkü sonuçta bakarsan yaptığımız iş belli ... Gökhan bey yani planlarımda vardı diyordum ki mezun olduğu zaman benim jübilem bitiyor ... diplomayı aldıktan sonra ben de kurtuldum oradan yani kafaya koymuştum çünkü bırakmayı kafaya koymuştum daha neden yapayım ki? ... amacım vardı çünkü oydu. Onu da başardım kendimle gurur duyuyorum hayatta en güzel yaptığım şey belki de budur.

Bu cümleleri sarf ederken o ana kadar çok sert ve net konuşan Yılmaz'ın duygulandığı ve ağlamaklı olduğu görülür. Pavyonda çalıştığı süre boyunca tek hedefinin kardeşini okutmak olduğu ve bunu başardığını gördüğünde duygulandığını söyleyen Yılmaz'ın videosuna gelen yorumların çoğu da bu duygulandığı kısım ile ilgilidir. Bunun önemli sebeplerinden biri, Yılmaz'ın kendini bir kurban ya da kader mahkumu olarak nitelendirmek yerine bir hedef uğruna çalışmış ve amacına ulaştığı için kendisiyle gurur duyan, güçlü bir karakter olarak ortaya koymasındır. Yılmaz, konuşmasında bir önemli noktaya daha değinir, o da pavyonda çalıştığı yılları ailesinden ve özellikle kardeşinden saklamış olmasıdır. Yılmaz, kardeşinin çevreden göreceği tepkilerden çekindiği için bunu sakladığını ve onun üzülmesini istemediğini söyler. Bu sözleriyle de yaptığı meslek ile toplumdan dışlanmış olduğunu ve ötekileştirilmiş olduğunu aslında kendisi de dile getirmiş olur. Ki bu anlatımının devamında Çınar'ın ailesi ve çevresi öğrendikten sonra olanları sormasıyla Yılmaz ötekileştirilmesini ve çevresinden aldığı tepkileri biraz daha detaylı anlatır.

Şimdi bir anne sonuçta kızı pavyonda çalışıyor bildikleri zaman derler değil mi pavyon kadını. ... yani sabah geliyorsun makyajın saçların bilmem ne yani her şeyin oraya uygun, hani oraya uygun oradaki portföy neyse onu yapıyorsun sonuçta baktığın zaman. Ne kadar şarkı da söylersen söyle, seni orada bir hayat kadını olarak görüyorlar. Hani sana yazılmış bir hayat kadınısın. Sen pavyon kadınısın, senin o pavyon kapısından içeri girdikten sonra senin şarkıcı olduğun veya şey olduğun senin komşun akraban, onun hiç umrunda değil. Seni pavyon kadını olarak görüyorlar ve bunun annemin kendi yakınlarından da duyması. Benimle ilgili çok çok şeyler söylediler.

Bu cümlelerle Yılmaz, bir “pavyon kadını” damgasıyla yaşadığını ve çevresinin onu nasıl gördüğünü, arkasından konuştuklarını ve annesinin de bu durumdan etkilendiğini

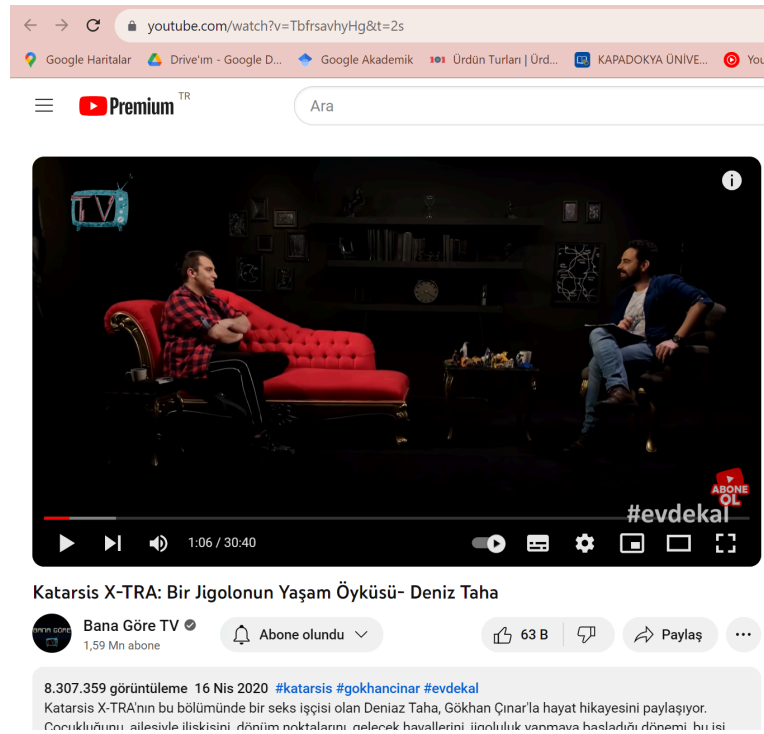
ifade eder. Bir kişi pavyonda çalıştığında ne iş yaptığından bağımsız olarak aynı kalıba sokulduğunu, hayat kadını olarak görüldüğünü ve toplumdan da bu şekilde yorumlar aldığını söyleyen Yılmaz, televizyondaki şarkı yarışmalarına katılıp ün kazandıktan sonra kişilerin tavrının tamamen değiştiğinden de bahseder. Yılmaz, aslında aynı işi yaptığını, iki yerde de şarkı söylediğini belirtir ancak yakın çevresinden aldığı tepkiler oldukça farklıdır.

Beni pavyon kadını olarak görenler benden utananlar, benimle fotoğraf çektirmek istiyorlar. Benim ziyaretime gelmek istiyorlardı, İstanbul'a geldikleri zaman. Neden? Siz o zaman siz vardınız da, ben pavyonda şarkı söylerken, ben annemle kardeşlerime bakarken, tek başıma siz neredeydiniz? Ben o zaman hayat kadınıyım pavyon kadınıydım diye görüyordunuz. ... İşte bu insanı yaralayan da bunlar.

Sadece şarkı söylediği yerin değişmesiyle, “pavyon kadını” damgasından kurtulan ve çevresinden yakın ilgi görmeye başlayan Yılmaz, yaşadığı ikiyüzlülüğün onu asıl yaralayan nokta olduğunu ifade eder. Toplumda herkesin mesafeli durduğu, ‘öteki’ olarak gördüğü, kabul görmeyen ve sürekli eleştirilen bir kişi olmanın zorluklarını, bunun onda açtığı yaraları, hissettirdiklerini ve yaşadığı iki yüzlülüğü bu şekilde anlatır. Pavyonda çalışan bir kadının en sonunda yalnız öleceğini söyler. Konuşmasının geri kalanında da ilerleyen hayatında televizyon programlarına katıldığında etrafından gördüğü ilgiden ve pavyon hayatına duyulan meraktan bahseder. Yılmaz’ın da bahsettiği merak, aslında ötekileştirilip, eleştirilen ve toplumdan uzak tutulan hayat tarzının bir yandan da merak ediliyor oluşudur. Uzak tutulan ve dolayısıyla bilinmeyen bir hayat tarzıdır ötekileştirilen. Bilinmediği için korku uyandırır, çekince uyandırır ve aynı zamanda da meraklandırır. Bunların sonucunu destekleyecek şekilde Mehtap Yılmaz, yaşadığı iki yüzlülüğü anlatır, hayatına duyulan ilgiden bahseder ve “Katarsis X-tra” programında hikâyesini olduğu gibi açık açık anlatabilmenin ona verdiği mutluluktan bahsederek programı bitirir.

4.1.2.2. Deniz Taha Bölümü

Bu bölüm Deniz Taha'nın bir seks işçisi/jigolo olarak çalıştığı dönemde neler yaşadığını, ailesini, bu işe nasıl başladığını ve bu sürecin onda bıraktığı izleri anlatır. Bölüm 16 Nisan 2020 tarihinde pandemi sırasında yayınlanmıştır ve “#evdekal” etiketini taşır. Toplam süresi 30 dakika 40 saniye olan bölümde 1 dakika 40 saniyelik kısa bir fragmanın ardından Gökhan Çınar ve Deniz Taha'nın diyalogu başlar.



Resim 7: Deniz Taha bölümünün başlangıcı²²

Açılıшта Gökhan Çınar, Deniz Taha'ya hoş geldin dedikten sonra izleyiciye şu sözlerle seslenir:

Başlarken bizi izleyenlere bir çağrım var. Elinizden geldiğince aklınız vicdanınız yettiğince o içinizdeki bütün ön yargıları bir tarafa bırakın. Deniz aslında bugün bize yaptığı işi anlatacak. O bir seks işçisi bir jigolo ama sadece bundan ibaret değil. İnsanız hepimiz ... Bugün de bu programda hep rica ettiğim gibi herkes akli vicdanı yettiğince o empati penceresinden baksın istiyoruz.

²² <https://youtu.be/TbfrsavhyHg?si=XyJmJDdu7dtAo2DI>

Bu cümleleriyle seyirciye vicdanlı olma, ön yargıları geride bırakma ve empati kurma çağrısı yapan Çınar, aslında konuşulacak konunun hassasiyetinden dolayı önceden seyirciye seslenir. Seks işçisi olarak çalışan bireyler genel olarak ön yargıya, ötekileştirilmeye maruz kalıyor olsa da bu meslek daha çok kadınlara atfedilmiş bir meslek olarak kabul görmektedir. Seks işçiliğinden bahsedildiğinde ilk akla kadın gelir ve temelde kadının yaptığı bir iş olarak görülür ancak erkek seks işçileri de vardır. Erkek seks işçisi yani jigolo kavramı üzerine çok daha az konuşulan ve üzerine daha az çalışılan bir kavramdır. Kadın cinselliğinin kabul görmemesiyle, ona hizmet veren erkek seks işçileri de toplumda yok sayılmıştır. Bu bağlamda, erkek seks işçileri daha da ötekileştirilmiş bir konumdadır.

Çınar'ın açılış konuşmasının ardından, Taha çocukluk yıllarını anlatmaya başlar. Anne ve babasının mutlu bir evlilikleri olmadığından, anlaşamadıklarından ve geçinemediklerinden söz eder. Babalarından hem sözel hem de fiziksel şiddet gördüklerini söyler. Babasıyla ilişkisinin hep para üzerinden gerçekleştiğini ve birlikte bir paylaşımları olmadığını söyleyen Taha, ilerleyen yıllarda ablasının ve ağabeyinin o şiddet ortamından uzaklaşmak için evden ayrıldıklarını ancak kendisinin annesini o evde yalnız bırakmamak için evden ayrılmadığını anlatır. Fakat sonrasında babasının annesine uyguladığı şiddetin artmasıyla annesinin boşanma kararı aldığını ve boşanmadan sonra annesinin başka biriyle birlikte olduğunu ifade eden Taha, annesinin evlendiği kişinin kendisini istememesi sonucu annesiyle de bağlarının koptuğunu söyler ve bunu şu sözleriyle anlatır:

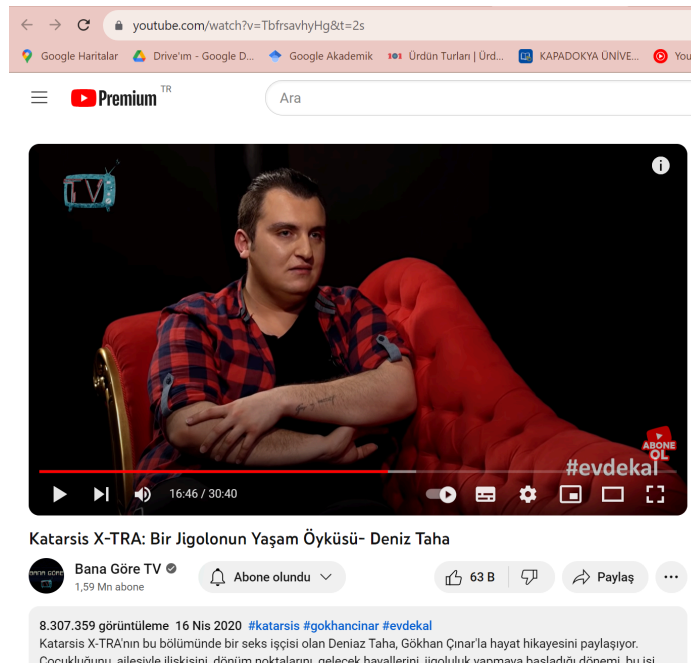
O zaten babamın dışında benim için hayatımdaki en büyük yıkım, yok oluş. Keşke beni dövseydi ama onu yapmasaydı. Ben onun için ablamı reddettim, ağabeyimi reddettim. Ona destek olabilmek için onun yanında kaldım ama o bir başkasıyla tanışıp evlendi ve adam beni istemediği için de beni silmişti.

Bu yaşadıklarından sonra Taha, evden ayrılır bir arkadaşının yanına yerleşir, liseyi bırakır ve garson olarak çalışmaya başlar. O arkadaşıyla aynı işte çalışırken, arkadaşının kendisinden çok daha fazla para kazanabildiğini fark eder ve seks işçiliği ile tanışır. Tanışmasını şöyle anlatır:

Bir gün dedim ki sen nasıl geçiniyorsun ya? Aldığımız maaş belli. Şef garson orada aldığı maaş belli. Evet, bizden çok alıyorsun ama nasıl geçiniyorsun? İşte

o cümleyi kullandıktan sonra benim şimdiki hayatım başladı. ... Anlattı dedi ki ben seks işçiliği yapıyorum. Otellere gidiyorum yaşı benden büyük insanlarla yemeğe çıkıyorum. Sadece şaşırdım çünkü hayatımda ilk kez öyle birini tanıyorum. Merak ediyordum. ... Bu sefer ben evdeyken eve müşteri gelmeye başladı, yani görüştüğü kadınlar gelmeye başladı.

hikâyesini anlatırken Taha, kendisinin de şaşırdığını ve merak ettiğini söyler. Aslında bu ana kadarki hikâyede net bir şekilde zor ancak normal bir hayat hikâyesinin, nasıl ötekileştirilen bir bireyin hikâyesine dönüştüğüne seyirci şahit olur. Damgalanıp ötekileştirilen ve toplumdan uzaklaştırılan bireyin, özünde yardıma ihtiyaç duyan ve yalnız kalmış bir genç olduğu görülür.



Resim 8: Deniz Taha²³

hikâyenin bu kısmından sonra Taha'nın o arkadaşı vasıtasıyla seks işçiliğe nasıl başladığı adım adım anlatılır. Taha, ev arkadaşının isteği üzerine bir kadınla tanıştığını ve o kadınla bir arkadaşlık kurduğunu, bu arkadaşlık karşısında para aldığını, kadınla cinsel ilişki yaşadından sonra daha fazla para aldığını, kadının parayı ona 'harçlık' adı altında verdiğini ve onu sevgilisi olarak gördüğünü anlatır. Kendisinin bir seks işçisi olduğunu fark ettiği süreci ise şöyle anlatır:

²³ <https://youtu.be/TbfrsavhyHg?si=XyJmJDdu7dtAo2DI>

Kadın arkadaşımınla görüşmeni istiyorum dedi. Kaldım şöyle bir, gerçekten mi dedim, şaşırđım çünkü ben onu sevgilim gibi görüyordum. ... Evet dedi, gerçekten dedi, benim verdiğim harçlığın sana birazcık daha fazlasını verecek dedi falan. İşte o an şeyle karşılaşmıştım, ben bir artık jigoloydum. Görüştüm kadınla. Ondan da artık harçlıktan çıktı, ücrete döndü olay, ücretimi aldım.

Bunları yaşadıktan sonra yavaş yavaş daha fazla insanla birlikte olduğunu, birlikte olduğu kişilerle bir süre daha sevgi bağı kurmaya devam ettiğini ancak bunun da bir noktada bittiğini söyler. Birçok farklı insanla karşılaştığını, evli çiftlerle birlikte olduğunu, farklı farklı fanteziler istendiğini ve hatta müşterilerinin talebi üzerine onlara şiddet uyguladığını anlatır. Bunlardan sonra ise hissizleştiğini dile getirir:

Aslında bana bir hoşlantı değil de beni bir seks objesi olarak gördüklerini fark ettim. Aslında ben onların hayatında sadece bir zevk meselesiydim. O dakikadan sonra onlar da benim için bir artık paraydı sadece. ... belirli süreden sonra artık canavara dönüşüyorsunuz ... artık duygu diye bir şey kalmadı ki şu an bende.

Bu noktadan sonra Taha, yaşadığı ekstrem olaylara örnekler verir ve anlattığı her türlü cinsel isteklerin, kurulan evlilik dışı ilişkilerin, ensest ilişkilerin ve çeşitli cinsel fantezilerin tamamının toplumda konuşulmadığını ancak gerçek olduğunu söyler:

Siz bile inanmıyorsunuzdur ama bunların hepsi gerçek. Türk toplumu dışlıyor ama bunların hepsi gerçek.

Bu cümleleri kurduktan sonra toplumda cinselliğin ve cinsel fantezilerin konuşulamamasından ve bu sebeple insanların bu isteklerini tatmin etmek için kendisine geldiklerini söyler.

Eşimle bunu yapamıyorum, işte kocamla bunu yapamıyorum. Çünkü bizden istediklerini eşlerinden isteyemiyor kadınlar, utanıyorlar, çekiniyorlar, onlardan alamadıklarını bizde tamamlıyorlar.

Toplumda üzerine konuşulmayan, dillendirilmeyen ve baskılanan hislerin ve isteklerin yok sayılsa da onaylanmasa da var olduğunu Deniz Taha yaşadıklarıyla anlatır. Taha, bunları anlattıktan sonra bu mesleğin hayat boyu sürdürülemeyecek olduğunu, kendisinin de bir aile kurmak istediğini bu sebeple mesleği bıraktığını ve şu an Hacettepe Üniversite'sinde öğrenci olduğunu söyler. Kendi babasından görmediği

sevgiyi ve ilgiyi kendi çocuğuna göstereceğini, hayatı onunla paylaşacağını ifade ederek bölümü bitirir.

4. 1. 3. Yapımcı Yorumları

Bu bölümdeki verilerin tamamı *Bana Göre TV* yapım ekibiyle 25 Kasım 2022 tarihinde yapılmış olan görüşmelerden toplanmıştır. Farklı görevlerden 6 kişi ile görüşülmüş ve önceden hazırlanan sorular görüşmecilere yöneltilmiştir. Görüşme esnasında, görüşülen kişinin ekipteki görevine ve diyalogun ilerleyişine göre bazı sorular atlanmış veya değiştirilmiş ya da tamamen yeni sorular eklenmiştir. Görüşmecinin izniyle görüşmelerin ses kaydı alınmıştır. Alınan ses kayıtları daha sonrasında bilgisayar ortamında deşifre edilmiş ve her bir sorunun cevabını gösteren bir Excel tablosu oluşturulmuştur. Bu tablo üzerinden görüşmecilerin söyledikleri farklı temalarla sınıflandırılmış ve sınıflarına göre farklı renklerle vurgulanmışlardır. Yapılan bu okuma esnasında belirlenen temalar, bu bölümün alt başlıklarını oluşturmaktadır. En başta programın tasarım sürecinde ve başlangıcında ekibin hedefleri ve amaçları, sonrasında yapım aşaması ile ilgili detaylar, konuklarla iletişim süreçleri, etik konular ve en sonda ise programın aldığı tepkiler ve geri dönüşler bu bölümde tartışılmıştır.

4. 1. 3. 1. Ekibin Hedefleri ve Amaçları

Bu bölümde yapılan görüşmelerde verilen cevaplar üzerinden ekibin programla ilgili hedefleri ve amaçları tartışılmıştır. Normalde üzerine konuşulmayan konuları konuşan ve toplumda ötekileştirilen bireyleri konuk eden bir program olan “Katarsis X-tra” programının yapım ekibinin bu programla ilgili kişisel motivasyonları çok kıymetlidir. Ekibin hedefleri, amaçları ve onlara heyecan veren noktalar programın da hedefini, amacını ve ana omurgasını temsil eder niteliktedir. Bu sebeple görüşmelerde, en başta her görüşmeciye programa katılırken ki hedefleri ve onlara heyecan veren noktalar sorulmuştur. Ekip üyelerinin cevaplarından önce programı tasarlayan Gökhan Çınar’ın program için düşündüğü hedefler ve amaçlardan bahsetmek gerekir. Yapılan görüşmede Çınar programı tasarlarırken iki temel hedef belirlediğinden bahseder:

Benim aslında amacım gerçekten psikolojik okur yazarlık ve psikolojik dili, duyguyu, zihni, insanların kendi içinde aslında birazcık daha öğretici olmak kısmıydı ilk motivasyonum. İkinci motivasyonum zaman içinde gelişti. Toplumsal utanç meseleleri var ülkede de dünyada da. Yani işte gerçekten dönüp baktığımız zaman katliamlar, patlamalar, ondan sonra toplumsal şiddete maruz kalmış olan ırklar, ötekileştirilenler. Bir yandan da gerçekten böyle üstüne utanç yüklenen, utanç yüklendikçe susulan ya da bazı insanların onlara ait olmayan utançı taşıyıp sessizleştiği belli başlı meseleleri anlatabilmek. ... Amacın bir parçası görünür bir iş yapmak ve insanların hayatlarını da görünür kılmak. (Gökhan Çınar, programın yaratıcısı ve sunucusu)

Görüldüğü gibi Çınar, program için iki temel hedef belirler. Projeyi tasarladığı süreçte psikolojik okur yazarlık bilincini artırmayı öncelikli hedef olarak görürken, proje ilerledikçe toplumsal utanç meselelerine, şiddet gören kişilere, ötekileştirilenlere değinmeyi ve sessiz kalınan konuların öne çıkarılmasına yardımcı olmayı hedeflediğini söyler. Aslında Çınar'ın bahsettiği iki hedef de bu tez çalışmasının kavramsal çerçevesine dahil ettiği yeni medya anlatıları ve popüler kültürde psikoloji konularıyla ilişkilidir. Ötekileştirilen kimselere dair hikâyeler ana akım medyada kendilerine yer bulamadıkça, ana akıma göre daha özgür bir alan tanıyan yeni medya mecralarına taşınmıştır. Bu çalışmanın 1. bölümünde açıklandığı gibi YouTube, “Broadcast Yourself” sloganıyla herkesin hikâyesini anlatabileceği bir alan oluşturmuştur. Sıradan insanların gündelik hayatlarıyla ilgili paylaşım yapabildiği platform zamanla daha büyük bir kitleyi kendine çekmiş ve ekonomik gelir elde etme imkanı da tanıyarak hem bireysel içerik üreticilerinin kullandığı hem de geleksel medya kanallarının içeriklerini yayınlarken tercih ettiği bir alana dönüşmüştür. Günümüzde gelinen noktada YouTube'un 2.7 milyar aktif kullanıcısı bulunmakta ve günde 122 milyondan fazla insan tarafından ziyaret edilmektedir (Shewale, 2023). Bu bağlamda ana akım medyada kendine yer bulamayan hikâyelerin YouTube ortamına kayması ve bu platform aracılığıyla geniş kitlelere ulaşabilmesi mümkündür dolayısıyla “Katarsis X-tra” programı da kendine bu şekilde yer bulmuştur. Çınar'ın da bahsettiği hedefteki gibi sessizleştirilen meseleler anlatılagelmiştir. Diğer bir yandan psikoloji de popüler

kültürde kendine yer edinmiş bir alandır. Bu tez çalışmasının 2. bölümünde tartışıldığı üzere ruh sağlığına verilen önemin artması ve ruh sağlığını iyileştirecek psikoloji ya da spiritüelizm gibi alanların daha fazla ilgi görmesi bu konuların popüler medya içeriklerinde de yer almasına yol açmıştır. “Katarsis X-tra” programı bir psikolog tarafından sunulması ve bir psikoterapi seansını anımsatacak bir formatta hazırlanmasıyla psikoloji alanını merak eden seyirciyi de kendine çekebilir.

Ekibin kalanının bu programla ne amaçladıklarına bakıldığında ise temel iki amaç ortaya çıkar o da ötekileştirilmiş insanların seslerini duyurabilmek ve farkındalık oluşturabilmektir. Görüşmelerde katılımcılar hedeflerini ve amaçlarını şu şekilde ifade etmişlerdir:

En özünde insan hikâyeleri işlemekti fakat X-tra’lar da daha çok böyle sesini duyuramamış daha ötekileşmiş insanları, daha çok topluma gösterip onların yalnızlıklarını, yaralarını, sıkıntılarını, üzüntülerini bir farkındalık oluşturmak istedik ... Şu anki buldukları noktaya nasıl geldiklerini vesaire konuşup hani bunu aslında toplumda farkındalık yaratmak ve insanı insan olduğu için değerli kılan şeyleri göstermek istedik budur yani yola çıkışımız. (Barış Suret, menajer ve organizatör)

Suret verdiği cevapta farkındalık oluşturma ve kişilerin problemlerini görünür kılma hedefleri öne çıkmıştır. Ayrıca ötekileştirilmiş kişilerin insani özelliklerini göstermenin başlarkenki amaç olduğunu belirtir. Zeliha Sönmez ise hedeflerinden şöyle bahseder:

İnsanların hayat hikâyeleri, insanların hayatlarına dokunmak fikri inanılmaz etkileyici gelmişti ve bunu bir psikolog klinik psikolog eşliğinde yapmak inanılmaz heyecan verici gelmişti. (Zeliha Sönmez, editör)

İnsanların hayatlarına dokunmak ve bunu bir psikolog eşliğinde yapmak Sönmez için heyecan verici bir etmen olmuştur. Normalde duyulmamış hayat hikâyeleri paylaşmak ve konuşulmamış konuları konuşmak, bunları yaparken de bir psikolog eşliğiyle yapmak anlatılan hikâyelere farklı bir bakış açısı katar. İzleyicinin empati kurmasında ve hikâyeyi farklı anlamlandırmasında yardımcı olur. Mehmet Durmuş ise fikirlerinde toplumda görünmeyi görünü kılmayı hedeflediğini şu şekilde belirtmiştir:

Psikolojiyi medyayla birleştirmek risktir en temelde ama biraz o psikolojiyi okur yazarlığını artırıp daha topluma işte bu insanlar da var ötekileştirilen işte ayrıştırılan insanların da varlığını gözler önüne sermek aslında burada da benim en temel amacım. Bunların varlığını kabul ettirmek empatiyi sağlamak, buradan da aslında toplumu biraz daha bilinçlendirmek, biraz da konuşulmayı konuşturmak. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Hedeflere bakıldığında ötekileştirilmiş insanları görünür kılmak, farkındalık yaratmak, o insanlarla empati kurmayı mümkün hale getirmek, insanların hayatlarına dokunmak ve konuşulmayı konuşturmak temel hedeflerdir. Aslında bu tez çalışmasının araştırma sorularından biri de budur. “Katarsis X-tra” programının toplumda üzerine konuşulmayan konuların konuşulabilir olmasına katkı sağlaması ve farkındalık yaratması araştırılmaktadır.

4. 1. 3. 2. Programın Yapım Aşaması

Bu bölümde programın yapım aşamaları, konuklarla iletişim süreçleri, çekim ve sonrasındaki kurgu süreci anlatılmıştır. Süreç konukların belirlenmesiyle başlar. Görüşmelerde edinilen bilgilere göre Mehmet Durmuş, konukların belirlenmesinde görevli kişiğidir. Gökhan Çınar’ın anlatımına göre “Katarsis” programı *BaBaLa Tv*’de devam ederken katılımcı olmak isteyen kişiler kendileri e-mail ile yapımcılara ulaşmış ve katılmak istediklerini belirtmişlerdir.

Böyle 5-6 bölümü yaptıktan sonra insanlar yazmaya başladılar. Yani bu programda bunu yapabilmek için popüler biri mi olmak gerekiyor? Ondan sonra biz de anlatamaz mıyız? vesaire diye ... Bunun üzerinden de Katarsis X-tralar başladı. (Gökhan Çınar, programın yaratıcısı ve sunucusu)

“Katarsis X-tra” programının ayrı program olarak ortaya çıkışı ve *Bana Göre TV*’nin açılışı da böyle olmuştur. şu andaki süreçte de katılımcılar kendileri e-mail üzerinden yapım ekibine ulaşmakta veya yapım ekibi bazı konukları kendileri programa davet etmektedirler. Yapım ekibiyle yapılan görüşmede elde edilen bilgiye göre ekibin programa davet ettiği kişi sayısı kendi katılmak isteyenlerin sayısından daha fazladır.

Her iki durumda da Mehmet Durmuş bu kişilerle ilk görüşmeleri yapmaktadır. Kendisi de bir psikolojik danışman olan Durmuş, e-mail atan kişilerle birebir görüşüp kişilerin hikâyelerini böyle bir platformda anlatmaya ve birçok izleyiciyle paylaşmaya hazır olup olmadığını irdeler. Psikolojik olarak hazır olan kişilerle program süreci devam eder.

Doğum anından şu anki yaşantısına kadar hayatını derleyip sonra metne dönüştürüp istemediği yerleri çıkartıp sonrasını sohbet programına dönüştürüyoruz. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Temelde şunu okuyoruz orada bir risk faktörü varsa hayatını etkileyebilecek ya da yaşamını etkileyebilecek o tarz konuları alamıyoruz çünkü direkt ekrana verdikten sonra onu bir risk oluşturacaksa bu buralara girmiyoruz. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Konukla bu şekilde iletişim kurulduktan sonra ve konuğun hikâyesi öğrenildikten sonra bu bir metne dönüştürülmektedir. Görüşmede Durmuş'un belirttiği üzere hazırlanan metinde konuya yayın sonrasında risk oluşturabilecek hiçbir detay yer almaz. Hazırlanan metin, sunucu Gökhan Çınar'la paylaşılır ve o da değinilmemesi gereken noktalar hakkında bilgilendirilir. Çekim esnasında kişinin hikâyesinin dağılmadan kronolojik sıraya göre anlatılabilmesi için Çınar'ın moderasyonda kullanacağı sorular ve yönlendirmeler hazırlanır.

Biz aslında hayat hikâyesinin bütün dönemlerine değinerek onun anlatmak istediği kısımlara göre sorularımızı hazırlıyoruz ve burada da önemseydiğimiz şey aslında onun anlatmak istediği kısımları açabilmek. İnsanlara o ön yargılarını kırarak yerlere değinmek çünkü gelen konuk tabii ki de yani tamamen hayat hikâyesine odaklanıp bazı yerlere atlayabilir hani o kısımları muhakkak anlatsın ki insanlar daha fazla empati yapabilirsin. Toplum tarafından ne yaşatılıyor ona, o kısımlara değiniyoruz. (Zeliha Sönmez, editör)

Sönmez'in verdiği bu bilgiler ışığında ekranda izlenen hikâyenin doğal akışında o an anlatılan bir hikâye olmadığını, ekip tarafından şekillendirilmiş bir anlatı olduğu anlaşılır. Ancak şekillendirilme esnasında izleyicinin hikâyeyi daha doğru anlayabilmesi için kronolojik akış ve konuğun korunması için değinilecek ve değinilmeyecek konular dikkate alınır. Kronolojik sıralamayı Barış Suret şöyle anlatır:

Programın tek yönlendirme kısmı var. O da nasıl söyleyim, kronolojik olarak yani doğumundan bugüne geliş hikâyesinde Gökhan Çınar'la konuğun aynı adımı atması. Yani işte bir gün günümüzden bir gün çocukluktan değil, biz orayı

yani çocukluktan bugüne bir akış sağlıyoruz. (Barış Suret, menajer ve organizatör)

Bu şekilde belirlenen sorularla hikâye, çekim esnasında yönlendirilir. Çekim öncesinde konuk, Gökhan Çınar'la tanışır ve sohbet eder. Çekim esnasında konuk hikâyesini istediği gibi anlatır, isterse mola verilir. Çekilen görüntüler daha sonrasında kurgu sürecine girer. Kurgu ve yayın öncesi sürece birebir eşlik eden Zeliha Sönmez ve Mehmet Durmuş, kurgu sürecinde hikâyenin sadece biraz kısaltıldığını ve konuğa zarar verebilecek bir ifade varsa çıkarıldığını ifade etmişlerdir:

Bizim genelde bölümlerimiz zaten bir saat çekim süresi oluyor. Bazen geçebiliyor yayınlanma süresi de 45-50 dakika arası olduğu için çıkartmalar olursa oluyor. Orada boşluk olan yerler, konuğun at ben bunu anlattım ama hani orayı keselim dediği bir yer varsa oraya müdahale ediliyor kurguda. Aslında en çok şuna özen gösteriliyor tam anlamıyla sesini duyurabilirsin, hayatın her yönünü anlatabilirsin önem verdiğimiz kısım. Konuğun anlatımına veya hayat hikâyesine empati yapabilmesi o önyargılara yıkmasına vesile olacak hiçbir yeri çıkartmıyoruz. (Zeliha Sönmez, editör)

Sönmez, verdiği cevapla kurgu aşamasındaki müdahalenin odağında konuğun korunması ve konuğun hikâyesinin net anlaşılabilir bir şekilde anlatılması olduğunu söyler. Bu şekilde konuğun sesi duyurulabilir, izleyici onunla empati kurabilir. Bundan sonraki süreci ise Mehmet Durmuş böyle anlatır:

Kurgunun halini gönderiyorum kendisine, orada kesilecek yerleri kendisi seçiyor ve bundan kesiyoruz. ... Kesilecek yerler varsa konuk şunu diyebiliyor bana Mehmet yani farkında olmadan söyledim ya da şu da olabiliyor ya ailemde ya da çevremde böyle böyle bir durum oldu bölümü yayınlamayalım dediği zaman bölüm kapatılıyor. ... ama bunda da tamamen konuğun izni bilgisi her şeyi oluyor çünkü son izlenmesini konuk yapıyor kendisi onay verince yayına koyabiliyoruz. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Durmuş'un ifadelerine göre çekimi ve kurgusu yapılan bölümü konuk son kez izliyor ve onun istediği değişiklikler gerçekleştiriliyor. Ekipten alınan tüm cevaplar düşünüldüğünde yapım süresinde konuğun korunduğu rahatlıkla söylenebilir. Kurgu esnasında hikâyenin etkisini artıracak ya da dramatize edecek farklı bir efekt, müzik veya kurgu tekniği kullanılmıyor. Kurgu ve sonrasındaki yayın öncesi süreçte Sönmez

ve Durmuş'un verdiği bilgiler ışığında, yayınlanacak bölümün konuğun onayından geçtiği ve istemediği bir kısmın yayınlanmadığı anlaşılıyor. Konuk son dakikaya kadar bölümün yayınlanmasına izin vermeme hakkına sahip. Bu aşamaların ve düzenlemelerin ardından bölüm son olarak bir hukukçuya gönderiliyor.

Son akışı konuğu ve aslında programı da korumak adına hukukçuya gönderiyoruz ondan sonra da bir bakmasını istiyoruz. (Gökhan Çınar, programın yaratıcısı ve sunucusu)

Tüm bu anlatılanlarla, görüşmecilerin verdiği bilgilere dayanarak programın yapım sürecinde konuğun herhangi bir şekilde zarar görmemesine dikkat edildiği söylenebilir. Konuk ilk temas anından itibaren psikologlar eşliğinde programa hazırlanır ve program metni konuğun zarar görmeyeceği şekilde hazırlanır. Çekim esnasında da hazırlanmış metnin sınırlılıklarının dışarısına çıkılmaz. Çekim sonrasında kurgu aşamasında hikâyeyi manipüle edecek girişimleri yoktur. Kurgunun son hali hem konuğun kendisine hem de bir hukukçuya gönderilerek son bir kontrolden geçer. Son kontrollerle hem programın hem de konuğun haklarının zarar görmeyeceği bir yayın olduktan sonra bölüm yayınlanır.

4. 1. 3. 3. Etik Hassasiyetler

Bu tez çalışması “Katarsis X-tra” programını etik açısından değerlendirmez. Programın etik değerlerle uyumunun değerlendirilmesi bu tez çalışmasının sınırlılıkları dışındadır. Ancak program etik açıdan çok eleştirildiği için yapılan görüşmelerde etik konusuna dair sorular da görüşmecilere yöneltilmiştir ve alınan cevaplar kısaca bu bölümde derlenmiştir.

Öncelikle Gökhan Çınar yaptıkları programın tasarım sürecinin kendisi için uzun sürdüğünü, bir fikir olarak yıllarca beklediğini, farklı medya platformlarıyla görüşmeler gerçekleştirdiğini ve bu programı yapmak için gerekli olgunlukta olduğunu söyler.

Proje o zamanlar vardı ama çok bekleyeceğimi de biliyordum çünkü hani şöyle bir yer vardı işte bizim yüksek lisansta da lisansta da etik derslerimiz var.

Haliyle de mesleki etik tarafını bir tarafta tutabilmek programcılığı bir tarafta tutabilmek ikisini aslında yeni kurallarla beraber medya etiğini de ekleyerek hayata geçirme anlamında, benim olgunluk seviyesi anlamında daha çok fırın ekmek yemem gerektiğini düşündürüyordu bana. (Gökhan Çınar, programın yaratıcısı ve sunucusu)

Bal ve Parlayandemir (2023: 1426) *Kırmızı Oda* dizisi üzerine yaptığı çalışmada, orada anlatılan travmatik hikâyelerin metalaştığına ve birer tüketim nesnesi haline geldiğini söyler. Çınar verdiği cevapta da bu noktaya değinmiştir.

Doğru ifade edilsin istiyorum. Doğru yerine dokunalım istiyorum çünkü gerçekten empatik bir süreç başlatmakla acı tacirliği yapmak arasında çok ince çizgiler var. (Gökhan Çınar, programın yaratıcısı ve sunucusu)

Çınar bu ifadesiyle, Bal ve Parlayandemir'in (2023) de bahsettiği gibi aslında yaptıkları işin acı tacirliğine ve kişilerin travmatik hikâyelerinin metalaştırılmasına yakın bir noktada olduğunu ancak gerekli hassasiyetlerle programın acı tacirliği sınırlarının dışında kaldığını söyler. Çınar'ın bu sözleri dikkate alındığında projesi tasarlayan ve ilerleyen süreçte de projenin her sürecine dahil olan birisi olarak kendisinin etik değerlere sahip çıkma hassasiyetini gösterdiğini ve programı etik sınırlılıklar içerisinde yürütmek için çabaladığı bu sözlerine dayanarak söylenebilir. Çınar'ın etik hassasiyeti konusuna yapım koordinatörü Meltem Balta da görüşmesinde değinmiştir. Daha önce çalıştığı birlikte çalıştığı televizyoncularda bulamadığı etik hassasiyeti Gökhan Çınar ve ekibinde bulduğunu söyler:

Beni dahil ettiklerinde de çok hani gurur duyduğum, onur duyduğum bir iş zaten. Gökhan Çınar da daha önce çalıştığım televizyonculardan çok farklı olarak etik anlayışları olan, bizler gibi ahlaklı ve düzgün bir insan olduğu için programa başladıktan sonra daha da bağlandım. Hani bütün ekiple birlikte sadece Gökhan bey de değil diğer bütün ekibimiz de bu konularla ilgili çok duyarlı ve özenli insanlar. (Meltem Balta, yapım koordinatörü)

Ekibin geri kalanı da etik konular sorulduğunda benzer cevaplar vermişlerdir. Öncelikle konukların kendilerinin başvuruyor olması, başvuru ardından bir psikologla görüşerek programa ruhen hazır olup olmadıklarının sorgulanması, sonrasında katılan konukları

hem hukuken hem ruhen koruyacak şekilde programın çekilmesi ve yayınlanması, her zaman son sözün ve kararın konukta olması, projenin etik sınırlılıklar içerisinde ilerlediğinin bir göstergesi olarak sunulmuştur. Ekip, etik konularda verdiği cevaplarda programın bu özelliklerini vurgulayarak konuşmuştur.

Bence çok altı dolu bir program. Zaten reyting kaygısı olmadan insanların sorunlarını dile getirip onların sesini duyuran bir program olduğu için ve hiç art niyetsiz, gayet iyi niyetli dediğim gibi. Konuklarımız istemedikleri şeyleri anlatmıyorlar, istediklerini anlatıyorlar. ... montaj sonrasında zaten konuğumuz da görüp onay verdikten sonra yayınlıyoruz. O yüzden benim için keyif verici oluyor çünkü gerçek olduğunu biliyorum. (Esra Bakar, makyöz)

Esra Bakar verdiği cevapta programın etik tarafını, reyting kaygısı olmamasına, konukların anlatının sınırlılıklarına karar verebiliyor olmalarına ve programın gerçek içeriklere yer vermesine dayandırmıştır. Meltem Balta ise farklı bir yapımçılık anlayışına sahip olduklarına dikkat çekmiştir:

Gökhan bey terapist evet ama kendisinin yayıncı geçmişi de olduğu için hani ikisini harmanlayıp kendi etik değerlerini asla yıkmadan o çerçeve içinde davranıyor. Yani biz etik olarak yanlış olduğumu düşündüğümüz şeylerde de çok rahat, diğer yapımıcılardan farklı olarak, hani bize reyting getirecek olsa da bize para kazandıracak veya popülerlik getirecek olsa da hiç gözünün yaşına bakmadan işte konuğumuzu zor durumda bırakacak her şeye ket vuruyoruz. (Meltem Balta, yapım koordinatörü)

Verdiği cevapla yine reyting kaygıları olmadığına değinen Meltem Balta, aynı zamanda Gökhan Çınar'ın hem psikoloji alanındaki etik değerleri hem de yayıncılıktaki gereklilikleri birlikte götürebildiğine vurgu yapmıştır. En son Barış Suret'in cevabı ise diğer yapım ekibi cevaplarına benzer olarak şu şekildedir:

Bazen öyle şeyler anlatıldı ki burada hani Türkiye'de yayınlansa baya yer yerinden de oynar. Bu bize izlenme olarak da geri dönebilir, popülerite trend, vesaire. Ama bazı şeyleri yayınlamadığımız da oldu çünkü şey yani konuğu da korumamız gerekiyor O yüzden de acıdan beslendiğimizi düşünmüyorum (Barış Suret, menajer ve organizatör)

Görüşmelerde alınan cevaplarda konukları koruma hassasiyetinin, reyting kaygısının önüne geçtiği görülmüştür. Bu bölümün başında belirtildiği gibi bu bölümün veya bu tezin amacı programın etik sınırlılıklar içerisinde olup olmadığını sorgulamak değildir. Konuya sadece ekibin etik konulardaki görüşünü paylaşmak için değinilmiştir. Alınan cevaplar ışığında Gökhan Çınar'ın projeyi tasarlayan ve yürüten isim olarak, programın etik sınırlılıklar içerisinde ilerlemesine özen gösterdiği anlaşılmıştır. Ekibin kalanının görüşmelerde verdikleri bilgilere ve görüşlere dayanarak, ekibin Çınar'a etik konularda güvendiği, program yapım sürecinde konuğun psikolojik sağlığının ve hukuki haklarının ön planda tutulduğu, reyting, izlenme sayısı veya popülerite gibi kavramların konuğun sunduğu sınırlılıklardan daha sonra geldiği görülmüştür. Bu verilerle birlikte yapım ekibinin ürettiği programın etik sınırlılıklar içerisinde olduğuna inandığını söylemek mümkündür.

4. 1. 3. 4. Programın Aldığı Geri Dönüşler

Bu tez projesinin en önemli amacı, programı izleyenlerin nasıl geri dönüşler verdiğini anlamaktır. Bu amaca ulaşmak için yapım ekibinin aldığı yorumları, geri dönüşleri ve YouTube platformu üzerinde paylaşılmış yorumları analiz eder. Bu bölümde de yapım ekibinin aldığı yorumlar ve geri dönüşler tartışılmıştır. Ekip daha önceki bölümde anlatıldığı gibi, bu programı yaparken farkındalık yaratmayı, ötekileştirilen kişilerin seslerini duyurabilmeyi ve konuşulmayan konuları konuşulabilir kılmayı hedeflediklerini belirtmişlerdir.

Yapılan görüşmelerde görüşmecilere izleyicilerden ve çevrelerinden nasıl tepkiler, yorumlar aldıkları sorulmuştur. Görüşmeciler hem etraflarındaki kişilerden aldıkları yorumlara hem de YouTube üzerinde okudukları yorumlara değinerek cevap vermiştir. Hepsi olumlu yorumlar aldıklarını ve programın farkındalık yaratabildiğini söylemiştir. Örneğin Barış Suret yarattıkları farkındalıktan bahsetmiştir:

Yorumlara da baktığımızda yani çok umut verici ve şey hani bir şeyleri başardığımızın hissi beni çok mutlu ediyor. Bu başardığımız şey görüntülenme, maddi manevi kazançlar vesaire gibi değil. Yani yola çıktığımızda ilk sorumuz hani insan hikâyesi ile farkındalık yaratmaktı. Yani homofobik birisi

bir bölümü izlediğinde örnek vermem gerekirse, daha farklı bakması. Aslında düşünce ayrılıklarını programın törpülediğini, hatta bunları bazen ortadan kaldırdığına dair itirafları da görüyoruz yorumlarda. Bunlar çok mutlu ediyor bizi. (Barış Suret, menajer ve organizatör)

Fikrini homofobik bir birey üzerinden anlatan Suret, kişinin homoseksüel bir kişinin hikâyesini dinlediğinde fikrinin değişebileceğinden ve bu kişinin farkındalık kazanabileceğinden bahseder. Hatta yorumlarda ötekileştirici düşüncelerinin azaldığına veya yok olduğuna dair fikirlerini beyan eden izleyiciler olduğuna değinir. Durumu yine homofobi üzerinden örnekleyen bir diğer görüşmeci ise Esra Bakar'dır:

Yorumları okuduğum zaman hoşuma gidiyor çünkü insanlar çok destek oluyor. Mesela örnek vereceğim homofobik bir insan bile bizim konularımızdan birini izlediği zaman trans bir bireyin hayatına üzülp empati kurup bir nebze de olsun homofobikliğinden ödün verebiliyor. Farklı bir bakış açısı kazanabiliyor ... çünkü gerçekten dediğiniz gibi ön yargıları kırıyor. Tü kaka dediğiniz kişilere bile empatiyle bakıyorsunuz, ön yargıyla davranmamaya çalışıyorsunuz. (Esra Bakar, makyöz)

Barış Suret'in verdiği örnekteki gibi videodaki kişinin hikâyesini dinledikten sonra izleyicinin ön yargılarının kırıldığından Esra Bakar da bahseder ve izleyicilerin empati kurduktan sonra o ötekileştirilmiş kişilere de davranışının değişebileceğini söyler. Bu tez çalışmasının ana araştırma sorusu "Katarsis X-tra" programının izleyicilerinde farkındalık yaratıp yaratmadığını anlamaktır. Burada verilmiş iki cevap bu soruya cevap niteliğinde düşünülebilir. Meltem Balta'nın cevabı ise konuya farklı bir açıdan bakmayı sağlar:

Kendileriyle ilgili bir sürü aydınlanma yaşayan da var. Veyahutta atıyorum yolda ötekileştirdiğimiz bir insanı gördüğünde burun çeviren insan, burada onun gerçek halini ve ne kadar insan olduğunu gördüğü zaman bambaşka bir bakış açısı oluşuyor. (Meltem Balta, yapım koordinatörü)

Balta, izleyicilerin kendileriyle ilgili de çok şey öğrendiğine değinir. Normalde ötekileştirdiği veya ön yargıyla baktığı bir kişiye hep uzaktan bakan ve onu hiç anlamaya çalışmamış bir izleyicinin bile programda onun insan yüzünü ve hikâyesini

dinledikten sonra o kişiye farklı bir gözden bakabildiğini söyler. Benzer bir durumu Zeliha Sönmez kendi çevresi üzerinden anlatır:

Benim kendi arkadaşlarım da vay be hani biz hiç böyle bilmiyorduk bu hayatları gibi şeyler söylüyorlar. Onlardan da ön yargıları kırılan ve çok etkilenen insanlar oluyor. Şahsen ben yorumlara hani öyle çok detaylıca bakmıyorum ama genel olarak çokça görüyorum yani bu bölümden sonra bakış açım değişti böyle hayatlar da varmış nasıl destek olabilirim gibi (Zeliha Sönmez, editör)

Sönmez, farkındalık kazanmaya direkt kendi arkadaşları üzerinden örnek verir. Onların da bölümleri izledikten sonra fikirlerinin değişebildiğinden ve ayrıca YouTube yorumlarına da baktığında fikrinin değiştiğini söyleyen izleyicilere denk geldiğinden bahseder. Son olarak Mehmet Durmuş da izleyicilerin fikirlerini değiştiklerine dair duyduğu geri dönüşlerden bahseder:

Aslında kişisel amacıma ulaştığımı hissediyorum. İşte ön yargım kırıldı ya da işte bizim çevremizde böyle biri var arkadaş şu ana kadar uzak duruyordum şu anda empati kurabiliyordum diye. Burada düşüncelerini değiştirdiklerini görüyoruz, ön yargıların kırıldığı, daha kabul edebilen, daha empatiye duyarlı bir topluma yavaş yavaş dönüştüğümüzü düşünüyorum genelde yorumlar da bu yönde oluyor. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Diğer görüşmecilerden farklı olarak Durmuş cevabında kişisel amacına ulaştığını da belirtir. Bu bölümün başında görüşmecilerin projeye başlarken ki hedeflerinden bahsettikleri cevaplar aktarılmış ve yapım ekibinin ortak hedefinin farkındalık oluşturmak ve toplumda konuşulmayı, yok sayılanı görünür kılmak olduğu anlaşılmıştı. Aynı zamanda bu tez çalışması da programın bu hedeflere ulaşp ulaşmadığı sorgular. Bu sebeplerle Durmuş bu cevabında programın o hedefe ulaştığını söylemiş olması çok kıymetli bir veridir.

Verilen cevaplarda da görüldüğü gibi gelen yorumların çoğunun olumlu yönde olduğu anlaşılır. Programı izledikten sonra izleyicilerin ön yargılarının kırıldığı, farkındalık kazandıkları ve öncesinde ötekileştirdikleri kimliklerle empati kurmaya başladıkları görülmüştür. Görüşmecilerden ikisi, homofobisi olan bir kişinin bölümü izledikten sonra homoseksüel bir bireyle empati kurabilir hale geldiğinin örneğini vermiştir. Bu

cevaplar ışığında “Katarsis X-tra” programının farkındalık oluşturma, ön yargıları kırma hedeflerine ulaştığı rahatlıkla söylenebilir.

Bu tezde sorgulanan diğer bir konu, “Katarsis X-tra” programının konuşulmayan konuların konuşulabilirliğine katkı sunup sunmuyor oluşudur. Bu soruyu cevaplamak amacıyla da görüşmelerde katılımcılara “program izleyici ve görüşmeciler arasında bir diyalog kurmayı başardı mı?” ve “toplumda üzerine konuşulmayan konuları ele alıyorsunuz, sizce program bu konuların konuşulabilir olmasına katkı sağladı mı?” soruları yöneltmiştir. Zeliha Sönmez bu sorulara şu şekilde cevap vermiştir:

Susulanlar konuşuluyor, konuşulmayanlar konuşuluyor. Böyle insanların merak ettikleri ama sormadıkları. Soracakları bir yer yok. ... Bir sürü insanın hayatı var hayat hikâyesi var ama yıllarca hep susturulmuş işte ne bileyim bir çocuk gelin, bir hayat kadını, bir uyuşturucu bağımlısı, hep ötekileştirip hiçbir yerde yayınlanmamış, hayatlarına hiç girilmemiş. Şu an böyle daha farklı bir yerden daha empati yapılan bir yaklaşım var. (Zeliha Sönmez, editör)

Sönmez, cevabında programın içeriğinin insanların merak ettikleri konular olduğuna ancak bu konuları insanların sorabileceği, öğrenebileceği bir yer olmadığına değinir. Ayrıca “Katarsis X-tra” programının, daha önce hiç yayınlanmamış bu meseleleri konu aldığını ve yayınladığını söyler. Bu çerçevede, “Katarsis X-tra” programının içeriğindeki anlatılar insanlara bu merak edip konuşamadıkları konular hakkında konuşulabilirlik sağlayacak bir kaynak ve bir alan oluşturur. YouTube üzerinde program hakkında yorum yapabilmek bu konuların konuşulması için sanal bir alan sağlar. Bu şekilde izleyicilerin birbirleriyle yüz yüz bu konuları konuşabilmesinin ötesinde birbirini tanımayan insanların da fikirlerini beyan edebilecekleri bir sanal ortam oluşur ve konunun konuşulabilirliğine katkı sunar.

Eski hayat kadını başlıklı konularımızı aldığımız zaman ya da konsomatris ya da jigolo başlıklarını aldığımız zaman, bu ülkede maalesef ki cinsellik ya da cinsellikle özdeşleşmiş konular tabu durumunda, ve burada da o tabudan yavaş yavaş çıkıldığını insanların artık bir şeyler üzerine yorum yapabildiğini bir şeyleri görebildiğini o hayat kadınlarını ya da konsomatrisleri bir cinsel obje olarak görmediklerini görüyoruz. Biraz daha cinselliğin konuşulduğunu da çünkü ayıp olmadığını utanç olmadığını gösteriyoruz. (Mehmet Durmuş, organizatör)

Durmuş ise cevabında cinsellik konusunu örnek vererek konuşulabilirliği açıklar. Seks işçisi ya da konsomatris gibi konukları olduğu bölümlerin cinselliği daha konuşulabilir kılabilirdiğini ve seks işçisi olan konukların, izleyici gözünde bir cinsel obje olmaktan uzaklaştığına şahit olduğunu belirtir.

Görüşmelerde verilen cevaplar programın konuşulmayan konuları konuşulabilir kıldığını göstermektedir. Alınan cevaplara göre program bir diyalog kurmayı da başarmıştır. Görüşmecilerin örneklerle açıkladığı üzere, bir tabu olan cinsellik eski bir hayat kadının hayat hikâyesi üzerinden daha konuşulabilir bir hale gelmiştir ki bir sonraki bölümde YouTube yorumları incelenirken de “Katarsis X-tra” programının başlattığı diyaloglara yer verilmiştir.

“Katarsis X-tra” programı ötekileştirilmiş, ön yargıyla yaklaşılacak insanların hayat hikâyelerini çocukluktan itibaren anlatarak, o insanları o noktaya getiren durumları ve sebepleri gözler önüne serer. Dolayısıyla ötekileştirilen kişiye başka bir açıdan bakma imkanı tanır. Bu şekilde de izleyicilere sunduğu yeni bakış açısıyla ön yargıları yıkabilir, farkındalık yaratabilir ve üzerine konuşulmayan konuları daha konuşulabilir kılabilir. Bu tez çalışmasının bu bölümünde, “Katarsis X-tra” programının yapım ekibiyle yapılan görüşmelerde alınan cevaplar incelenmiştir. Yapım ekibinin hedefleri, programın yapım süreci ve programın verdiği sonuçlar irdelenmiştir. Yapım ekibinden alınan cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, öncelikle ekibin projeye başlarken düşündükleri amaçlar ve hedefler, onların kendi ifadelerine göre gerçekleşmiştir. İncelemeler sonucunda elde edilen bilgilere göre, yapım ekibinin çevresinden aldığı tepkilere ve kendi gözlemlerine göre program, farkındalık yaratabilmektedir, fikirleri değiştirebilmektedir ve izleyici-anlatıcı arasında bir diyalog kurabilmektedir.

4.2. KATARSİS X-TRA BÖLÜMLERİNE YAPILAN YOUTUBE YORUMLARI

Bulgular bölümünün ikinci kısmında, bu çalışmanın örnekleme dahil edilen “Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!”²⁴ ve “Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü - Deniz Taha”²⁵ bölümlerine gelen yorumlar incelenmiştir. YouTube bir yeni medya teknolojisi olarak izleyicilerine anında yorum yapma yani izlediğine cevap verme olanağı sunar. Bu teknoloji üzerinden izleyicilerin, içeriği tükettikten sonra neler düşündüklerine erişilebilecek bir arşiv oluşur. Site üzerinde yapılan yorumlara, diğer kullanıcılar beğenme butonuyla, beğenmeme butonuyla veya başka bir yorumla cevap verme şansına sahiptir. Bu şekilde YouTube, izleyiciler arasında diyalog kurulması için ortam sağlar ve dolayısıyla videodaki içerik hakkında konuşmak isteyen birbirinden bağımsız kullanıcıların birbirleriyle konuşabilecekleri bir alan sunar. Ancak YouTube kanal sahiplerine yayınlanacak yorumlara filtre uygulama veya yorumları silme hakkı tanır dolayısıyla kanal sahibi izin verdiği sınırlılıklar içerisinde yorumlar diğer kullanıcılara görünür. *Bana Göre Tv* yapım ekibiyle yapılan görüşmelerde kanalın herhangi bir filtre uygulayıp uygulamadığı öğrenilememiştir ve bu sebeple bu tez çalışmasında incelenen yorumların bir filtreden geçip geçmediği bilinmemektedir.

Tez çalışmasının bu bölümünde de izleyicilerin tepkilerini daha iyi kavrayabilmek için beğeni ya da yorum alan yorumlar değerlendirilmiştir. 19 Kasım 2023 tarihi itibarıyla videolara sırasıyla YouTube üzerinde 10.197 yorum ve 10.928 yorum gelmiştir. Mehtap Yılmaz’ın videosu daha çok izlenilmesine rağmen Deniz Taha’nın videosu daha fazla yorum almıştır. Her iki video için de YouTube üzerinde yorum sıralama ölçütlerinde “En beğenilen yorumlar” ölçütü belirlenmiş ve iki videoda da çıkan ilk 1000 yorum incelenmiştir. Okunan yorumlar tezin araştırma soruları düşünülerek değerlendirilmiş ve hazırlanan başlıklar altında araştırmanın amaçlarına katkı sağlayacak örnek yorumlar derlenmiştir. Başlıklar her iki video için de aynıdır:

- Olumlu/Destekleyici Yorumlar

²⁴ <https://youtu.be/Q4smjmdKsAQ?si=VzjSP9mVbq6m5aQj>

²⁵ <https://youtu.be/TbfrsavhyHg?si=iW54C9TJNE2aAluJ>

- Farkındalık İçerikli Yorumlar
- Diyalog Kuran Yorumlar
- Olumsuz/Nefret Söylemi İçeren Yorumlar

Bu başlıklar altında seçilmiş örnek yorumların ekran görüntüleri paylaşılmış ve yazılan yorumlar değerlendirilmiştir.

4.2.1. Mehtap Yılmaz Bölümünün Aldığı Yorumların Değerlendirilmesi

17 Eylül 2020 tarihli video yukarıda da belirtildiği gibi 10.197 yorum almıştır. Platformdaki yorumlar “Önce yeni” ölçütüne göre sıralandığında, en son yorumun 2 gün önce (17 Kasım 2023 tarihinde) yapıldığı görülür. Bu açıdan bakıldığında, video üç yıl önce yayınlanmış olsa da hala ilgi çekmekte, izlenmekte ve yorum almaktadır. Videonun farklı zamanlarda almış olduğu yorumlar, popülerliğine göre sıralanmış ve ardından aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilmiştir.

Mehtap Yılmaz’ın bölümünde Yılmaz, çocukluktan itibaren hayat hikâyesini anlatır. Çocukluk yıllarında anne babasının geçinemediğinden ve aile ortamında şiddete maruz kaldığını söyleyen Yılmaz, erken yaşta çalışmaya başlamıştır. Birçok farklı sektörde çalıştıktan sonra pavyonda şarkı söylemeye başlar. İşinde çok başarılı olarak aynı zamanda birkaç farklı mekanda konser verecek kadar tanınır hale gelir ancak yaptığı işi ve çalıştığı pavyon ortamını hiçbir zaman sevmediğini söyler. Orada çalışırken hayatını tehdit eden olaylar yaşadığından, oraya çalışmaya gelen genç kızları uyardığından bahseder. En önemlisi, orada çalışmaya devam ederken kendisini motive eden şeyin kardeşinin eğitimine destek olmak olduğunu söyler. Pavyonda çalışırken kardeşinin eğitimini kendine bir hedef olarak belirleyen ve kardeşi mezun olduğunda pavyondan ayrıldığını söyleyen Yılmaz, kardeşinin doktor olduğunu, kendisinin bununla çok gurur duyduğunu söyler. Ve Yılmaz’ın pavyonda çalışırken kendisine böyle bir hedef belirlemesi ve aslında kardeşinin hayatını kurtarmaya çalışması izleyicide karşılık bulmuştur. Videoya gelen yorumların çoğu bu noktaya değinir.

4.2.1.1. Olumlu/Destekleyici Yorumlar

Yapılan olumlu yorumlar tematik olarak incelendiğinde yukarıda da belirtildiği gibi Mehtap Yılmaz'ın öncelikle kardeşini okuttuğu için destek aldığı görülür. Videodaki anlatımında Yılmaz, kardeşinin tıp okuduğu sürede ona destek olabilmek için pavyonda çalıştığını ve kardeşi diplomasını aldığı zaman pavyondaki işini bıraktığını söyler. Bu bağlamda, Yılmaz'ın fedakarlığı üzerinden destek aldığı söylenebilir. Yılmaz'ın kardeşi için yaptığı fedakarlık ve ailesine verdiği destekle ilgili yorumlar aşağıdaki birinci, ikinci, dördüncü ve beşinci ekran görüntülerinde görülebilir. Kardeşiyle ilgili yorumlar aynı zamanda en çok beğeni alan yorumlardır; birinci görüntüdeki yorum 1.600 ve dördüncü görüntüdeki yorum ise 3.600 beğeni almıştır. Üçüncü yorumda ise Yılmaz'ın anlatısı, pavyonda çalıştığı için saygı duyulacak bir konumda değerlendirilmiştir. Yorumcu, pavyonda çalışan kişilerin çok kötü durumlara şahit olduklarını ve yine de hayata karşı pes etmedikleri için saygı duyulmaları gerektiğini, eleştirilmemeleri gerektiğini ve hatta Yılmaz'ın anlatısından ders çıkarılabileceğini söylemiştir. Diğer yorumlarda ise Yılmaz'ın güçlülüğü, gurur verici olduğu söylenmiştir.



Mehtap Yılmaz'ın kendi istemediği bir işi kardeşine destek olmak için yıllarca sürdürmesi ve bunun sonucunda kardeşinin doktor olmasını gururla anlatabilmesi izleyicide fedakarlık, güçlülük ve mertlik olarak karşılık bulmuştur. Bu yorum 1400

beğeni alarak diğer izleyicilerde de karşılık bulmuştur. Birinci yorumcuya cevap yazan ikinci yorumcu ise Yılmaz'ın yaptığı fedakarlığı kadın olmasıyla ilişkilendirmiş ve kadınları erkekler karşısında yücelten bir yorum yapmıştır.

The screenshot shows a YouTube video player interface. The browser address bar displays 'youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s'. The YouTube Premium logo is visible in the top left. The search bar contains the word 'Ara'. Two comments are visible:

- Comment 1:** User profile picture, name, and '2 yıl önce' (2 years ago). Text: 'Kötü bir ailede kardeşine sahip çıkmak için bir ablanın yapamayacağı bişey yok hayranım sana Mehtap...'. Like count: 856. Reply count: 4. Action: 'Yanıtla' (Reply).
- Comment 2:** User profile picture, name, and '2 yıl önce' (2 years ago). Text: 'kadının güzelliği asaleti dürüstlüğü samimiyeti herseyine hayran kaldım'. Like count: 721. Reply count: 2. Action: 'Yanıtla' (Reply).

Birinci yorumcu Yılmaz'ın içinde bulunduğu aile ortamına ve kardeşi için yaptıklarına işaret ederek Yılmaz'a hayran kaldığını dile getirmiştir yorumunda. İkinci yorumcu ise Yılmaz'ın dış görüşünü ve konuşma tarzı üzerinden bir yorum yapmıştır. Konuşması esnasında kendine güvenen duruşu, ses tonu ve yaşadığı zorlu olaylara karşı dimdik duruşu izleyicileri etkilemiştir. Yılmaz, yaşadıklarını bu biçimde anlattığı için de izleyicide hayranlık duyguları oluşturduğu söylenebilir.

youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'ım - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... You

Premium TR Ara

2 yıl önce (düzenlendi)

Hayatta ailemden sonra en fazla saygı duyduğum insanlar bu tip yerlerde çalışan insanlardır. Bu insanlar dibin dibini gördüğü halde pes etmiyorlarsa bu insanları yargılamak ya da eleştirmek yerine saygı duymak gerekir, her anlattığından bir ders çıkarmak gerekir.

118 Yanıtla

Yorumcu, Yılmaz'ın da hikâyesinde anlattığı gibi ötekileştirilen pavyon çalışanlarını yorumunda saygıyla anmıştır. Pavyon çalışanlarının olabilecek en kötü olayların içinde bulunup pes etmemeleriyle övmüş ve yorumu okuyanları pavyon çalışanlarını eleştirmemeye, yargılamamaya çağırılmış ve hatta saygı duyulması gerektiğini söylemiştir. Bu söylemiyle 118 beğeni almıştır. Aslında programın farkındalık oluşturma hedefini ve bu konuların konuşulabilir olmasına katkı sağlamış, destek olmuştur.

youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'ım - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... You

Premium TR Ara

3 yıl önce

Koskoca doktor çıkarmışsın bu ülkeye ! kendinle gurur duy mehtap, çünkü biz seninle gurur duyuyoruz.

3,6 B Yanıtla

12 yanıt

Yılmaz'ın kardeşini okutması ve onun doktor olması için çalışmasını bu yorumcu, ülkeye bir katkı olarak yüceltmış ve gurur duyduğunu belirtmiştir. Yılmaz'ı kendisiyle de gurur duymaya çağırarak bu yorumcunun yorumu 3600 kişiden beğeni almıştır. Dolayısıyla, eleştirilen ve ön yargıyla yaklaşılan bir kişinin hayat hikâyesini, kendi yolculuğundaki neden sonuçları ve kişisel hedeflerini anlattığında farklı bir gözle bakılabileceği ve hatta gurur kaynağı olabileceğine bu yorum çok önemli bir örnektir.

youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE...

Mehtap helal olsun sana bu rezil memleket te bu rezil insanlar arasın da verdiğin mücadeleden dolayı amaçlarına ulaşmışsın Allah seni korusun yar ve yardımcın olsun zalimlerin üzerine olsun

12 Yanıtla

Çok güçlü ve bi o kadar da fedakar bi kadın...Yolun daima açık olsun 🙏

44 Yanıtla

Kardeşi için anne olan kadın.. Yüreğinden öperim.

669 Yanıtla

Bu üç yorum da Yılmaz'ın fedakarlığı üzerinden yapılmıştır. İlk yorumda Yılmaz'ın verdiği mücadeleyi ve amaçlarına ulaşabilmiş olması takdir edilmiştir. Tüm yorumlarda Yılmaz için iyi dilekler dilenmiştir.


4.2.1.2. Farkındalık İçerikli Yorumlar

Kullanıcıların yazdığı yorumlarda Yılmaz'ı bu mesleği yapmaya iten koşullar öne çıkan temel ifadedir. Hayat şartlarının ve kişinin içinde büyüdüğü aile ortamının kişinin ilerideki kimliğini de belirlediğine yorumlarda değinilmiştir. Programda Yılmaz'ın hayat hikâyesi ve dolayısıyla onu pavyonda çalışmaya iten koşullar, kendisine belirlediği hedef, ailesine/kardeş destek olması seyircide karşılık bulmuştur. Yılmaz, kendi hikâye anlatımında da değindiği gibi bir pavyon çalışanı olarak ötekileştirilmiş ve eleştirilmiş biriyken buradaki hikâye anlatımıyla seyirci tarafından kabullenilen ve desteklenen biri olmuştur. Yorumlarda ön yargılara ve pavyonda çalışan kadınları yargılamaya karşı cümleler de bulunmaktadır. Yılmaz anlatısında televizyon dizilerinde ve programlarında pavyon hayatının çok güzel bir yaşam tarzı olarak yansıtıldığını ancak öyle olmadığını söyler. Üçüncü yorumcu ise pavyon hayatının gerçek yüzünün anlatılmış olmasının faydalı olduğunu belirten bir yorum yapmıştır.

← → ↻ youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... Yo


☰ Premium^{TR} Ara

 2 yıl önce

Kimse hayat kadını , eskort , fahişe olarak doğmaz hayatın zor koşullarının getirdiği yerdir bizi buraya ulaştıran. İnsanın ne zaman ne olacağı belli değil. Kimse kimseyi yargılamasın. Başarılarıyla dimdik ayakta durmuş bir kadın. Helal olsun takdire şayan

👍 47 🗨️ Yanıtla

▲ 3 yanıt

 5 ay önce

Hayr bazıları öyle doğar içinde vardır herkese vermektten zevk alır


👍 🗨️ Yanıtla

İnsanların hayatlarının zor koşullarının onları farklı yollara yönlendirebileceği ve kimsenin yargılanmaması gerektiği bu yorumda vurgulanmıştır. Yorumdaki ifade, hayatın insanları farklı durumlara getirebileceğini ve bu durumların kişinin seçimi veya tercihi olmadığını belirtir. Hayat kadını, eskort veya fahişe olarak nitelendirilen kişilerin de zorluklarla başa çıktıklarını ve başarılar elde ettiklerini ifade eden yorum, farkındalık açısından insanların hikâyelerini anlamaya ve insanları yargılamadan önce empati kurmaya odaklanılması gerektiğini vurguluyor. İnsanların yaşamlarının karmaşıklığını ve çeşitliliğini anlamak, bireyleri sınıflandırmak ve etiketlemek yerine daha empatik bir yaklaşım sergilememizi sağlar. Yorum, Yılmaz'ın hikâyesi üzerinden insanların geçmişleri ve yaşadıkları deneyimleri anlamak için daha derinlemesine bir çaba sarf etmeye teşvik ediyor.

← → ↻ youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE...

☰ Premium^{TR} Ara

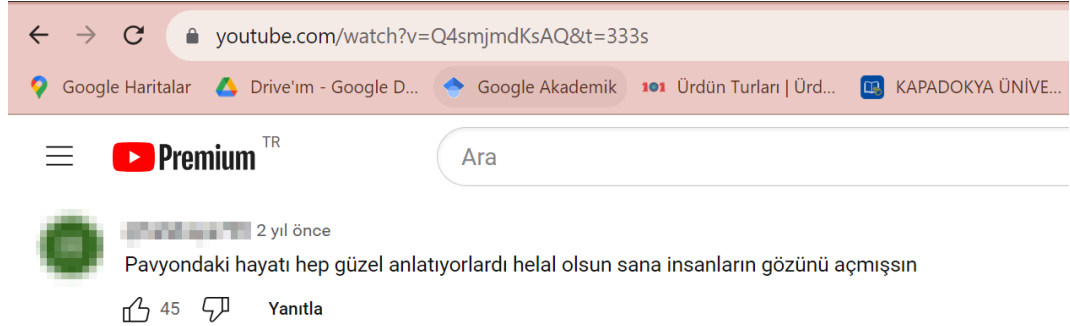
 1 yıl önce (düzenlendi)

Annenin ve babanın hayırlısını versin çocuklar hep masum doğuyor aile paramparça yapıyor harbi ve dobra konuşuyor herkesin derdi kendi dünyasında yaşıyor hayat işte acımasız ders 🌟🌟🌟🌟

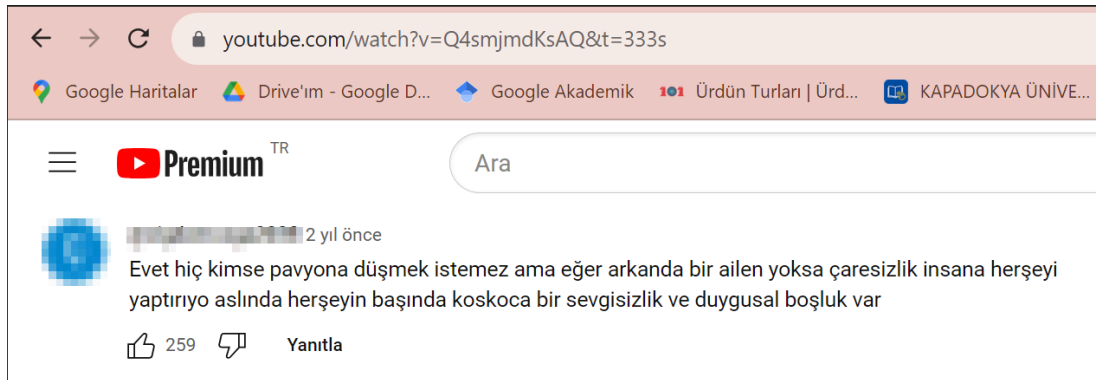
👍 🗨️ Yanıtla

Bu yorum, aile ilişkileri ve insanların hayatlarındaki zorluklar hakkında bir farkındalık ifadesi içermektedir. İfadeler "Annenin ve babanın hayırlısını versin, çocuklar hep

masum doğuyor" cümlesiyle başlar ve bir insanın doğduğundaki masumiyetine dikkat çeker. Yorumcu bu yorumuyla insanların kendi dünyalarında yaşadıkları sorunları, hayatta karşılaştıkları zorlukları anlama ve empati kurma çağrısı yapar.

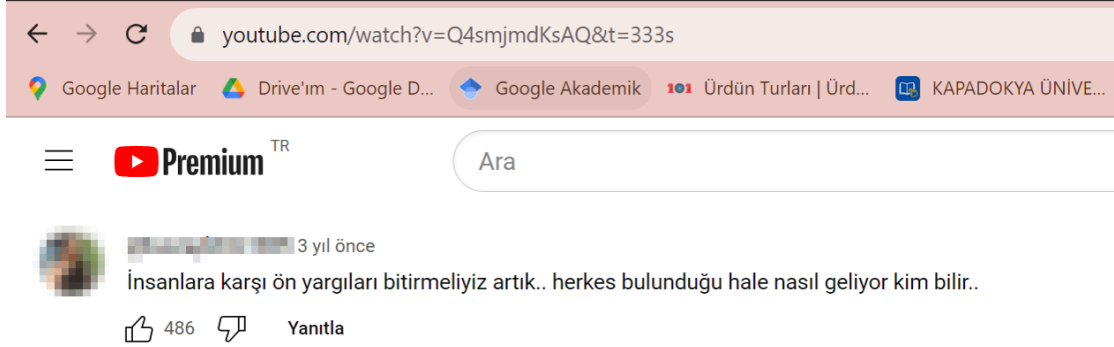


Yorumcu, pavyonlarda çalışan kadınların hayatlarının güzelleyen anlatıları reddeder ve burada Yılmaz'ın anlatısıyla pavyon hayatının gerçek yüzü hakkında farkındalık yaratıldığını ifade eder. Yorum, Yılmaz'ın da anlatısında değindiği, pavyon hayatını güzelleyen televizyon dizileri veya filmlerinin gerçeği yansıtmadığını ve Yılmaz'ın anlattığı pavyon hayatının gerçekteki zorluklarıyla görünür kılındığını söyler.



Bu yorumcu, öncelikle pavyona düşmenin istenmeyen bir durum olduğunu, ancak bu duruma düşmenin insanların arkalarında destekleyici bir aile olmadığında, sevgisizlik ve duygusal boşluk gibi durumlardan doğabileceğini söylüyor. Yorumcu bir kişinin hayatındaki zorlukların altında yatan derin duygusal ihtiyaçları ve sevgi eksikliğini

olduğunu vurgulayarak insanların yaşadıkları zorlukları daha bütüncül bir şekilde yorumlamaya çağırır. Ötekileştirilen kişilerin hayat hikâyelerinin, erken yaşlarda yaşadıkları tecrübelerin ve aldıkları yaraların bugün oldukları kişi olmalarındaki etkisi konusuna dikkat çeker.



İnsanlar arasındaki ön yargıların sona erdirilmesi gerektiği ve herkesin bulunduğu duruma nasıl geldiğinin bilinmediği, insanların hayatlarında karşılaştıkları deneyimlerin, zorlukların ve çevresel faktörlerin ne olduğunu tam olarak bilinmeyeceği için ön yargıların kırılması gerektiği bu yorumda vurgulanmıştır. Farkındalık açısından bu yorum, insanların hikâyelerini ve deneyimlerini daha anlayışlı bir şekilde yaklaşılması gerektiğini önerir. Önyargılar, genellikle sınırlı bilgi veya yanlış algılara dayanır ve insanları ötekileştirilmesine veya damgalanmasına neden olabilir. Bu ifade, farkındalık, daha empatik bir bakış açısı ve insanların birbirlerine daha anlayışlı yaklaşması için bir çağrıdır. İnsanların yaşamlarının karmaşıklığını ve çeşitliliğini anlamak, önyargıları azaltmaya ve daha adil bir toplum oluşturmaya yardımcı olabilir.

4.2.1.3. Diyalog Kuran Yorumlar


Aşağıdaki yorumlar Mehtap Yılmaz'ın anlatısından alıntılama yapan ya da kendi hikâyesiyle benzeştirerek cevap yazan beş farklı kişiye aittir. Yorumların tematik olarak incelendiğinde anlatıyı kendi hikâyesiyle bağdaştırma ve güçlendirme içerikli oldukları görülür. Birinci yorumcu ve ona gelen cevap aile içi şiddet üzerinden konuşurken ikinci yorumcu kendi hayatının da Yılmaz'ınkine benzediğini söyler. Üçüncü yorumcu ise

toplumdaki ötekileştirme bağlamında bir yorum yazmıştır. Yorumlarda güçlendirme ve destek mesajları bulunur. Özellikle birinci ve ikinci yorum örneklerinde, Mehtap Yılmaz'ın anlatısı üzerinden yorumcuların kendi hikâyeleri paylaştığı ve dolayısıyla programın yeni hikâye anlatılarının başlamasında etkili olduğu, hatta bu hikâyelerin, içerdikleri toplumsal problemlerin görünürlüğünü artırdığı ve konuşulabilirliğini mümkün kıldığı söylenebilir.

youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'ım - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... Y


≡ Premium^{TR} Ara

 2 yıl önce

6:03 "Evin içinde ses tonu yükselmeye başladığı an yine mi kavga edecekler diye korkmak..." 8-9 yaşında yaşadığım travmalar, babadan yediğim dayaklar, bağırsız çağırış, hala aklımda. 21 yaşındayım, babam artık şiddete başvurmuyor olabilir, ama en ufak sinirlendiğinde, sesini yükselttiğinde oturduğum yerden fırlıyorum birine bir zarar vermeye kalkarsa hemen müdahale edeyim diye. Asla unutmayacağım. Asla.

👍 698 🗨️ Yanıtla

▲ 21 yanıt

 2 yıl önce

seni çok iyi anlıyorum. artık çocukken o kadar alışmışız ki büyüyünce başka ortamlarda bile bir ses yükselse hemen acaba şiddet olacak mı diye düşünüp korkuyorum.

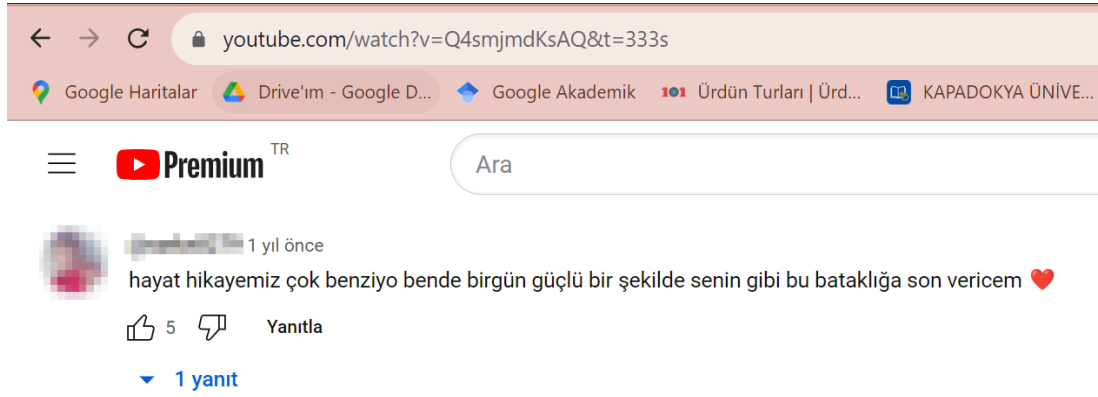
👍 37 🗨️ Yanıtla

Bu yorumda Mehtap Yılmaz'ın şu ifadesi:

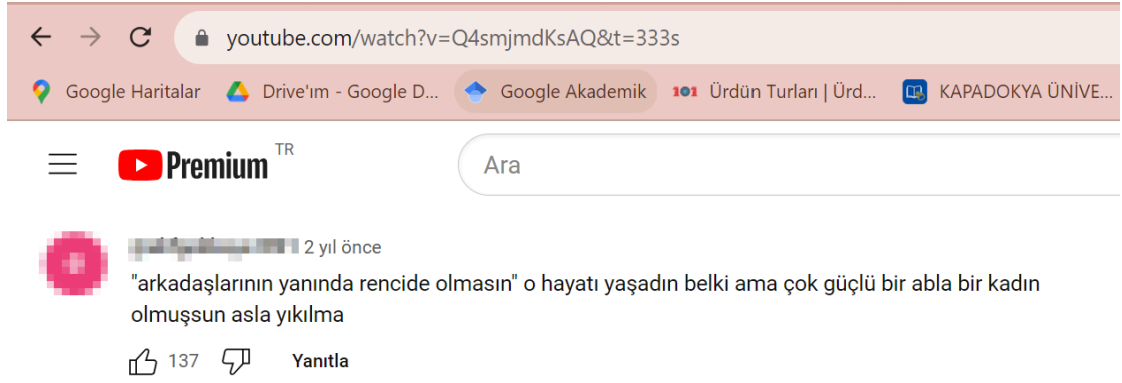
Çocuk hemen korkmaya başlıyor. Böyle yapıyordum, acaba kavga mı yapacaklar yine? Biraz evin içinde ses tonu yükselmeye başladığı zaman mesela kız kardeşime dönüp kavga yapacaklar. Babam inşallah dövmez annemi falan.

izleyicide kendi çocukluğunda aile içi şiddete maruz kaldığını hatırlatacak şekilde karşılık bulmuştur. Yorumcu aynı Yılmaz'ın anlatısında bahsettiği gibi, babasından aldığı şiddet ve bağırmanın hala zihninde iz bıraktığını belirtmektedir. Yorumcu evdeki gerginlik hissini ve olumsuz bir olayın tekrar gerçekleşeceği korkusunu ifade ederken geçmişteki travmaların yarattığı bir endişe ve korku durumunu yansıtmaktadır. Hayat hikâyesini paylaşırken aynı duyguları yaşadığından bahseden Mehtap Yılmaz'ın

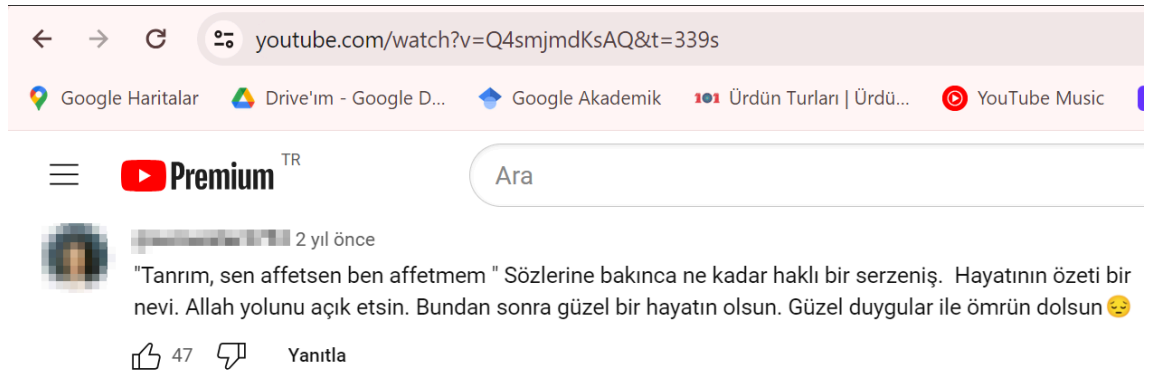
anlatısı, izleyicinin ya da yorumcunun kendi hislerini anlatmasına ve yeni bir hikâye anlatma sürecinin başlamasına imkan sağlamıştır. Bu yoruma cevap olarak gelen yorumda da başka bir yorumcu kendisinin benzer duygular hissettiğinden bahsetmiştir. Yılmaz'ın anlatısıyla başlayan aile içi şiddet konusu, farklı izleyicilerin kendi hikâyelerini anlatmalarını sağlayarak yeni hikâye anlatım süreçlerin başlatabilmiştir.



Yılmaz'ın hikâyesini kendi hikâyesiyle benzeştiren bir izleyici tarafından yapılan bu yorum, güçlendirme ve motivasyon açısından oldukça etkileyici bir ifade içermektedir. "Hayat hikâyemiz çok benziyor" ifadesi, yorumcunun Yılmaz'a benzer zorluklarla karşılaştığını ve bu nedenle bir bağ hissettiğini gösterir niteliktedir. Bu, diyalog açısından empati ve anlayışa dayalı bir temel oluşturmaktadır. "Senin gibi bu bataklığa son vereceğim" ifadesi ise güçlendirme ve kararlılık mesajı taşımaktadır. Bu ifade, yorumcunun Yılmaz'ın hikâyesinden sonra kendi gücüne inandığını göstermektedir. hikâye anlatımları, benzer deneyimlere sahip olan insanlarla bağ kurma fırsatı sunar ve onları da kendi güçlenme hikâyelerini paylaşmaya teşvik edebilir. Bu bağlamda, Yılmaz'ın anlatısının güçlendirici bir sonucu olduğunu da söylemek mümkündür.

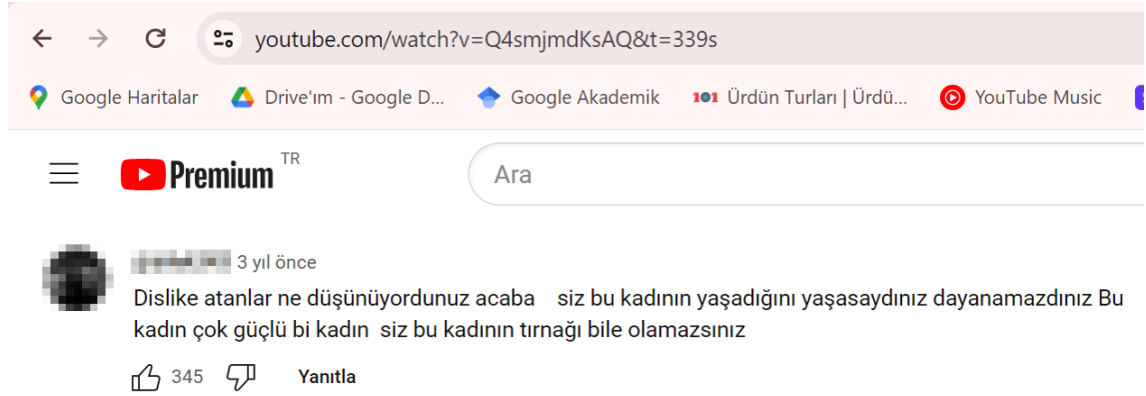


Bu yorum, Yılmaz'a destek ve takdir ifadesi içermekle birlikte diyalog kurma bağlamında, empati, güçlendirme ve olumlu bir iletişim örneği ortaya koymaktadır. Yorum, Yılmaz'ın kardeşinin okuduğu yıllarda ona destek olmak için pavyonda çalıştığını ancak kardeşini koruyabilmek için yaptığı işi kimsenin bilmesine izin vermediğini anlatır. Aslında bu anlatıda bile Yılmaz'ın yaşadığı ötekileştirilmenin derinliği anlaşılabilir ki Yılmaz bu ötekileştirmeden kardeşini korumak için çalıştığı yeri gizlemiştir. Dolayısıyla bu kısa yorum, hem ötekileştirmeye yüzleşmeye, hem izleyicinin farkındalık kazanıp anlatıcıyı desteklemesine hem de kadınlar arasında güçlendirici bir diyalog başlangıcına güzel bir örnek oluşturur.



Yorumcu, bu yorumda Mehtap Yılmaz'ın bölüm içerisinde söylediği şarkıya atıfta bulunmuştur. Yılmaz'ın şarkı sözlerini, hayatında ona acı veren kişiler için söylediğini düşünen yorumcu, bunu "haklı bir serzeniş" olarak nitelendirmiş ve şarkının Yılmaz'ın hayatını özetlediğini belirtmiştir. Bundan sonra Yılmaz için iyi dileklerde bulunan

yorumcunun, şarkının sözleriyle videodaki anlatının duygularını pekiştirdiği söylenebilir.

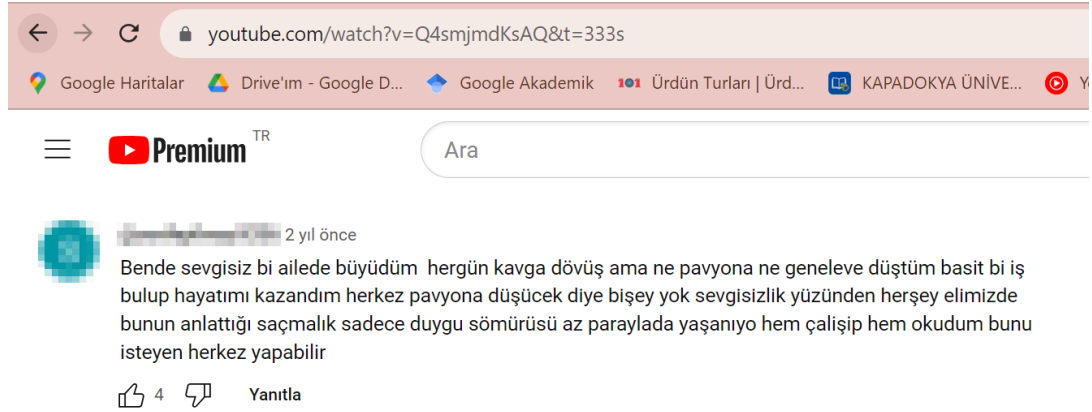


Yorumdaki ifadeler, videoyu beğenmeyen, YouTube üzerindeki ‘beğenme’ butonuna basan kişileri eleştirmektedir. Bu tür bir dil kullanımı, başkalarını küçümsemek veya aşağılamak yerine, kişilerin birbirine anlayış ve saygıyla yaklaşmasının daha yapıcı bir yol olduğunu ifade ediyor. Bu düşüncesini Yılmaz’ı yücelterek belirten yorumcu, Yılmaz’ın yaşadıklarının zor olduğunu ve videoyu beğenmeyenlerin bu zorlu hayatta başarılı olamayacaklarını söyler. Videoyu beğenmeyenlere atıfta bulunan yorumla, YouTube’un farklı izleyicilerin yorumlarını birlikte beyan edebilecekleri bir alan sağlıyor oluşuna örnektir.

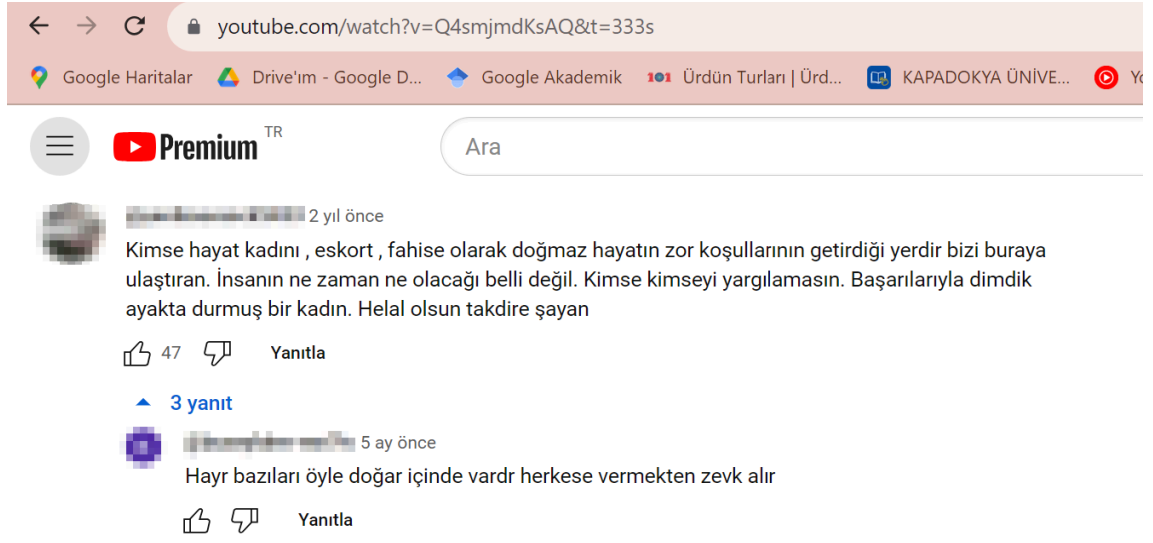
4.2.1.4. Olumsuz/Nefret Söylemi İçeren Yorumlar

Bu bölüm içerisinde ele alınan yorumlar diğer yorumların aksine, destekleyici veya güçlendirici yorumlar değildir. Tematik olarak ötekileştirici söylemi devam ettiren yorumlardır. Hem Mehtap Yılmaz’ın yorumları, hem de Deniz Taha’nın yorumları aynı kategoriler altında incelenmiş ve tüm kategorilerde beş örnek yoruma yer verilmiştir ancak sadece bu başlık altında dört yorum bulunmaktadır. Bunun sebebi ise incelenen 1000 yorum arasında sadece dört tane olumsuz söylem içeren yorum yer almasıdır, beşinci bir örnek yorum bulunamamıştır. Bu da Yılmaz’ın anlatısının yarattığı olumlu etkiyi gösteren bir örnektir.

Yorumlardan ikisinde, pavyonda çalışan kişilerin bu işi isteyerek ve bilerek yaptığı, diğerinde ise zorlu bir aile ortamında büyümenin ve hayat şartlarının bu mesleği yapmak için geçerli bir sebep olmadığını belirten ifadeler yer alır. Son yorum ise başka işler yapılarak hayatta kalmanın her zaman mümkün olduğunu belirtir niteliktedir. Özellikle kadınların bu mesleği isteyerek yaptığını belirten yorumlar, aslında tabulaşmış kadın cinselliği ve namus gibi toplumsal konulara gönderme yapar. Bu çerçevede de programı izleyen herkesin farkındalık kazanmadığı, kişinin hayat hikâyesinin, tecrübe ettiği olumsuz olayların ve kişinin hayattaki hedeflerinin izleyicinin ötekileştirici yaklaşımını her zaman değiştirmeyeceği görülmüştür.



Bu yorumda şu ana kadar incelenen yorumlardan farklı olarak Yılmaz'ın hikâyesini destekleyen bir yaklaşım görülmez. Yorumcu yine kendi yaşamına dayanarak kendisinin de zorlu bir aile ortamından geldiğini, sevgisiz bir çevrede büyüdüğünü ancak bunların pavyonda çalışmak için geçerli sebepler olmadığını söyler. Pavyonda çalışmak yerine farklı işlerde çalışıp az parayla yaşanabildiğini söyleyen yorumcu, Yılmaz'ın anlatısını "duygu sömürüsü" olarak nitelendirir. Bu yorum da programı izleyen herkesin, programın konuğuna aynı pozitif yaklaşımla bakmadığını gösteren bir örnektir.



youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE...

Premium^{TR} Ara

2 yıl önce

Kimse hayat kadını , eskort , fahise olarak doğmaz hayatın zor koşullarının getirdiği yerdir bizi buraya ulaştıran. İnsanın ne zaman ne olacağı belli değil. Kimse kimseyi yargılamasın. Başarılarıyla dimdik ayakta durmuş bir kadın. Helal olsun takdire şayan

47 Yanıtla

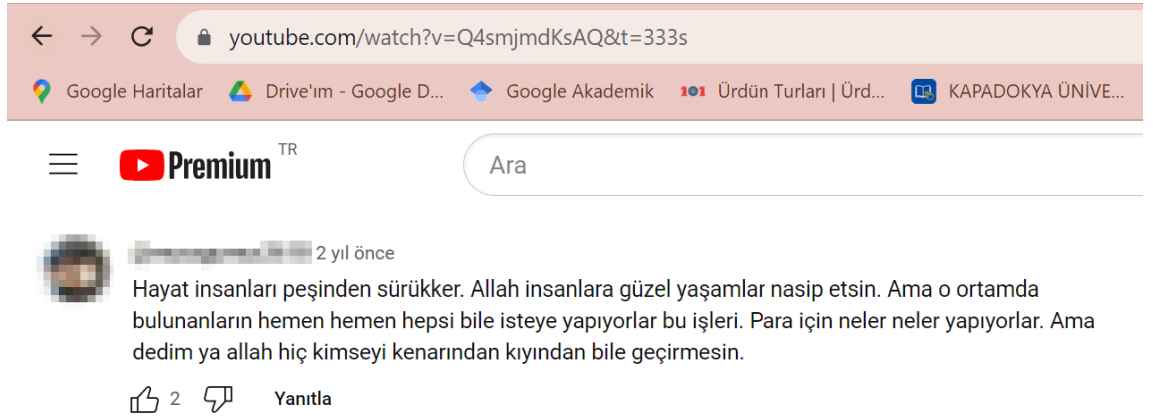
3 yanıt

5 ay önce

Hayr bazıları öyle doğar içinde vardır herkese vermekten zevk alır

Yanıtla

Bu yorum farkındalıkla ilgili başlık altında da incelenmiş aslında olumlu olan bir yoruma verilmiş bir cevaptır. Yorumda kişinin hayat hikâyesi, aile ortamı, hayattaki imkanlarının sınırlılıkları düşünülmeden, sadece kişinin içinden geldiği için bu tarz işlerde çalıştıklarını söyler. Kişinin içinden geldiğini ifade eder.



youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=333s

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE...

Premium^{TR} Ara

2 yıl önce

Hayat insanları peşinden sürükler. Allah insanlara güzel yaşamlar nasip etsin. Ama o ortamda bulunanların hemen hemen hepsi bile isteye yapıyorlar bu işleri. Para için neler neler yapıyorlar. Ama dedim ya Allah hiç kimseyi kenarından kıyından bile geçirmesin.

2 Yanıtla

Son olarak bu yorumcu da hayat şartlarının kişiyi etkileyebileceğini kabul etse de pavyon çalışanlarının o işi isteyerek yaptıklarını söyleyerek pavyonda bulunan insanların, para için her şeyi yapmaya istekli oldukları belirtiliyor.

← → ↻ youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ&t=339s

Google Haritalar Drive'ım - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürdü... YouTube Music Shopier

☰ Premium^{TR} Ara

1 yıl önce (düzenlendi)
Burda guzel yaziyorsunuzda yakinınızda otursa emininimki colugunuzu cocuğunuzu gondermez
selam bile vermezsiniz kardesi okutmak icin pavyonnlara dusmeye gerek yok cok para hirsı bence
ama yine de kimseyi kinamam lafi iyi anla
👍 3 🗨 Yanıtla

1 yıl önce
[redacted] umarım bir gün çok çaresiz kalırsın.
👍 5 🗨 Yanıtla

1 yıl önce (düzenlendi)
[redacted] sen kalırsın insallah burda yazmak kolay degilmi herkes kendince bseyler yasiyor
temizlige gidenler kadın degilmi kolayi herkes secer isine bak hadı bizde cok caresiz kaldık kbkma
👍 🗨 Yanıtla

Birinci ve üçüncü yorumu yapan yorumcu aynı kişidir ve olumlu yorumlar yazan kişileri eleştiren ifadeler kullanmıştır. Yorumcu pavyonda çalışmanın çaresizlik durumunda da bir zorunluluk olmadığını ve başka işler de yapılabileceğini söyler. Ayrıca, videonun altına olumlu yorum yapan izleyicileri eleştirir. YouTube üzerinde olumlu yorumlar yapan kişilerin, gerçek hayatta ötekileştirilen kişilerle aynı olumlulukla yaklaşmayacağını hatta uzak duracağını söyler. Yılmaz'ı yaptığı işi para hırsıyla ilişkilendirir.

4.2.2. Deniz Taha Bölümünün Aldığı Yorumların Değerlendirilmesi

16 Nisan 2020 tarihinde yayınlanmış video 19 Kasım 2023 tarihi itibarıyla 10.928 yorum almıştır. YouTube'un "Önce yeni" seçeneği seçildiğinde yaptığı sıralamaya göre en son yorum 11 gün önce (8 Kasım 2023 tarihinde) yapılmıştır. Bu veri üzerinden videonun hala merak uyandırdığı ve izlenmekte olduğu söylenebilir. Deniz Taha'nın videosu için de yorumlar aynı yöntemler uygulanarak, aynı başlıklar altında toplanmıştır.

Yorumları daha iyi anlayabilmek için Deniz Taha'nın hikâyesini hatırlamak faydalı olacaktır. Deniz Taha aile içi şiddete maruz kaldığı, babasından sevgi göremediği bir çocukluk geçirmiştir. Ardından babasından boşanıp yeni bir adamla evlenen annesi 16 yaşında Deniz Taha'yı reddetmiş ve Taha kimsesiz kalmıştır. Bu dönemde tamamen

yalnız kalan Taha, bir arkadaşının evinde kalmaya başlamıştır ve yine arkadaşı vasıtasıyla garson olarak işe girmiştir. Ancak bu işten kazandığı para yeterli olmayınca ve arkadaşının aynı işi yapmasına rağmen çok daha fazla para kazandığını fark eden Taha, arkadaşına nasıl daha fazla para kazandığını sormuş ve arkadaşının seks işçisi olduğunu öğrenmiştir. O arkadaşı sayesinde o da zaman içerisinde seks işçiliği yapmaya başlamıştır. Başta bu olayın kendisine çok ağır geldiğini ve hatta sevgi arayışı içinde insanlarla tanıştığını ve birlikte olduğunu söyleyen Taha, bir süre sonra hissizleştiğini söyler. Türkiye’de hiç konuşulmayan kadın cinselliği, kadının cinsel istekleri ve cinsel fantezileri toplum içinde bastırılrsa da, üstü örtülse de gerçek olduğunu anlatan Taha, yaşadığı ekstrem olaylara da anlatısında yer verir. En son kendi aile kurmak istediğinden, çocuğu olması istediğinden ve bunları yapabilmek için seks işçiliğini bırakıp üniversiteye başladığından bahsederek bölümü bitirir.

4.2.2.1. Olumlu/Destekleyici Yorumlar

Bu bölümde Deniz Taha’nın anlatısına gelen olumlu yorumlar derlenmiş ve beş yorum örnek olarak verilmiştir. Yorumlara tematik olarak bakıldığında Taha’nın yaşadığı sevgisizliğin ve aile içi şiddetin onun seks işçisi olarak çalışmasında etkili olduğu sıkça belirtilmiş bir düşüncedir. Yorumlarda Taha, sevgisiz bir ortamda büyüdüğü için ve yaralandığı için kabul görmüş ve seks işçiliği yapması bu bağlamda anlamlandırılmıştır. Bu işi bırakması ve gelecekte aile kurmak istemesi takdirle karşılanmıştır. Yorumlara bakıldığında aslında Taha’nın çaresizliği ve sevgisizliği izleyicide acıma duygusu uyandırmış ancak aile kurmak istemesi yani toplumda normal olarak kabul gören bir hayatı seçmesi yorumlarda tebrikle karşılanmıştır.

← → ↻ youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... Ye

☰ Premium^{TR} Ara

3 yıl önce

Kendine yapılmamış babalığı/anneliği kendi çocuğuna yapmak isteyişini anlatışı ne kadar da samimi. Hani diyor ya çevreniz bir süre sonra nasıl bir işte çalıştığınızı biliyor benimle kim neden görüşmek istesin ki? Bu çok acı bir cümle çünkü kendi yaptıklarına bakmayıp karşı tarafa bakıyorlar sadece. Sevgi her şeyi aşar. Geçmiş tozdu, üfleyin uçsun gitsin. 🌹

👍 10 🗨 Yanıtla

▼ 1 yanıt

Bu yorumda, Deniz Taha'nın kendi baba olma istediği ifadesinden bahsedilmiştir. Yorumda geçen "Kendine yapılmamış babalığı/anneliği kendi çocuğuna yapmak isteyişini" ifadesi, Taha'nın kendi görmediği sevgi ve ilgiyi kendi çocuğuna vermek istediğini belirtmesinin izleyicideki karşılığına işaretler. Ayrıca, Taha'nın "çevreniz bir süre sonra nasıl bir işte çalıştığınızı biliyor, benimle kim neden görüşmek istesin ki?" ifadesi yaşadığı ötekileştirmeyi birebir anlatan bir cümledir ve bu cümlenin alıntılanmış olması, "çok acı" olarak nitelendirilmiş olması izleyicinin ötekileştirmeye yüzleştiğine işaretler. Yorumcu sevginin her şeyi değiştirebileceği ve geçmişi geride bırakmanın önemli olduğu fikrini paylaşmıştır.

← → ↻ youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... Ye

☰ Premium^{TR} Ara

3 yıl önce

Deniz kardeşim vallahi ben senin çok iyi bir insan ve iyi olmak için çabalayan bir insan olduğunu düşünüyorum. Bilmiyorum bir şekilde kanım kaynadı sana. İnşallah istediğin evladı, eşi Allah nasip eder sana. Daima güzel yarınlar yaşamamı dilerim.

👍 16 🗨 Yanıtla

3 yıl önce

Yine muhteşem bir insan tanıdık sayenizde. İcimdiki boşluklara yaralara dokundu sözleri. Umarım hayal ettiği aileyi kendi kurabilir. Bu kadar yara aldıktan sonra eminim daha güçlü çıkacaktır. :)

👍 9 🗨 Yanıtla

▼ 1 yanıt

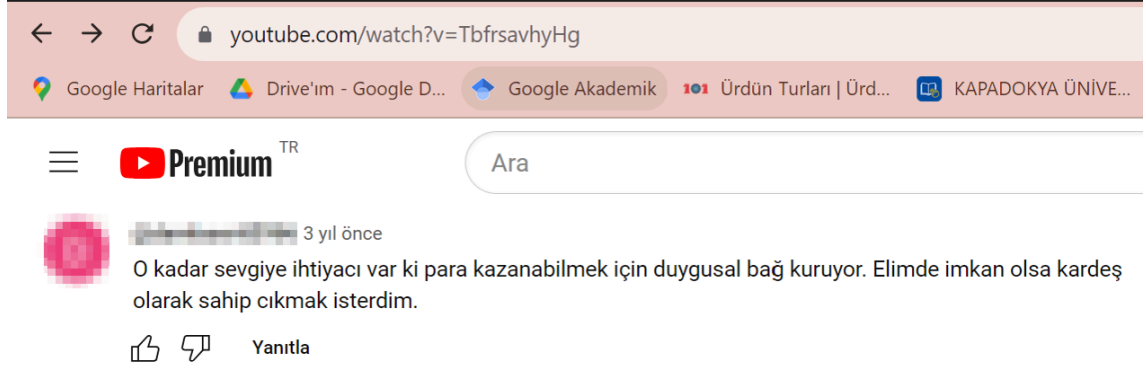
Bu yorumlarda, Taha'nın benzersiz bir şekilde çabalayan bir insan olduğu ifade edilmiş ve onun için iyi dileklerde bulunulmuştur. Ayrıca, ikinci yorumda yorumcu, "Katarsis X-tra" programı sayesinde "yine muhteşem bir insan tanıdık" diyerek diğer tüm bölümlerdeki ötekileştirilmiş kişilere olumlu bir mesaj göndermiştir. Taha'nın etkileyici bir insan olduğunu ve sözlerinin yorumcunun içindeki yaralara dokunduğunu belirten yorum, yine izleyicinin kendi hikâyesiyle bağlantı kurduğunu gösteriyor. Yorumlar, Taha'ya duyulan hayranlığı ve umut dolu düşünceleri yansıtıyor.

The screenshot shows a YouTube video page with the URL youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg. The page is viewed on a mobile device, as indicated by the navigation bar at the bottom. The video player is partially visible at the top, showing the YouTube Premium logo and a search bar. Below the video, there are four comments and replies:

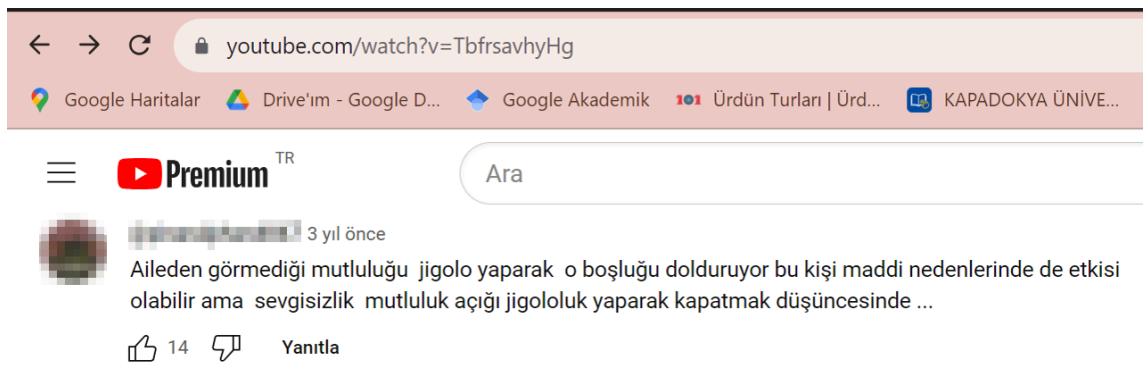
- Comment 1:** Posted 3 years ago. Text: "Yargılamak en güzel yaptığımız iş, baktığımda gördüğüm küçüklüğünden gelen travmalar bir ömür hayatını etkiliyor. Kimse anne babasını seçerek doğmuyor maalesef. Yinede tebrik ederim doğruyu mantığı ile çözmüş ve o yolda ilerlemiş pırlıl pırlıl bir delikanlı. Hayatının geri kalanında yolun açık olsun. Saygılar." (1 like, 1 reply, "Yanıtla" button)
- Reply 1:** Posted 1 year ago. Text: "Pırlıl pırlıl dediğin kişiyi baba darbe vurmuş anne tekme vurmuş kirli bir bataklığa batmış günaydın :)" (1 like, 1 reply, "Yanıtla" button)
- Comment 2:** Posted 10 months ago. Text: "Siz pırlıl pırlıl delikanlı görmemişsiniz belli ki! Ya da pırlıl pırlıl insan nasıl olur kesinlikle bilmiyorsunuz." (1 like, 1 reply, "Yanıtla" button)
- Comment 3:** Posted 10 months ago. Text: "hata yapan ve hata yaptığını farkedenden kabul edip düzelme yoluna giren her insan ikinci bir şans hakeder." (1 like, 1 reply, "Yanıtla" button)

Bu yorumda, toplumdaki ön yargıyla yaklaşma eyleminin yanlışlığı vurgulanmış ve Taha'nın küçüklüğünden beri almış olduğu darbelerin onun hayatını etkilediğinin altı çizilmiştir. Yorumcu, kişinin anne ve babasını seçme şansının olmadığına ve Taha'nın tek başına hayattaki problemlerini aşabilmiş olduğuna da dikkat çekmektedir. Taha'yı parlak ve başarılı bir genç adam olarak nitelendiren yorum, yargılamanın yanlış bir davranış olduğunu ifade ederken, aynı zamanda aldığı cevaplarla eleştirilmiştir. "Pırlıl

pırlı” şeklinde nitelendirilecek kişinin böyle olmadığını savunan eleştirel yorumlara, hatasını kabul eden çözüm üreten insanların ikinci bir şansı hakkettiğini savunmuştur.



Yorumcu, Deniz Taha'nın sevgiye ihtiyaç duyduğundan dolayı para kazanmak için duygusal bağlar kurmuş olmasından etkilendiğini ifade etmiştir. Taha'nın hikâyesinde anlattığı sevgisiz aile ortamını ve sonrasında seks işçisi olarak birlikte olduğu kadınlarla kendi iç dünyasında kısa da duygusal ilişkiler kurduğunu anlatmıştır. Bu anlatıdan yola çıkarak yorumcu, Taha'nın yaşadığı sevgisizlikten etkilenerek Taha'yı bir kardeş gibi sahiplenebileceğinden bahsediyor. Yani aslında toplumda yok sayılan bir kişi bu şekilde hikâye anlatımıyla, izleyicide kucaklayıcı, sevgi içeren duygular uyandırarak karşılık bulabiliyor.

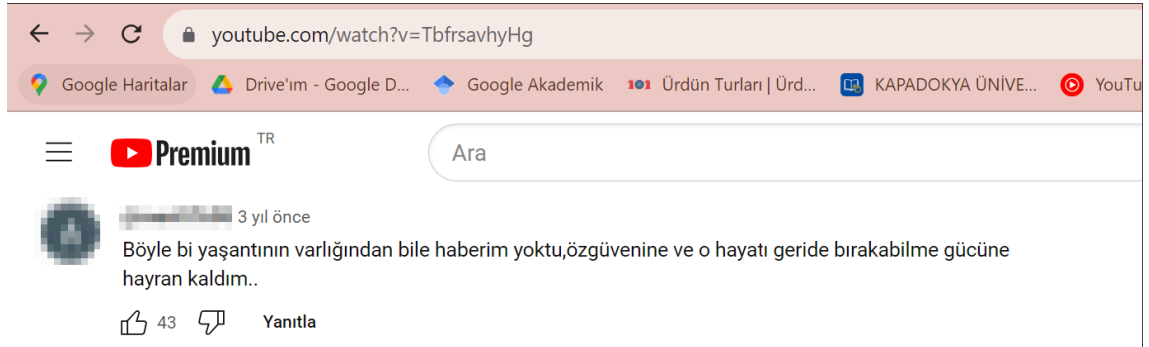


Taha'nın ailesinden görmediği sevgiyi, ilgiyi seks işçisi olarak çalışarak bu boşluğu doldurduğu ifade edilmekte. Yorumcu, Taha'nın durumunda maddi nedenlerin de etkili olabileceğini düşünmekte, ancak asıl nedenin sevgisizlik ve mutluluk açığı olduğunu

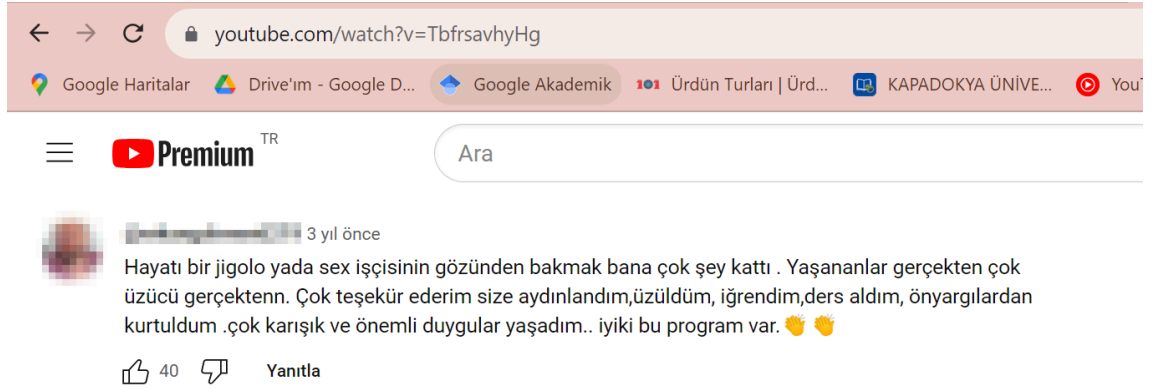
vurgulamaktadır. Yorumcu, bu durumu anlamaya çalışırken, kişinin içindeki boşluğu doldurma arayışını ve mutluluğu bulma çabasını ifade eder. Aslında ön yargıyla değil, anlamaya çalışarak yaklaşması önemlidir.

4.2.2.2. Farkındalık İçerikli Yorumlar

Bu bölümde ele alınan yorumların tamamında yorumcular çok net bir şekilde farkındalık kazandığını, ön yargılarının kırıldığını ve bunun “Katarsis X-tra” sayesinde olduğunu belirtmişlerdir. Yorumculardan bazıları seks işçilerinin hayatlarına dair hiç bilgileri olmadığını ve bu program sayesinde farklı bir görüş kazandıklarını söylemişlerdir. Bu bağlamda programın, toplumda konuşulmayan ve görülmeyen problemleri görünür kıldığını söylemek mümkündür.



Öncelikle yorumcunun bu yaşam tarzına dair bir şey bilmediği ve video/Deniz Taha'nın anlatısı sayesinde öğrendiği anlaşılır. Bu yaşama dair bir bilgisi olmayan yorumcunun bir ön yargısı da olmadığı söylenebilir ancak, metindeki ifadelerle dayanarak, yorumcunun bu yaşam tarzını terk ettiği için Taha'ya hayran kaldığı görülür. Bu yorum, daha öncesinde seks işçilerinin yaşadığı hayat şartlarını bilmeyen ve program aracılığıyla o hayatı öğrenen, Deniz Taha'nın anlatısı üzerinden öğrenen bir izleyicinin ön yargıyla değil daha empatik yaklaştığının göstergesi niteliğindedir.



youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... You

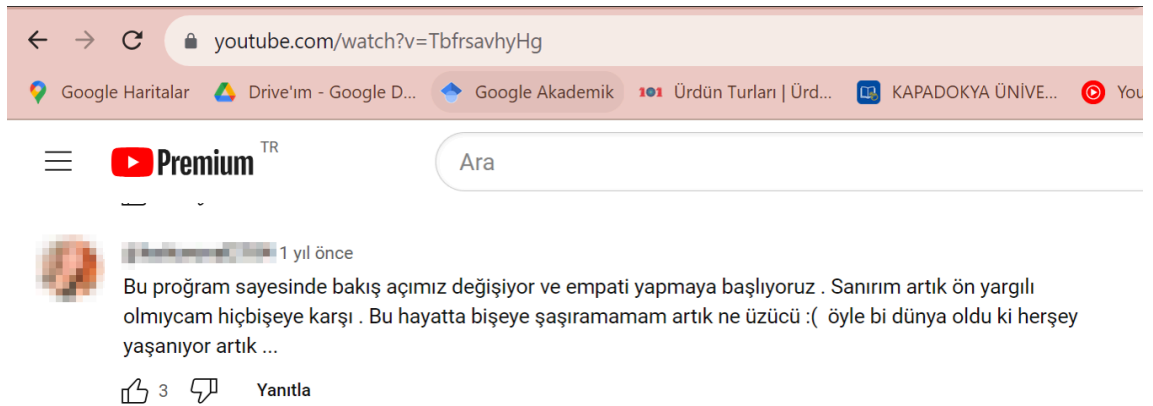
Premium TR Ara

3 yıl önce

Hayatı bir jigolo yada sex işçisinin gözünden bakmak bana çok şey kattı . Yaşananlar gerçekten çok üzücü gerçekten. Çok teşekkür ederim size aydınlandım,üzüldüm, öğrendim,ders aldım, önyargılardan kurtuldum .çok karışık ve önemli duygular yaşadım.. iyiki bu program var. 🌟🌟

40 Yanıtla

Yorumda, yorumcu bir jigolo veya seks işçisinin gözlerinden hayata bakabilmenin kendisine birçok şey kattığını ifade ediyor ki bu yorum, direk izleyicinin kazandığı farkındalığı kendisi beyan ettiği için, tez çalışması için çok önemlidir. Yorumcu, bu deneyimin gerçekten üzücü olduğunu ve kendisini hem aydınlatılmış hem de duygusal olarak etkilenmiş hissettiğini belirtir. Ayrıca, bu deneyim sayesinde önyargılardan kurtulduğunu ve çeşitli karmaşık duygular yaşadığını ifade eder. Yazar, bu programın varlığından dolayı minnettar olduğunu belirtir. Yorum, farkındalık kazanma açısından incelendiğinde, yazarın farklı bir bakış açısıyla yaşananlara ve bir bireyin yaşam tarzına duygusal bir yolculuk yaptığını göstermektedir. Yorumdaki ifadeler, bir jigolo veya seks işçisi olarak çalışmanın gerçekliğiyle yüzleşmeyi ve bu deneyimden öğrenmeyi içeren bir süreci yansıtmaktadır. Farkındalık kazanmak, yorumcudaki rahatsızlık ve duygusal zorluklarla birlikte gerçekleşmiştir ancak, aynı zamanda yorumcu, bu deneyimden ders aldığını ve önyargılardan kurtulduğunu belirtir.



youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg

Google Haritalar Drive'im - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... You

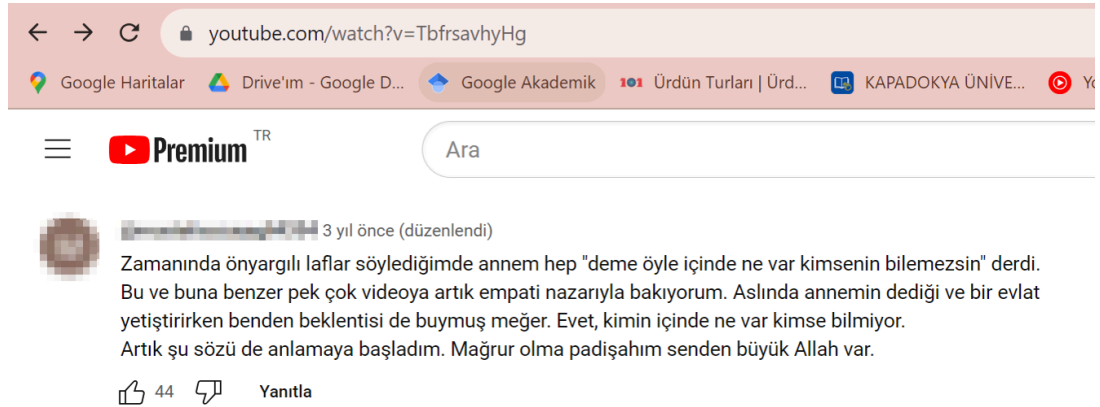
Premium TR Ara

1 yıl önce

Bu program sayesinde bakış açımız değişiyor ve empati yapmaya başlıyoruz . Sanırım artık ön yargılı olmayacağım hiçbir şeye karşı . Bu hayatta bir şeye şaşırılmamam artık ne üzücü :(öyle bi dünya oldu ki herşey yaşanıyor artık ...

3 Yanıtla


Yorum, izleyicilerin bu program aracılığıyla bakış açılarının değiştiğini ve empati yapmaya başladıklarını açıkça ifade etmektedir. Yorumcu, bu programın yardımıyla hayatta karşılaşılan hiçbir şeye karşı önyargılı olmayacağını ve şaşırılmamayı öğrendiğini belirtir. Bu yorum, farkındalık kazanma açısından incelendiğinde, yorumcunun programın etkisiyle bakış açısının değiştiğini ve bunun sonucunda empati yapmaya başladığını göstermektedir. Yazar, program sayesinde önyargılarından kurtulduğunu belirtir. Bu, farkındalığın ve bilinçliliğin, başkalarının deneyimlerini anlama ve empati kurma yeteneğini geliştirebileceğini vurgulamaktadır. Bir bütün olarak bakıldığında “Katarsis X-tra” programının içeriğinin ön yargıları kırıcı, farkındalık kazandırıcı özellikler taşıdığı ve görünmeyen hayatları görünür kıldığı bu yorumda da net bir şekilde görülür.



← → ↻ 🔒 youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg

Google Haritalar Drive'ım - Google D... Google Akademik Ürdün Turları | Ürd... KAPADOKYA ÜNİVE... Y

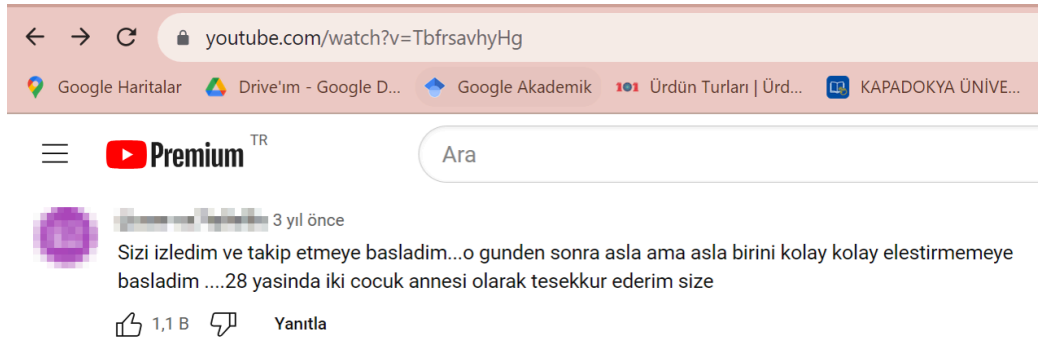
☰ Premium^{TR} Ara

 3 yıl önce (düzenlendi)

Zamanında önyargılı laflar söylediğimde annem hep "deme öyle içinde ne var kimsenin bilemezsin" derdi. Bu ve buna benzer pek çok videoya artık empati nazarıyla bakıyorum. Aslında annemin dediği ve bir evlat yetiştirirken benden beklentisi de buymuş meğer. Evet, kimin içinde ne var kimse bilmiyor. Artık şu sözü de anlamaya başladım. Mağrur olma padişahım senden büyük Allah var.

👍 44 🗨️ Yanıtla

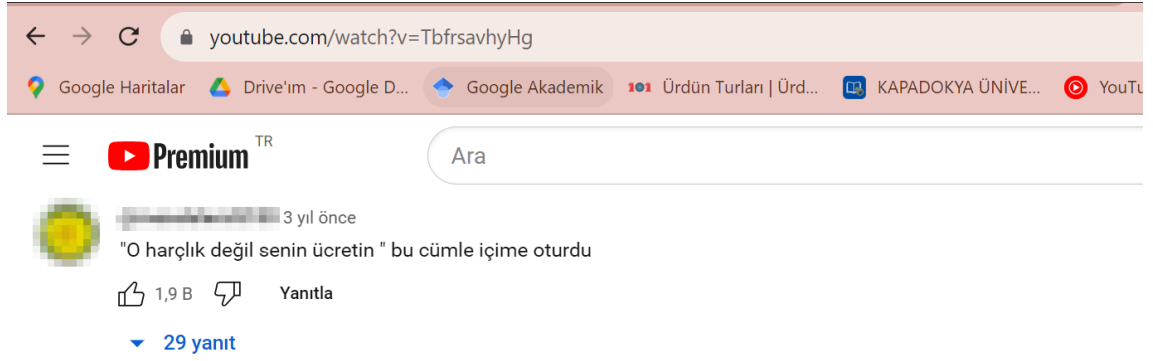
Yorumcu, geçmişte önyargılı düşünceler sergilediğinde annesinin ona "Deme öyle içinde ne var kimsenin bilemezsin" şeklindeki sözleriyle empati yapmayı öğrenmeye çalıştığını ifade etmiştir. Yorumcu, bu ve benzeri içeriklere ve anlatılara artık empati gözüyle baktığını ve aslında annesinin dediği gibi, kimin içinde ne olduğunu kimsenin bilemediğini anladığını belirtiyor. Yorum, farkındalık kazanma bağlamında incelendiğinde, yorumcunun videolar aracılığıyla ötekileştirilen hayatlara empatik yaklaşmayı öğrenmeye başladığını gösterir. Aslında yorumcu insanların iç dünyalarının, nereden geldiklerinin, nasıl o ötekileştirilen duruma geldiklerinin başkaları tarafından tam olarak anlaşılamayacağını dolayısıyla başkalarının deneyimlerini ve duygularını anlamaya çalışmanın önemini vurgulamaktadır.



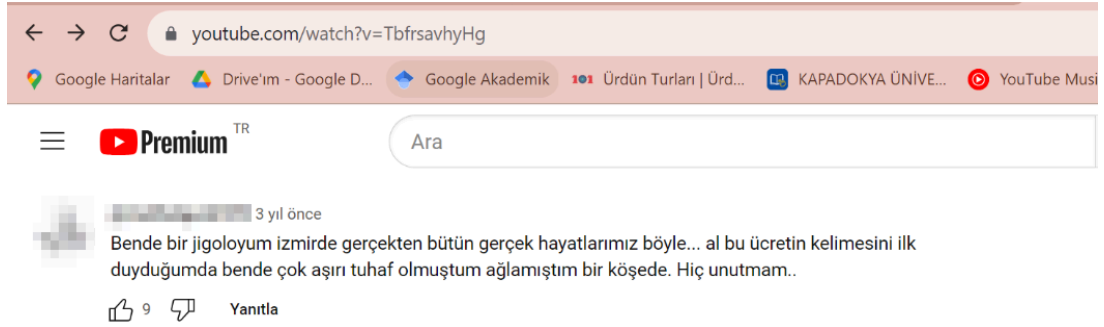
Yorumcu, “Katarsis X-tra” programını izledikten ve takip ettikten sonra eleştirmeme alışkanlığı kazandığını söylemektedir. Yorumcu, programın bu etkisinden dolayı teşekkür ediyor. Bu yorum, farkındalık kazanma açısından incelendiğinde, yorumcunun bu programın sunduğu anlatılar üzerinden yaşadığı deneyimden sonra eleştirmeme alışkanlığı kazandığını belirtmektedir. Yorumcunun ifadesinden, programının etkisinin yazarın davranışlarını değiştirdiği ve daha hoşgörülü bir yaklaşım benimsediği anlaşılmaktadır.

4.2.2.3. Diyalog Kuran Yorumlar

Bu bölümde Deniz Taha'nın anlatısının alıntılanan kısımları ve başka hikâye anlatımlarını başlatan yorumlar paylaşılmıştır. Yorumlarda gerçeklerle yüzleşme anları alıntılanmıştır; seks işçisi olarak çalışanların yaşadığı anlar veya cinselliğe dair gerçekliklerin bahsedildiği cümleler alıntılanmıştır. Bu alıntılar görünürlüğü arttığı birer göstergesidir. Diğer yorum ise benzer hayat hikâyesine sahip olan bir yorumcu tarafından yapılmıştır. Hem kendisinin de benzer bir yoldan geçtiğini söyleyen hem de Taha'yı alıntılamanın yorumcu, o yaşamı görünür kılmakla birlikte, yeni bir hikâye anlatımı süreci başlatmıştır. Alıntılama içeren yorumlar binin üzerinde beğeni almışlardır.

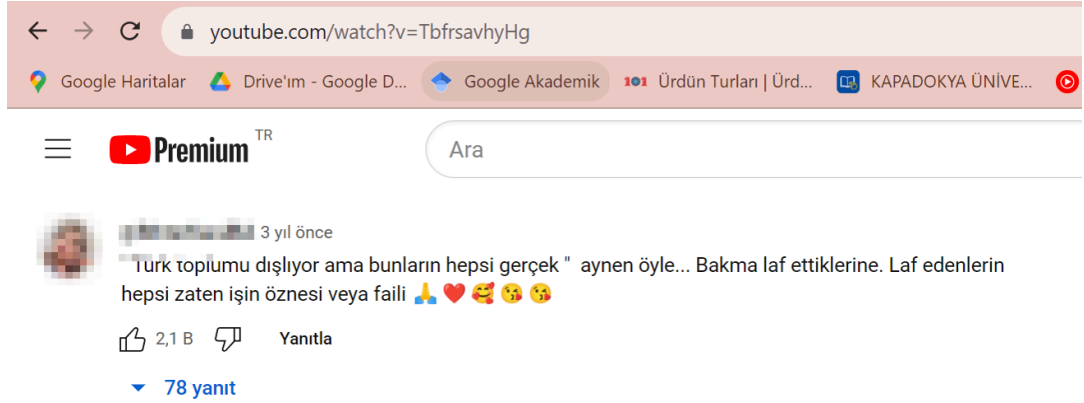


Yorumcunun alıntıladığı kısım, Deniz Taha'nın ilk kez biriyle birlikte olmasından sonra arkadaşından duyduğu cümledir. Deniz Taha, arkadaşı vasıtasıyla tanıştığı bir kadınla birlikte zaman geçirdiğini ve kadının ona harçlık verdiğini anlatır. Ancak Taha, kadınla cinsel birliktelik yaşadıktan sonra daha fazla para aldığını ve bunun üstüne de arkadaşının bu cümleyi sarf ettiğini anlatır. Bu noktada artık bir seks işçisi olduğunu anlayan ve kabullenen Taha için bu söz ne kadar ağırsa, izleyiciyi de o kadar etkilemiştir. İzleyici aslında bu yorumda, yüzleştiği gerçekliğin onda yarattığı duygulanımı paylaşmıştır.

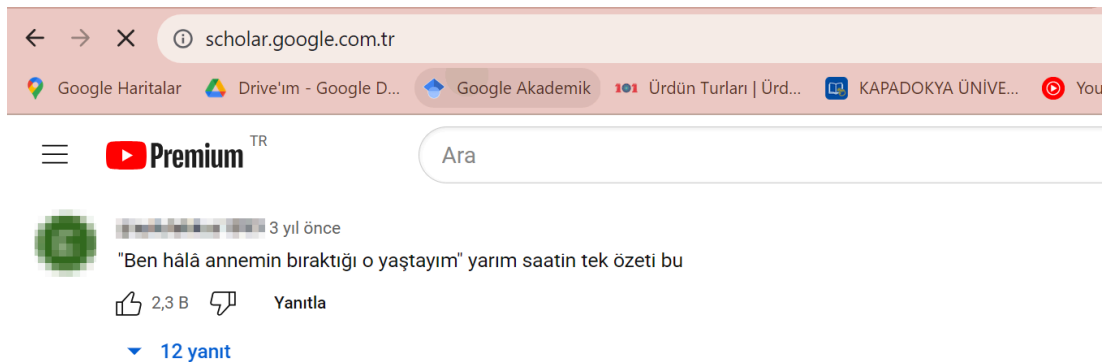


Bu yorumda ise Mehtap Yılmaz'da da örneği paylaşılmış olan benzer bir hayat hikâyesine sahip olan bir kişinin kendi hikâyesini paylaşmasıdır. Deniz Taha'nın anlatımı, benzer olaylar yaşayan, ötekileştirmeden etkilenen bir başkasının da hikâyesini paylaşmasına vesile olmuştur. Aynı Deniz Taha'nın bahsettiği gibi "Al bu ücretin" ifadesini duyduğunda o da etkilendiğini, tek başına ağladığı ve asla unutamadığını belirtir yorumcu. Bu anlatıyı dinleyen ve yorumları okuyan kullanıcılar, ötekileştirilen

kişilerin yaşadıklarıyla yüzleşmiş olurlar ve bu bağlamda “Katarsis X-tra” programı hem yeni hikayeler anlatım süreçlerinin başlayabilmesi için ortam sağlamış olur hem de farkındalık sağlar.

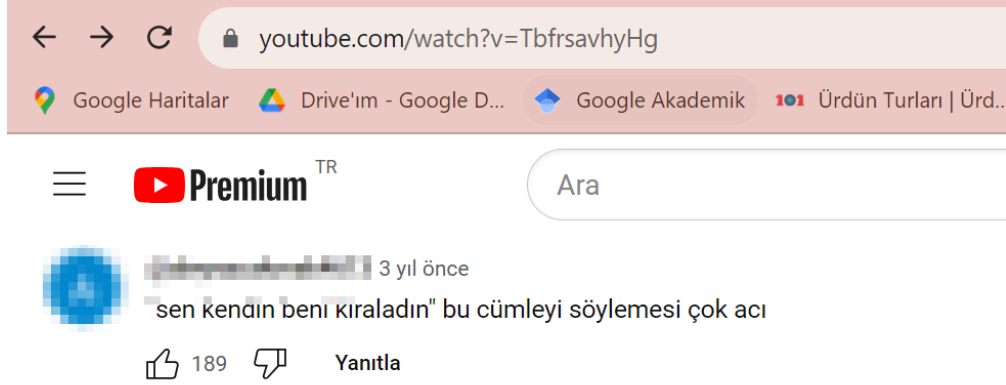


Bu yorum ise Deniz Taha'nın çalışırken aldığı talepleri, farklı cinsel fantezileri ve hatta şahit olduğu ensest ilişkileri anlattıktan sonra söylediği cümleyi alıntılanmıştır. Cinsellik toplumda üzerine konuşulmayan bir konuyken, kadın cinselliği ve dolayısıyla kadının cinsel talepleri/fantezileri tamamen yok sayılan bir konumdadır. Taha da aynı şekilde Türk toplumunun bunu dışladığını ama var olduklarının altını çizmiştir. Yorumcu ise Taha'nın söylemine katıldığını ifade etmiştir.



Önceki bölümlerde de Taha'nın ailesiyle olan yıpratıcı ilişkisi üzerine gelen yorumlar analiz edilmişti. 16 yaşında annesi tarafından terk edilen ve hayatta yalnız kalarak ne

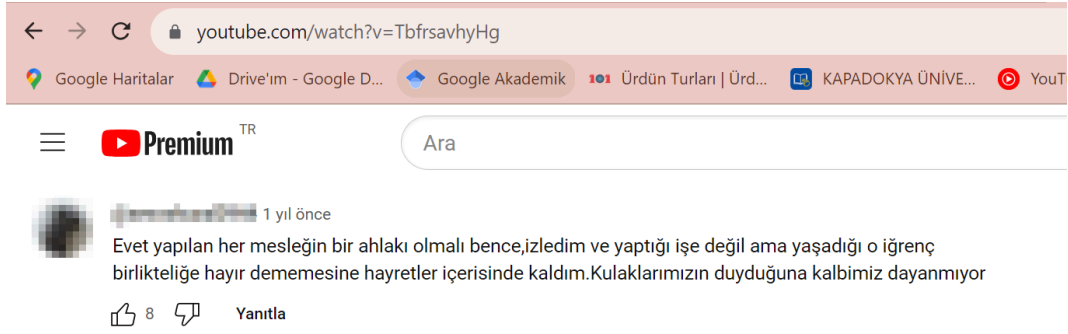
yapacağını bilemeyen Taha, bu cümlede onca yaşadıklarından sonra da hala aynı yaşta olduğunu, büyümediğini ve annesinin eksikliğini yaşadığını söyler aslında bu cümlede. Yorumcu ise Taha'nın tüm bölüm boyunca anlattığı her şeyin bu cümleyle özetlenebileceğini ifade eder.



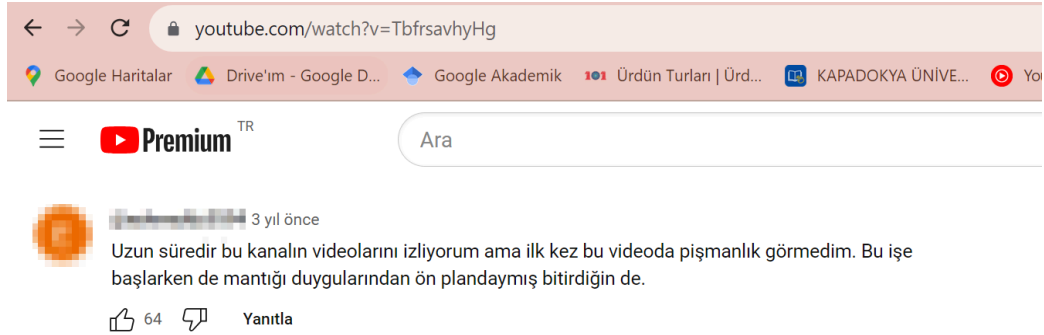
Yine Taha'nın bir anlatısından alıntılama yapan yorumcu, bu cümleyle aslında bir yüzleşme yaşamıştır. Seks işçilerinin üzerine konuşulmayan hayatları, diğer insanlar için bilinmez bir dünya gibidir. Bu hayatı birebir yaşayan insanlar tarafından anlatıldığında ise izleyiciler önemli bir yüzleşme yaşarlar.

4.2.2.4. Olumsuz/Nefret Söylemi İçeren Yorumlar

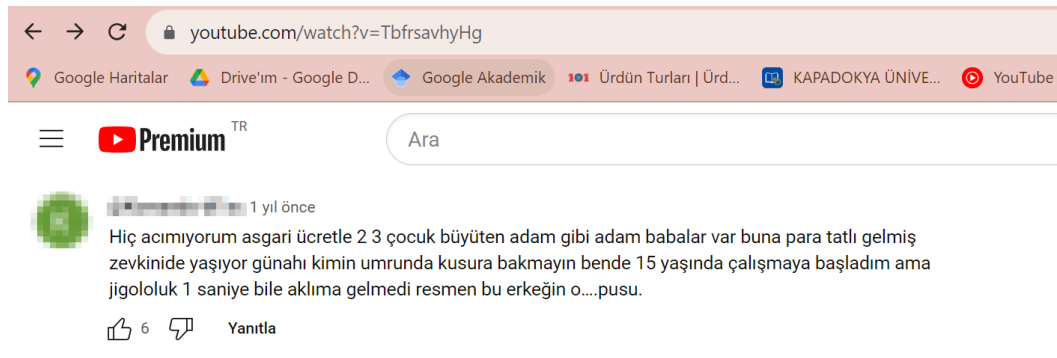
Bu bölümdeki yorumlar farklı açılardan Deniz Taha'nın hayatını ve anlatısını eleştiren yorumlardır. kullanılan bazı ifadelerde nefret söylemi kullanılmıştır. Yorumcuların çoğu videodaki anlatıyla, ön yargılarının kırılmadığını ve Taha'nın anlatı üslubu yüzünden onunla empati kuramadıklarını belirtmiştir. Yorumcular, Taha'nın ne olursa olsun daha ahlaki seçimler yapabileceğini savunmuştur ve Taha'nın yaptığı işi bir çaresizlik sonucunda yapmadığını, bu işin daha kolay olduğunu, kolay para kazandırdığını ifade etmişlerdir. Diğer yorumcular ise Taha'nın anlatısındaki üslupta pişmanlık, acı ve utanç gibi duyguları hissedemediklerini söyleyerek aslında Taha'nın yaşadıkları ve yaptıklarıyla gurur duyduğu söylemişlerdir.



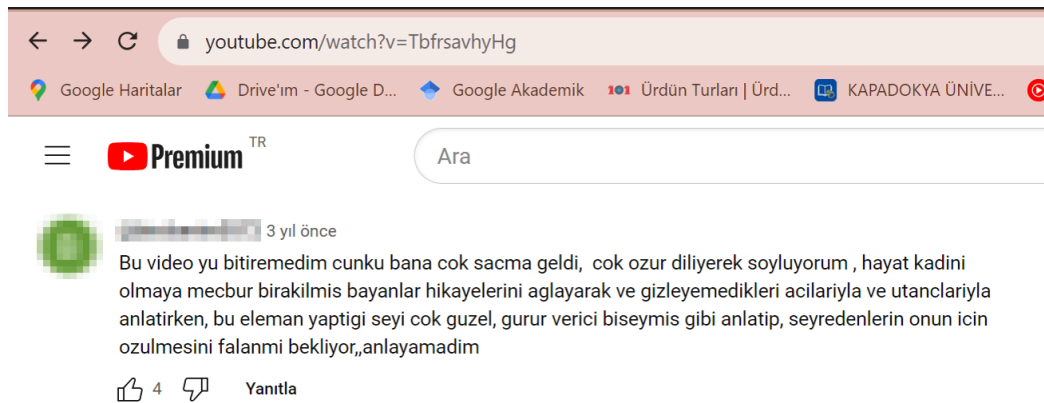
Yorumda her mesleğin doğasında ahlaki bir boyut olması gerektiğine vurgu yapıldığı görülmektedir. Yorumcu, Taha'nın mesleğini değil, mesleğinde ahlaki sınırlılıkları olmamasını eleştirmektedir. İlk olarak, yorumcu anlatıda Taha'nın bahsettiği ensest ilişkiden söz etmekte ve bu durumu "iğrenç birliktelik" olarak tanımlamaktadır. Duyduklarına şaşırarak yorumcu, temelinde Türkiye'de var olan ancak yok sayılan, görünmeyen, üzerine konuşulmayan ilişki biçimlerine, cinselliğe veya yaşam tarzlarına tepki göstermektedir.



Yorumcu, *Bana Göre Tv* kanalının videolarını izlediği ve genellikle hikâyelerde pişmanlık duygusu gördüğünü, ancak Deniz Taha'nın videosunu izlediğinde pişmanlık göremediğini ifade etmektedir. Yorumdaki "mantık duygulardan ön plandaymış" ifadesiyle, yorumcu Taha'nın bu işe başlarken de bitirirken de duyguları/ahlaki yerine mantığını kullanmayı tercih ettiğini belirtirken aslında onu eleştirmektedir. Yorumcunun diğer videoları da izleyip pişmanlık duygusu gördüğü ve bunu onayladığı anlaşılır. Bu bağlamda "Katarsis X-tra" programının izleyicisinde bir farkındalık oluşturduğu ancak izleyicinin empati kurabilmesinin anlatının pişmanlık duyguları içermesiyle ilişkili olduğu söylenebilir.

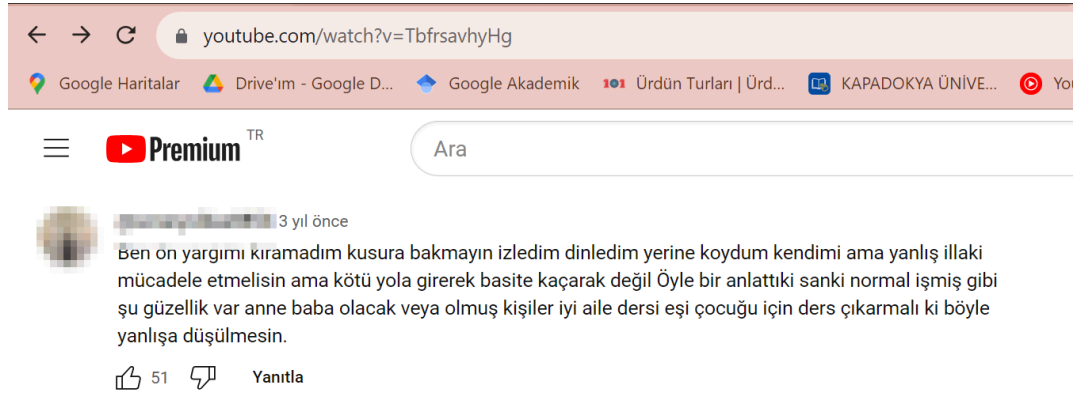


Yorum, Deniz Taha'nın olumsuz bir şekilde eleştirildiği ve aşağılandığı ifadeler içerir. Yorumcu, asgari ücretle geçinen ve çocuklarını büyüten babaları örnek göstererek, bu kişilerin zorlu bir durumda olduklarını ve saygıyı hak ettiklerini belirtmiştir. Ancak, yorumdaki ifadelerde, Deniz Taha'nın hayatı, olumsuz bir şekilde değerlendirilmiş ve hayat hikâyesi küçümsenmiştir. "Para tatlı gelmiş", "zevkini de yaşıyor" ve "günahı kimin umrunda" ifadeleri, Taha'yı maddi kazancı ve yaşam tarzını eleştiren bir şekilde nitelendirirken, yorumcu kendisinin de 15 yaşında çalışmaya başladığını yani ortak bir hikâyeye sahip olduklarını da belirtir. Bu tür bir dil kullanımı, nefret söylemiyle ilişkilendirilebilir.



Yorumcunun ifadelerinden “Katarsis X-tra” programının diğer bölümlerini de izlediği anlaşılmaktadır. Hayat kadını olmaya zorlanmış kadınların hikâyelerini anlatırken duydukları acıları gizleyemediklerini ve utançlarını açıklarken, Taha'nın kendi yaptıklarını gurur verici bir şekilde anlattığını ifade eden yorum, bu durumu eleştirmektedir. Yorumcu, videonun anlatımını saçma bulmuş ve eleştirdiği kişinin

duygusal acılarını ve utançlarını anlattığı bir konuda bile kendini övücü bir şekilde ifade ettiğini düşümekte ve "seyredenlerin onun için özülmesini falan mı bekliyor" ifadesiyle, Taha'nın izleyicilerden empati veya üzüntü şeklinde bir karşılık alamayacağını belirtiyor. Yorumdaki ifadeler incelendiğinde, bu bölümün ikinci örnek yorumunda da görüldüğü gibi, programdaki anlatıcının izleyiciden empatik bir yaklaşım alabilmesi için anlatıcının yaşadıklarını anlatırken pişmanlık, üzüntü ve acıyla anlatmış olması gerektiği anlaşılır. Yani yorumun verdiği mesaja göre ötekileştirilen kişi toplumdan kabul görebilmek için, empatik bir diyalog kurabilmek için yaptıklarından pişman olmalıdır.



Yorumcu, videoyu izlendiğini, Taha'yı dinlendiği ve kendini olayın içerisine koyduğu ancak yanlış bulduğunu söyler ve açıkça ön yargılarının kırılmadığından bahseder. Ayrıca, Taha'nın anlatımının, normal bir işi anlatmış gibi olduğunu söyleyerek Taha'nın üslubunu eleştirmiştir. Yorumdaki ifadeler, hem Taha'nın hayatını hem de Taha'nın tutumunu olumsuz bir şekilde değerlendirmektedir. Ayrıca, bu anlatının ve hikâyenin, anne-baba olacak veya olmuş kişilerin çocuklarına daha iyi bir aile ortamı sağlayabilmeleri için faydalı olabileceğini söyler.

BÖLÜM 5: TARTIŞMA

Bulgular bölümünde tezin üç ana veri kaynağı olan seçilmiş “Katarsis X-tra” bölümlerinin içerikleri, programın yapım ekibiyle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ve seçilmiş bölümlere gelen YouTube yorumları paylaşılmış ve analiz edilmiştir.

“Katarsis X-tra” programının detaylı bir betimlemesi yapıldıktan sonra seçilen bölümlerin içerikleri anlatılmıştır. Seçilen ilk bölüm “Katarsis X-tra - Mehtap Yılmaz: “Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!” isimli bölümdür. Bölümde Mehtap Yılmaz çocukluğundan itibaren hayat hikâyesini anlatır. Geçimsiz bir aile içinde büyüyen Yılmaz, erken yaşlarda çalışmaya başlamış, birkaç farklı işte çalıştıktan sonra pavyonda şarkı söylemeye başlamıştır. Bölümün çoğunluğunda pavyonda çalıştığı süre boyunca olayları anlatan Yılmaz, yaşadığı bütün olumsuz olaylara kardeşini okutmak için katlandığını söyler. Yılmaz, tıp okuyan kardeşinin eğitim süreci bittiğinde pavyonda çalışmayı bıraktığını ve kardeşinin doktor olduğunu görmenin onun için en gurur verici şey olduğunu söyler. Tez çalışmasının örnekleme dahil ettiği ikinci bölüm ise “Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha” adlı videodur. Bu bölümde Deniz Taha çocukluk yıllarında ailesinden sevgi görmediğini, babasının şiddet uyguladığını, bu sebeplede ağabeyinin ve ablasının erken yaşlarda evden ayrıldığını ancak kendisi annesini yalnız bırakmak istemediği için evde kaldığını anlatır. Evde kalmayı tercih ettiği için ablası ve ağabeyinin onunla görüşmeyi bıraktığını söyleyen Taha, sonraki yıllarda annesinin babasından ayrıldığını, yeniden evlendiğini ve yeni evlendiği kişinin Taha’yı istememesi nedeniyle annesinin de onu terk ettiğini anlatır. Kimsesiz kalan Taha, bir arkadaşının yanında yaşamaya başlamış ve onun vasıtasıyla seks işçisi olarak çalışmaya başlamıştır. Bu işi yaparken yaşadığı olayları anlatan Taha, bu mesleğin sürdürülebilir olmadığını ve bu sebeple bıraktığını, şu anda bir üniversite öğrencisi olduğunu, en büyük dileğinin gelecekte bir aile kurmak olduğunu söyleyerek bölümü bitirir.

Ekiple yapılan görüşmelerde, ekip üyelerine yöneltilen sorular Ek-1 belgesinde paylaşılmıştır. Alınan cevaplar dört ana başlık altında sınıflandırılmıştır; ekip üyelerinin projeye başlarken ki hedefleri, programın yapım aşaması, etik hassasiyetler ve

programın aldığı geri dönüşler. Ekibin bu programdaki amaçlarına dair cevaplar incelendiğinde, ötekileştirilmiş bireyleri görünür hale getirmek, farkındalık oluşturmak, bu insanlarla empati kurmayı kolaylaştırmak, hayatlarına dokunabilmek ve tabu konuları konuşmaya açmak ana amaçlardır. Programın hazırlanış sürecini ekip bu adımlar üzerinden anlatmıştır. Konuk, ilk temas anından itibaren psikolog rehberliğinde programa hazırlanır ve program metni, konuşun zarar görmeyeceği şekilde özenle oluşturulur. Çekim sırasında hazırlanan metnin sınırlarının dışına çıkılmaz. Çekimlerin ardından kurgu aşamasında hikâyeyi manipüle edecek girişimlerde bulunulmaz. Kurgunun nihai versiyonu, hem konuğa hem de bir hukuk uzmanına gönderilerek son bir kontrol sürecinden geçer. Bu tez çalışması, "Katarsis X-tra" programını etik açıdan değerlendirmemektedir. Etik değerlerle uyumun değerlendirilmesi, bu tez çalışmasının kapsamının dışındadır. Ancak, programın etik açıdan yoğun eleştiri aldığı göz önüne alındığında, görüşmeler sırasında katılımcılara etik konularla ilgili sorular yöneltilmiştir. Ekip verdiği cevaplarda, Gökhan Çınar'a etik konularda güvendiklerini, program yapım sürecinde konuşun psikolojik sağlığı ve hukuki haklarının öncelikli olduğunu, reyting, izlenme sayısı veya popülerlik gibi faktörlerin konuşun sunduğu sınırlılıklardan daha sonra geldiğini belirtmiş, programın etik bir çerçevede yapıldığına inandıklarını ifade etmişlerdir. Son olarak, ekibin programla ilgili aldıkları geri dönüşlere dair verdikleri cevaplarda programın hedefine ulaştığı anlaşılmıştır. Cevapları incelendiğinde, gelen yorumların genellikle olumlu yönde olduğu görülür. Ekip, programı izleyen kişilerin, deneyim sonrasında ön yargılarını kırdıklarını, farkındalık kazandıklarını ve önceki zamanlarda ötekileştirdikleri kimliklere karşı empati geliştirmeye başladıklarını gözlemlemiştir. Görüşmelerdeki yanıtlar, programın tabu konuları konuşulabilir hale getirdiğini göstermektedir. Elde edilen cevaplara göre, program aynı zamanda etkili bir diyalog kurmayı başarmıştır.

Bulguların üçüncü veri kaynağı ise seçilmiş videoların altına yapılmış yorumlardır. Bu yorumlar dört ayrı kategori altında toplanmıştır; olumlu/destekleyici yorumlar, farkındalık içeren yorumlar, diyalog başlatan yorumlar ve en son olumsuz/nefret söylemi içeren yorumlar. Her başlığın altına tez çalışması ile ilişkili ve araştırma sorularıyla bağlantılı yorumların ekran görüntüsü alınarak eklenmiş ve izleyicilerin belirlenen temalarda yorumlarını yaparken nelere odaklandığı tek tek analiz edilmiştir.

Bassett (1996: 519), yeni medya ve bilgisayar teknolojilerinin kamusal alanın doğasını değiştirerek, daha az akademik, elitist olmayan ve erişilebilir dil ve söylem biçimlerinin kullanıldığı bir kamusal alanın ortaya çıkması potansiyelini öngörmüştür. Bu tahminin günümüz koşullarında gerçekleştiği açıkça ifade edilebilir. Yeni medya platformları, her türlü görüşün istenilen dil ve formatta herkesin erişimine açık bir şekilde paylaşılmasına ve tartışılmasına olanak tanıyarak, günlük hayat pratiklerine hızla entegre olmuştur. Bunun somut örneklerinden biri ise YouTube'dur. Başlangıcından itibaren hızla popülerlik kazanan bir platform olarak ortaya çıkan YouTube, günümüzde sadece sürekli genişleyen bir arşiv olmanın ötesinde, aynı zamanda bir sosyal mekan halini almıştır, ayrıca şu anki sanal topluluk, çeşitli kültürel etkileşimleri, hem çatışmaları hem de fikir birliklerini içeren bir alan olarak işlev görmektedir (Strangelove, 2010: 4). YouTube'un oluşturduğu bu ortam aslında "Katarsis X-tra" programının ortaya çıkması için gerekli alanı oluşturmuştur. YouTube'un sağladığı alanda, herkesin erişimine açık bir şekilde, resmi bir dil zorunluluğu olmadan, ortaya koyduğu düşüncelere ve hikâyelere bir engel vurulmadan "Katarsis X-tra" programı derdini anlatabilir, dijital hikâye anlatımlarına artan taleple milyonlarca izleyiciye kolayca ulaşabilir. Burgess'a (2009: 82) göre, kullanıcılar çeşitli zamanlarda ve farklı düzeylerde izleyici, yapımcı, editör, dağıtımçı ve eleştirmen rollerini üstlenirler. Geleneksel medya ile izleyici arasındaki genellikle tek yönlü ilişki, zaman içinde evrilmiştir. Strangelove (2010: 5-8), geleneksel medya ile izleyici arasındaki ilişkiyi tek boyutlu olarak tanımlar ve YouTube'un amatör videolar aracılığıyla bu ilişkiye yeni bir boyut eklediğini belirtir. Bu yeni boyutun, izleyicinin sesi ve yorumları olduğunu vurgular. YouTube'un sağladığı yorum yapma imkanı, yorumlara cevap verme imkanı ve hatta hem içeriği hem de yorumları beğenme/beğenmeme butonlarıyla izleyici içeriğe cevap verebilir, izleyiciler arasında diyalog kurulabilir. İzleyiciler, izledikleri videolara yorumlar yaparak veya yeni videolarla cevaplar vererek yeni içerikler ve anlatılar oluştururlar. Bu şekilde, izleyiciler, sözlü hikâye anlatıcısına eskiden olduğu gibi kahkahalar, sessizlik veya gözyaşları gibi tepkiler veren bir seyirci gibi, anlatıcının sunduğu hikâyeye katkıda bulunur (Alexander, 2011: 85). Dolayısıyla YouTube üzerinde yayınlanmakta olan "Katarsis X-tra" programının izleyicileri içerik hakkında fikirlerini beyan edebilecek, birbirleriyle konuyu tartışabilecek imkana sahiptirler. Bu araştırmanın hedefi, bu yorum

yapma imkanı sınırlılıklarında “Katarsis X-tra” programının izleyicilerinin izledikleri içeriklere nasıl cevaplar verdiklerini anlayabilmektir.

Yeni medya platformlarındaki kişisel anlatılar ve psikoterapi seanslarındaki kişisel anlatılar, yani anlatma pratiği bu tezin iki temel kavramının, yeni medya ve psikoloji, kesiştiği noktadır. “Katarsis X-tra” programı bir yeni medya platformu üzerinde yayınlanan ve psikolog eşliğinde gerçekleştirilen hayat hikâyesi anlatılarını konu alır ve bu sebeple tam iki kavramın ortasında durur. O yüzden kendini anlatma imkanı olarak YouTube’u ve psikolojiyi konuşmak önemlidir. İnsanlar, bilgi paylaşma, olayları aktarma ve düşüncelerini diğerleriyle iletişim kurma ihtiyacı duyarlar. Storr (2020), anlatıların insanın temel özelliği olduğunu, toplumların doğru-yanlış ayırımı, umut verme pratiğini ve iletişimi anlatılar aracılığıyla sağladığını belirtir. Tatlı (2021: 137), anlatı kavramının edebiyat dışındaki alanlarda da kullanıldığını belirtir. Anlatının farklı biçimlerde ortaya çıkabileceğini ifade eder. Anlatının farklı bir şekilde ortaya çıktığı alanlardan biri de televizyona karşı özgürleştirici bir vaatle, "Kendini Yayınla" sloganıyla, kendini tanıtmış olan ve alternatif içerik üretme potansiyeline sahip YouTube'dur. "Kendini Yayınla" sloganıyla YouTube, kullanıcılarını kendi hikâyesini yayınlamaya davet eder. “Katarsis X-tra” da konukların kendi hikâyelerini anlattığı bir program olarak bu davetin bir sonucu olarak görülebilir. “Katarsis X-tra” programı ötekileştirilmiş kişileri programa konuk ederek aslında ana akım medyada yer verilmeyen seslere kendilerini duyurabilecekleri bir alan tanır ve alternatif içerikler üretir.

Psikolojik bağlamda anlatma, bireylerin kendi hikâyelerini, düşüncelerini, duygularını ve fikirlerini kendilerine özgü bir şekilde ifade etmelerini sağlayan bir eylemi ifade eder. Dahası, bireylerin duygusal deneyimlerini sağlıklı bir şekilde işleyip serbest bırakmalarına olanak tanıyan bir terapi biçimi olarak, kendini ifade etme önemlidir. hikâye anlatımının iyileştirici etkileri, birçok araştırmanın odak noktası olmuştur. Birey, kendi hikâyesini paylaşırken, yaşadıklarını dışarıdan değerlendirme şansı elde eder ve bu süreçte kendi kusurlarını fark edip kabul etmesi gerektiğini algılar. Storr (2020), kişinin bu farkındalığı anlatarak, kendini dışarıdan gözlemleyerek kazanabileceğini belirtir. “Katarsis X-tra” programı bir psikoterapi seansı sunmaz, bir psikoterapi seansını andıran öğeler içerir. Öncelikle program, bir psikolog (Gökhan Çınar)

tarafından modere edilir, konuğun yaşadığı travmalar, duygulanımlar konuşulur. Dekor tasarımının ana elementi olarak kırmızı jusefin koltuk kullanılır. Dekor tasarımı sadedir, Gökhan Çınar'ın da yapılan görüşmede belirttiği gibi daha karanlık bir ortam tercih edilmiştir, çekim esnasında ekip o karanlık içinde görünmez haldedir ve bu şekilde konuk ve moderatör yalnız kalırlar. Bu ortam iki kişinin özel konuları konuşabileceği, samimi diyaloglar kurabileceği uygun alanı sağlar. Özellikle pandemi dönemindeki eve kapanmalarla çoğu insan psikoterapi görüşmelerini online gerçekleştirmektedir ve bu alışkanlık pandemi sonrasında da devam etmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında ikili diyalog olarak ilerleyen program, ekranda bir psikoterapi seansına şahitlik etmek gibidir. Dolayısıyla izleyici, yaratılan atmosferde konuğun anlatısına odaklanır, ikili diyaloglarla anlatı daha mahrem bir konuşmayı dinler, bu izleyiciyi konuşma sadece acımak yerine onunla empati kurmaya yönlendirir. Bu biçimde, izleyiciyi empatiye yönlendiren, bir hikâye anlatımı izleyicilerin ön yargılarını kırmakta etkili olabilir.

Bir kişinin hikâyesini dinlemek, onun bakış açısını, deneyimlerini ve değerlerini anlamak için önemli bir araçtır. Ayrıca, bu dinleme süreci, kişiyle derin bir bağ kurmaya, empati ve şefkat geliştirmeye olanak tanır. Zak (2014), dinleyicinin bir hikâyeye odaklandığında, karakterlerle duygusal bir bağ kurduğunu ve hikâyenin sonrasında anlatıcının duygularının dinleyici tarafından paylaşıldığını belirtmiştir. Yani, hikâyeler, insanların duygusal deneyimlerini paylaşmada etkili bir rol oynar. Ayrıca, iyi anlatılan hikâyelerde dinleyicilerin olayın bir parçası haline geldiği ve "beyin hareketlerinin anlatıcıyla senkronize olduğu" gözlemlenmiştir (Altuntaş, 2021: 95, Stephens et al., 2010: 14427'den alıntıyla). Şu anda hikâyelerin paylaşımı için en yaygın kullanılan mekanlar arasında, sosyal medya platformları öne çıkmaktadır. Paylaşılan hikâyeler, insanları belirli konular etrafında bir araya getirme konusunda etkili bir yol sunar. Bu bağlamda düşünüldüğünde, "Katarsis X-tra" programındaki bireysel hikâye anlatılarının, izleyicisini ikna edici, izleyicinin fikirlerini değiştirici olduğu söylenebilir. Farklı sosyal medya biçimleri, bireylerin kendi kimliklerini oluşturmasını (kişisel hikâyelerini paylaşma) ve aynı zamanda politik veya sosyal katılımı desteklemesini (ortak bir hikâye anlatma) sağlamak için uygun bir ortam sunar (Bolter, 2019: 178-179). Bu bağlamda, dijital mecralardaki hikâye anlatımı geleneksel medyanın sınırlılıklarını aşarak çeşitli konulara odaklanabilir ve daha önce duyulmamış

hikâyeleri dinleyici kitlesine iletebilir. “Katarsis X-tra” programı toplum tarafından ötekileştirilmiş hayatları konuk alır; seks işçileri, uyuşturucu bağımlıları, cezaevi mahkumları gibi. Dolayısıyla program, Bolter’in (2019) bahsettiği gibi hem kişisel hikâye anlatımı hem de kolektif bir hikâye anlatmak için uygun bir ortam olan YouTube’da yayın yaparak hem bu kişisel hikâyelere ses verebilir hem de bu hikâyelere (yorumlar vasıtasıyla) başkalarının katılımıyla ve yeni hikâye anlatımı süreçlerinin başlamasıyla bu konuların konuşulabilmesini mümkün kılar. Bulgular bölümünde incelenen yorumlarda, benzer hikâyeye sahip olan izleyicilerin yorumlarda hikâyelerini kısaca paylaştığı diğerlerinin ise konu üzerine fikirlerini beyan eden yorumlar yaptıkları görülmüştür.

Ötekileştirilmiş kişiler ve hayatlardan bahsederken bu kavramları Goffman’ın (2014) damga, damgalama üzerine söyledikleriyle açmak ve anlamlandırmak faydalı olur. Goffman (2014: 29-31) damga kavramını itibarsızlıkla ilgili nitelikler, sıfatlar ve stereotipler arasındaki özel bir ilişki olarak tanımlar ve “istenmeyen bir farklılığa” sahip kişi olduğunu söyler. Goffman, üç ayrı damga tipinden bahseder:

Öncelikle (1) beden korkunçlukları - muhtelif fiziki deformasyonları- gelir. Sonra (2) zayıf irade, baskıya müstahak ya da doğal olmayan tutkular, sapkın ve katı inançlar ve ahlaksızlık olarak algılanan bireysel karakter bozuklukları gelir; bunlar, örneğin ruh bozukluğu, hapis yatmak, bağımlılık, alkolizm, eşcinsellik, işsizlik, intihara girişim ve radikal siyasi davranışlar gibi bilindik bir listeden çıkarılır. Son olarak da (3) ırk, ulus ve din gibi etnolojik damgalar vardır; bunlar, soy bağıyla aktarılabilir ve eşit bir biçimde bir ailenin tüm mensuplarına bulaşabilir (2014: 31).

İstenmeyen farklılığa sahip olan kişiler toplum tarafından ötekileştirilir, dışlanır. “Katarsis X-tra” programı bu toplumsal olarak dışlanmış kişileri programa davet eder. “Katarsis X-tra” programının yayınlanmış bölümlerine bakıldığında, Goffman’ın bahsettiği ikinci gruba ait kişilerin programa dahil edilmiş olduğu görülür. Şu şekilde örnekler vermek mümkündür:

Ruh Bozukluğu- Katarsis X-TRA - 18 Yıldır Şizofreni ile Yaşayan Onur Altıntaş Anlatıyor!

Hapis Yatmak - Katarsis X-TRA: Mehmet Civelek - Cezaevinde 33 Yıl!

Bağımlılık - Katarsis X-TRA: Uyuşturucu Bağımlılığı - Yücel Kuran

Eşcinsellik - Katarsis X-TRA: Türkiye'de Lezbiyen Olmak - Özgür Bozkurt

Bu örnekler tabii ki artırılabilir. Goffman (2014: 34) damgalı bireylerin dış dünya onlar hakkında ne düşünüyorsa kendilerinin de aynı şeye inanma eğiliminde olduklarını söyler ki Goffman'ın bu yorumu bu tezde incelenmiş olan “Katarsis X-tra” bölümlerinde de görülmüştür. Mehtap Yılmaz, kardeşinin üzülmemesi için yaptığı işi saklarken ve Deniz Taha, yaptığı iş bilindiği için insanların onunla görüşmek istemediğini belirtirken aslında ötekileştirilmişliklerini ve Goffman'ın deyişiyle itibarsızlaşmışlıklarını da kabul ettiklerini gösterirler. Bahsedilen ifadelere aşağıda yer verilmiştir:

Hep öyle onu uzak tuttum mesela hani yani bilmesinler. Belki üniversitede arkadaşları işte ablası pavyonda çalışıyor falan filan diye çocuğu hani rencide etmesinler ya da kız arkadaşlarının yanında üzülmesin ya da arkadaşların yanında incinmesin falan diye. Çünkü sonuçta bakarsan yaptığımız iş belli, pavyon. Çocuk üzülebilir, kötü bir psikolojiye sahip olabilir. O anda hiç kimse bilmedi o yüzden. (Mehtap Yılmaz)

Çevrenizdeki insanlar sizin ne yaptığınızı biliyorlar ki sizinle neden birlikte olmak istesinler ki (Deniz Taha)

Metindeki örneklerde de görüldüğü gibi damgalı kişi, damgasının farkındadır ve ona inanır, onu saklamaya çalışır. Saklayamadığı durumlarda da ‘normal’ olarak adlandırılan kişiler ve damgalı kişiler karşılaşır. Goffman (2014: 41-42), bu durumdan şöyle bahseder “Normal ve damgalı insanlar bilfiil karşılaştıklarında, özellikle de sohbet kabilinden müşterek bir ilişkiyi sürdürmeye yeltendiklerinde orada, sosyolojinin başlıca sahnelerinden biri cereyan eder; çünkü birçok durumda bu ilişkilerdeki birçok an, iki tarafın da damganın sebep ve sonuçlarıyla doğrudan yüzleşmesi gerektiği anlardır.” Bu bağlamda “Katarsis X-tra” programı, normal diye anılan kişilerle ve damgalanmış kişilerin karşılaştıkları, dolayısıyla normal kişinin damgalamanın etkileriyle birebir yüzleştiği bir sanal ortamdır. Programda damgalı kişi hem kendisini o noktaya getiren hayat hikâyesinden bahseder hem de damgalı bir birey olarak karşılaştığı olaylardan bahseder, izleyici bu şekilde o kişinin yaşadığı ötekileştirmeye yüzleşmiş olur.

Goffman (2014: 55-56) da damgalıların hikâye anlatımı ve normalleşme üzerine konuşur “Yeni alanlarda kendilerini normal olarak kabul ettirebilmiş "bütünleşme kahramanlarının" öyküleri anlatılır. Normallerin aşırıya kaçan kötü muamelelerine ilişkin hem güncel hem de tarihsel mezalim öyküleri kâğıda dökülür.” Goffman’ın sözlerine Ayşe Tükürükçü’nün hikâyesi ve “Katarsis X-tra” bölümü uygun bir örnek oluşturur. Daha önceki bölümde de bahsedildiği gibi Tükürükçü, genelevden ayrıldıktan sonra sokakta yaşayan insanlara destek olacak ‘Hayata Sarıl’ projesini başlatmış, bir yardımsever olarak ismini duyurmuştur. TEDx konuşmalarında yer alarak, hikâyesini paylaşmış ve Goffman’ın deyişiyle kendini normal olarak kabul ettirmiştir. “Katarsis X-tra” programında ise kendi hayat hikâyesini ve Goffman’ın deyişiyle “normallerin aşırıya kaçan kötü muamelelerine” dair hikâyelere değinir. Bu çerçevede, her bir “Katarsis X-tra” bölümü o konuğun, hikâyesinin normalleşmesi için bir adımdır. Goffman (2014: 88-89) normallerin zamanla damgalıların damgalarına alışabildiklerini ve böylece bir "normalleşme" sürecinin gelişebildiğini ve kişiler zamanla birbirini tanıdıkça ilişkinin sempati, anlayış ve “kişisel niteliklerin daha gerçekçi bir değerlendirmesi” üzerinden kurulduğunu söyler. Bunu “Katarsis X-tra” programıyla birlikte düşündüğümüzde, programın ötekileştirmeye yüzleştirici, karşı tarafla empati kurmaya yönelten özellikleriyle izleyici ve damgalı bireyler arasında zamanla bir normalleşme süreci başlatacağı söylenebilir. “Katarsis X-tra” programında damgalı kişilerin insani yüzü ortaya çıkar. İzleyicilerin, onların hikâyelerine, yaşadıkları ikilemlere, hayatlarındaki neden sonuçlara şahit olarak empati kurabileceği ve o kişilerle daha anlayışlı bir ilişki kurabilmeleri mümkündür. YouTube videoları, çeşitli geçmişlere ve kökenlere sahip kullanıcıların farklı anlamlandırma süreçlerine ve yeni anlam üretimleri için uygundur (Papacharissi, 2014: 116). Bu tez çalışması kapsamında incelenen bölümlere yapılan YouTube yorumlarının incelemesinde de izleyicilerin anlatılan hikâyelerle birlikte bilinç kazandıklarını, önyargılarının kırıldığını belirttikleri görülmüştür. Goffman’ın damga kavramı üzerine söyledikleri bağlamında “Katarsis X-tra” programının nitelikleri incelendiğinde, programın normal ve damgalı kişileri yüzleştirdiği, aralarında bir normalleşme süreci başlattığı ve bu sürecin sonunda da izleyicilerin farkındalık kazanmış olduğu söylenebilir.

“Katarsis X-tra” programıyla ilgili üzerine konuşulması gereken diğer bir nokta ise konukların hikâyelerini kendi sesiyle anlatıyor olmasıdır. Anlatıcıyı görüyor olmak, onun sesine, tonlamalarına ve hatta sessizliğine şahit olmak dinlenen hikâyenin anlamlandırılmasında etkilidir. “Katarsis X-tra” programında izleyici hem anlatıcının kendisini görür, anlatıcının hem kendi giyimi, tarzı, oturuşu hem de jest ve mimikleri izleyicinin onun hikâyesini anlamlandırmasında önemlidir. Örneğin, tüm konuklar aynı koltukta oturur ancak orada otururken daha rahat görünen, daha çekingen görünen veya konukların bahsettikleri konuya göre oturuşlarının değiştiği gözlemlenir. Bu hareketlerin tamamı konuğun duygulanımlarıyla alakalıdır ve izleyiciye hikâyenin konuğa hissettiklerini iletilebilmek için kıymetlidir. Konuğun kendi sesiyle anlatması da izleyicinin anlamlandırma süreci için önemlidir. Gündoğdu (2021: 1070) esasen, sözlü iletişimde hikâyenin aynı bağlam içinde anlam kazanma durumundan yani iletişimde kullanılan dilin belirli bir ortam içinde nasıl anlamlandırıldığından bahseder. Dolayısıyla hikâyeyi anlatırken anlatıcının oluşturduğu bağlam, hikâyenin izleyici tarafından anlamlandırılma sürecini şekillendirir. “Katarsis X-tra” programı bir video içeriği olma özelliğiyle izleyicisine anlamlandırma sürecinde hem görsel hem de sözel veri sunar. Yöntemini özellikle konuşma dili üzerine geliştiren Baxter, anlatıcının kendisini nerede konumlandırarak anlatım yaptığını bakar. İncelenen “Katarsis X-tra” bölümlerindeki anlatıların güçlenme hikâyeleri olduğu ve konukların bir kader kurbanı konumundan konuşmadıkları görülür. Yorumlarla birlikte de düşünüldüğünde, Mehtap Yılmaz hikâyesinde pavyonda çalıştığı yılları bir kutsal amaçla ilişkilendirerek anlatmış, amacına ulaştıktan sonra bu işi bıraktığını söyleyerek bir güçlenme hikâyesi anlatmıştır ve videonun aldığı yorumlar da genellikle bu amaçtan bahsetmektedir. Deniz Taha ise çok genç yaşta hayatta tek başına kalmış, seks işçiliği yapmış ancak sonrasında kendi kararlarıyla bu işi bırakmış ve kendi hayatını istediği şekilde yeniden inşa etmiştir. İki hikâye örneğinde de anlatıcıların, kendi kararlarıyla hayatlarına yeniden şekil verdiği ve güçlendikleri görülmektedir. Gelen yorumların analizinde de görüldüğü gibi ikisi de izleyiciden, kucaklayıcı, destekleyici ve olumlu yorumlar almışlardır.

“Katarsis X-tra” programına yayıncılık açısından bakmak da bu tez çalışması için değerlidir. Öncelikle YouTube yayıncılığı için bir şeyler söylemek faydalı olur. YouTube öncelikle ‘Kendini Yayınla’ sloganıyla herkesi yayın yapmaya çağırarak

geleneksel medyanın profesyonel ve tek yönlü anlatısına bir alternatif oluşturur. Aykurt'a göre (2022: 66), medya bu gelişmeyle, geleneksel medyanın tek taraflı ve sınırlı üretim-tüketim modeline karşı çıkarak, kendisini 'sen, siz' konumuna taşıyan bir değişim geçirmiştir. Lewis'e göre (2020: 205), YouTube üzerinde içerik üretmenin kolaylaşması, YouTube'un ana akım medyaya alternatif olarak konumlanmasını göstermektedir. YouTube, bu şekilde geleneksel medyadan farklı bir anlatı ortamını mümkün kılarken popülerleşmiş, daha çok izleyiciyi kendine çekmiş ve reklamlarla yayıncılara ekonomik gelir elde etme imkanı sunmuştur. YouTube kullanıcıları, ana akım medyaya geçiş için bu platformu bir araç olarak kullanılırken, ana akım medya da kendi programlarını kısa fragmanlarla YouTube üzerinden tanıtmak amacıyla platformu kullanır hale gelmiştir (Kim, 2012: 54-55). Bahsedilen değişim sürecinde tabii ki üretilen içeriklerin konular da dönüşüme uğramıştır. Ana akım medyanın taşıdığı yerleşik söylemler, önceki dönemlere göre daha az hegemonik bir karaktere sahiptir ve bu nedenle ahlaki tartışmalar üzerinde daha az kısıtlama gücüne sahip hale gelmişlerdir (Gregg, 2008'den aktaran Burgess, 2009: 20). Profesyonel ve amatör içerik üreticilerinin geleneksel medya ve yeni platformları arasında yer değiştirdiği bu süreçte, YouTube üzerinde profesyonel çekimlerle alternatif içerikler üreten kanallar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda YouTube'un Sosyal TV özelliklerini taşıdığı söylenebilir. Günümüzde geleneksel televizyon, yerini Sosyal TV'ye bırakmıştır, artık televizyon izlerken aynı anda sosyal paylaşım ağlarına aktif şekilde katılım sağlamak da mümkündür ve başka bir deyişle, televizyon tamamen sosyal bir özellik kazanmıştır (Kırık ve Karakuş, 2013). Sosyal TV'nin geleneksel televizyon yayın akışından tamamen bağımsız olduğunu söylemek zor; çünkü yeni medya platformlarında içerik akışları genellikle geleneksel televizyon yayınlarıyla paralel bir şekilde ilerlemektedir (Dikmen, 2017). Dolayısıyla bir YouTube programı olarak "Katarsis X-tra" programını geleneksel televizyon dinamiklerinden ve yayın akışından bağımsız düşünmek doğru değildir. Bu açıdan bakıldığında "Katarsis X-tra" tamamen alternatif bir yapıdır. Görsel ve işitsel içerik profesyonelce, yüksek kalitede üretilmiştir ve ele aldığı konular da televizyon dizilerinde yaygınlaşan psikoloji temasını barındırır. Ancak, içerdiği anlatılar alternatif olarak nitelendirilebilir.

Bana Göre Tv yapım ekibiyle görüşüldüğünde, ekip amaçlarının farkındalık yaratmak, konuşulmayan konuları konuşulabilir kılmak ve görünmeyen soruları görünür kılmayı hedeflediklerini belirtmişlerdir. Yapım sürecinde de bu amaçlarını ön planda tuttuklarını belirten ekip, bölümde anlatılan hikâyenin önceden planlanmış olduğunu söylemişlerdir. hikâyenin planlanma sürecinde, konuğun kararları ön planda tutulurken izleyicinin dinlerken hikâyeyi tam anlayabilmesi için sadece kronolojik sıralama gibi detaylarda konuğun yönlendirildiği ekip tarafından belirtilmiştir. Bu küçük planlamalardan sonra program sohbet programı şeklinde kendi akışında ilerler. Bu şekilde, YouTube'un 'kendini yayımla' sloganı gibi, "Katarsis X-tra" programı da konuğu hem kendini anlatmaya hem de yayınlamaya davet eder. Geleneksel medyada konu edilmeyen veya ötekileştirici bir bağlamda konu edilen, üzerine konuşulmayan hikâyeleri merkezine alarak bir alternatif anlatı sunar. Bu hikâyelerin öznelinin kendi hikâyelerini kendi sesleriyle anlatmaları ve bir güçlenme hikâyesi olarak sunmaları daha önce geleneksel medyada yapılmış bir şey değildir. Bu programın yapılabilmesine ve bu kadar çok izleyiciye ulaşabilmesine YouTube'un sunduğu yayın ortamının katkısı vardır. Nefret söyleminin engellenmesi gibi bazı etik sınırlılıklar dışında yayıncılarına kimin yayın yaptığı, ne söylediği ve neyi anlattığı gibi sınırlılıklar koymayan platform, "Katarsis X-tra" programını ve onun alternatif hayat hikâyelerinin büyük bir izleyici kitlesine ulaşabilmesini mümkün kılmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı izleyicilerin bu programı izledikten sonra verdikleri tepkiler, hissettiklerini ve düşündüklerini YouTube yorumları üzerinden anlayabilmektir. Bunun için yapılan yorum analizinde şu verilere ulaşılmıştır.

Mehtap Yılmaz'ın olumlu yorumlar aldığı temalar incelendiğinde, öncelikle kardeşine destek olmasının ve fedakarlıklarının vurgulandığı görülmüştür. Yılmaz'ın kardeşini okutma süreci ve pavyonda çalışarak sağladığı destek, izleyicilerden olumlu geri dönüşler almıştır. Kardeşiyle ilgili yapılan yorumlar, genellikle en çok beğeni alan yorumlar arasında yer almaktadır. Yılmaz'ın fedakarlıkları ve ailesine verdiği destek, izleyiciler tarafından takdirle karşılanmıştır. Ayrıca, Yılmaz'ın güçlü ve gurur verici bir kişiliğe sahip olduğu izleyici tarafından vurgulanmıştır. İzleyicilerin yazdığı yorumlarda, Yılmaz'ı pavyon işine yönlendiren koşullar ve hayat şartlarının kişinin kimliğini, yaptığı işi ve toplumdaki konumunu etkilediğinin altı çizilmiştir. Yorumlarda,

Yılmaz'ın anlatısının, pavyon hayatının gerçek yüzünü göstererek önyargılara karşı farkındalık oluşturduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, insanların yaşamlarındaki zorlukların anlaşılması ve empati kurulması gerektiği ifade edilmiştir. Yılmaz'ın hikâyesi, insanların farklı yollara nasıl yönlendirilebileceği ve bu durumların kişisel tercihler olmadığı konusunda izleyicide farkındalık yaratmıştır. Benzer hayat hikâyelerine sahip olan izleyiciler kendi yaşam hikâyelerini paylaşarak etkileşimde bulunmuşlardır. Aile içi şiddet, zorlu hayat şartları ve ötekileştirme gibi konulara atıfta bulunan izleyiciler, Yılmaz'ın hikâyesiyle benzerlikler kurarak diyalog kurmuşlardır. Bu yorumlar, Yılmaz'ın anlatısının izleyicilerde benzer deneyimlerden dolayı ortak duygular uyandırdığını göstermektedir. Olumsuz yorumlar, genel olarak pavyonda çalışanları ve Yılmaz'ın hikâyesini eleştiren izleyicilerden gelmektedir. Ötekileştirici ifadeler ve Yılmaz'ın anlatısını duygu sömürsü olarak nitelendiren yorumlar, programın tüm izleyicileri üzerinde olumlu bir etki bırakmadığını göstermektedir. Ancak, olumsuz yorumların sayısının genel izleyici kitlesine oranla düşük olduğu net bir şekilde görülmüştür.

Deniz Taha'nın videosuna gelen yorumlar üzerinden ulaşılan veriler de hem benzerlikler hem de farklılıklar içermektedir. Yorumlar genel olarak Taha'nın sevgisiz bir aile ortamında büyümesinin ve aile içi şiddetin onu seks işçisi olarak çalışmaya yönlendirdiği düşüncesini desteklemektedir. Taha'nın geçmişte yaşadığı acıların ve sevgisizliğin, izleyicilerde duygu uyandırdığı ve Taha'nın bu zorlukları aşmak için çabalayan bir birey olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, Taha'nın işi bırakma isteği ve gelecekte aile kurma arzusu izleyiciler tarafından olumlu bir şekilde karşılanmıştır. Olumlu yorumlar genel olarak Taha'ya duyulan hayranlık ve umut dolu düşünceleri yansıtmaktadır. İncelenen yorumlarda izleyicilerin programı izleyerek farkındalık kazandıklarını, ön yargılarının kırıldığını ve bu durumu "Katarsis X-tra" programı sayesinde elde ettiklerini belirtmişlerdir. Yorumlardan bazıları, seks işçilerinin hayatları hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ve program sayesinde farklı bir bakış açısı kazandıklarını ifade etmiştir. Bu durum, programın toplumda görünmeyen sorunları görünür kılarak farkındalık oluşturduğunu göstermektedir. İzleyiciler, bir seks işçisinin gözünden hayata bakmanın kendisine birçok şey kattığını ifade etmiştir. Yorumcular, program sayesinde önyargılardan kurtulduklarını belirtmişlerdir. Yorumcular, seks işçisi

olarak çalışanların yaşadıkları gerçekliklerle yüzleşme anlarından ve cinsellikle ilgili gerçekliklerle yüzleştikleri anlardan bahseden alıntılar paylaşmışlardır. Bu alıntılar, görünürlüğün arttığına işaret eder. Yılmaz' a benzer bir şekilde, benzer bir yaşam hikâyesine sahip bir izleyici hem kendisinin benzer bir geçmişi olduğunu belirten hem de Taha'nın ifadelerini paylaşan bir yorum yapmıştır. Bu yorumların yanı sıra, Deniz Taha'nın hayatını ve anlatısını farklı açılardan eleştiren ve nefret söylemi içeren yorumlar bulunmaktadır. Yorumcuların çoğu, Taha'nın anlatısıyla ilgili ön yargılarının kırılmadığını ve Taha'nın anlatım üslubu nedeniyle onunla empati kuramadıklarını ifade etmiştir. Taha'nın daha ahlaki seçimler yapabileceğini savunan yorumcular, onun çaresizlikten değil, kolay para kazanma isteğinden bu işi yaptığını öne sürmüşlerdir. Diğer yorumcular, Taha'nın anlatısındaki pişmanlık, acı ve utanç gibi duyguları hissedemediklerini belirterek, Taha'nın yaşadıkları ve yaptıklarıyla gurur duyduğunu öne sürmüşlerdir.

Her iki videoya da gelen yorumlar birlikte değerlendirildiğinde, anlatılarda Yılmaz'ın ve Taha'nın insani yönlerini gösteren ifadelerin izleyicide karşılık bulduğu görülür. Toplum yapısıyla ilişkili olarak normal görülen, toplumun kabul ettiği ve desteklediği davranışlar, duygular izleyicide konukları destekleyecek duygular uyandırmıştır. Buna örnek olarak yorumlarda çokça bahsedilen, Yılmaz'ın kardeşini okutmak için çabalaması, fedakarlık yapması, yaşadığı aile içi şiddet, kendine belirlediği hedefin peşinde dimdik ayakta durması, Taha'nın yaşadığı sevgisizlik ve şiddet, gelecekte aile kurmak istemesi gibi insani duygular içeren olaylar verilebilir. Toplumda değerli olan aile kavramının korunması ve konuklar tarafından kıymetli bir yere konulması izleyicide karşılık bulmuştur. Olumlu/destekleyici yorumlar yapan izleyiciler genellikle anlatının bu kısımlarına atıfta bulunmuştur. Diğer gelen yorumlarda ise izleyiciler net bir şekilde, bu program ve anlatılar sayesinde farkındalık kazandıklarını, önyargılarının kırıldığını belirtmişlerdir.

Bölgümlere gelen olumsuz yorumlarla birlikte ele alınabilecek bir konu daha anlatıcının üslubuyla ilgili gelen yorumlardır. Bulgular kısmında belirtildiği gibi incelenen bin yorum arasında Mehtap Yılmaz'a gelen sadece dört olumsuz yorum bulunmuştur ve diğer başlıklar altında olduğu gibi beş yoruma tamamlanamamıştır. Deniz Taha da ise paylaşılan beş olumsuz içerikli yorum dışında birçok olumsuz yorum bulunmaktadır. İki

anlatıcının arasında böyle bir fark olmasının sebebi anlatıcıların üslup farkıdır. Daha önce değinildiği gibi “Katarsis X-tra” programı hem ses hem de görüntü içerir yani anlatının sesindeki tonlamaları ve anlatımda kullandığı jest ve mimikleri izleyicinin takip etmesini sağlar. Gelen yorumlarda Yılmaz’ın dobra konuştuğundan, sesinin güzel olduğundan, yaşadığı duygulanımlardan ve güçlü bir kadın olduğundan bahsedilir. Taha’ya gelen yorumlarda, Taha’nın konuşmasının pişmanlık içermediğini, anlatısının duygusuz olduğunu ve anlatım şekli yüzünden diğer “Katarsis X-tra” bölümlerini beğense de bu bölümü beğenmediğini belirten yorumcular olmuştur. Dolayısıyla, birbiriyle ortak yönleri olan iki hikâye aynı ortamda, aynı formatta anlatılmış ancak anlatım tarzıyla ilişkili olarak farklı tepkiler almışlardır.

SONUÇ

Bu tez çalışması, bir yüksek lisans tezinin sınırlılıkları içerisinde "Katarsis X-tra" programının toplum tarafından ötekileştirilen bireylerin yaşam hikâyelerini YouTube'da nasıl paylaştığını ve bu paylaşımların seyircideki karşılığını YouTube yorumları üzerinden analiz etmektedir. Program, uzman psikolog Gökhan Çınar'ın sunumuyla seks işçileri, trans bireyler, cezaevi mahkûmları gibi ötekileştirilmiş bireylerin hayat hikâyelerini topluma açar. Çalışma, YouTube yorumları üzerinden izleyici yorumlarını değerlendirerek, programların toplumdaki karşılığı, izleyicilerin tekrar anlamlandırma süreçleri ve ötekileştirilmiş bireylerin hikâyelerinin izleyicideki yansımalarını anlamayı amaçlamaktadır. İçerik analizi ve feminist post-yapısalcı söylem analizi kullanılarak yapılan çözümleme, programların katılımcıların kendi ifadeleriyle kendilerini egemen söylemler karşısında nasıl konumlandıklarını irdeleyerek, farkındalık yaratma potansiyeline odaklanır ve Türkiye'deki ötekileştirme ve hikâye anlatımı literatürüne katkı sağlamayı hedefler.

Medya tüketim alışkanlıklarının hızla değiştiği dijital çağda, YouTube, interaktif ve multimedya özellikleriyle yeni medyanın temel özelliklerini yansıtan önemli bir platformdur. 2023 itibarıyla dünya genelinde 5.3 milyar internet kullanıcısı bulunmakta olup, YouTube, dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biri olarak öne çıkmaktadır. YouTube, kullanıcılarına kendini ifade etme ve hikâyelerini paylaşma olanağı sunarak temel bir insan ihtiyacını karşılamaktadır. Bu, dijital çağda YouTube'un hikâye anlatımının önemli bir platform haline gelmesini sağlamıştır. Geleneksel hikâye türlerinin evrimi, matbaanın etkisi ve dijitalleşme süreciyle birlikte, YouTube gibi sosyal medya platformları dijital hikâyelerin hayat bulmasına olanak tanımıştır. YouTube, demokratik yapısı ve küresel izleyici kitlesiyle bağlantı kurma imkanı sunmasıyla öne çıkar. Ayrıca, içerik üreticilerine ekonomik kazanç sağlama olanağı tanıyarak bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Platform, evrim geçirerek kendisi de televizyonu taklit eden bir yapıya dönüşmüş ve izleyicilerin dijital platformlara yönelmesiyle ana akım medyayla etkileşim halinde olmayı başarmıştır. Covid-19 pandemisiyle evde geçirilen zamanın artmasıyla birlikte dijital platformların kullanımı önemli ölçüde artmış ve geleneksel medyanın yanı sıra dijital platformlar daha sık tercih

edilir hale gelmiştir. Bu değişim, ana akım medyanın dijital platformlara daha hızlı entegre olmasını sağlamıştır.

YouTube izleyicisi, sadece içerik tüketen bir profil değil, aynı zamanda içerik üreten bir kimliğe sahiptir. Platform, izleyicilere kendi videolarını paylaşma ve yorum yapma imkanı sunarak kamusal bir alan oluşturur. YouTube, anında yorum yapma özelliği sayesinde izleyicilere etkileşimli bir deneyim sunar ve geleneksel medya izleyiciliğinden farklı bir dinamik ortaya koyar.

Psikolojinin popülerleşme süreci ve Türk televizyonundaki psikoloji temalı programların yükselişi "Katarsis X-tra" programının ortaya çıkış sürecini ve izlenme sebeplerini anlamak için önemlidir. Ayrıca, anlatma eyleminin ruhsal sağlığındaki rolü, psikoloji okuryazarlığının önemi ve ruhen iyi olma arayışındaki pratikler gibi konular da "Katarsis X-tra" programının ortaya çıkışıyla ilişkili basamaklar olarak ele alınmıştır.

Film-dizi yapımları ve psikoloji alanındaki pratikler insan duygusu, davranışları, düşünceleri ve hikâye anlatımı ekseninde kesişimlerden oluşmaktadır. Psikoloji, popüler kültürde filmlerden televizyon programlarına, müzik kliplerinden edebiyat eserlerine kadar çeşitli medya ve sanat alanlarında işlenmektedir. Depresyon, kaygı, kişilik bozuklukları gibi konular, birçok eserde ele alınmaktadır. Türkiye'de kişisel gelişim kitaplarının popülerleşmesiyle ruhen iyi olmaya dair arayışlar medyada yükselişe geçmiş ve 2020 Covid-19 pandemisiyle birlikte televizyon dizileriyle zirveye ulaşmıştır. Türk televizyon yapımlarında Gülseren Budayıcıoğlu evrenindeki dizilerin ağırlıklı olduğunu söylemek mümkündür. Psikoloji temalı bir içerik olarak "Katarsis X-tra" programının da aynı dönemde yüksek izlemeler alması, o dönem insanların içinde güvensiz hissettiği pandemi ortamıyla da ilişkilendirilebilir.

Psikoterapinin temelinde, anlatma pratiği yer alır. Bu tez, medyada bulunan hikâye anlatma pratiği ve psikoterapideki hikâye anlatımlarını temel alır. hikâye anlatımının iyileştirici özellikleri, Storr'un (2020) açıklamasına göre, hikâyelerdeki ana kahraman, hikâyesini anlatarak kendisine dışarıdan bakma şansı yakalar ve kusurlarını görebilir, dolayısıyla kabul edebilir, onlarla barışabilir. Çeşitli çalışmalarda, hikâye anlatımının iyileştirici etkileri araştırılmış ve hikâye anlatımının kişiye iyi hissettirdiği sonucuna varılmıştır (Foelske, 2014; Høybye vd., 2005; Rodriguez, 2010; Sawhney, 2009).

Bu tezde kavramsal çerçeveyi oluşturan yeni medya hikâye anlatım pratikleri bağlamında YouTube ve popüler kültürde psikoloji başlıkları hikâye anlatma pratiği ekseninde buluşurlar. YouTube üzerinde yayınlanmakta olan "Katarsis X-tra" programı bir psikolog eşliğinde hikâye anlatımını içerir. "Katarsis X-tra" programının formatı, konukları ağırlayan ve moderatör Gökhan Çınar'ın yönlendirdiği sorularla katılımcıların hayat hikâyelerini paylaştığı bir formata dayanmaktadır. Programda ötekileştirilmiş gruplardan gelen konuklar, seks işçileri, cezaevi mahkumları, uyuşturucu bağımlıları, trans bireyler gibi toplum tarafından dışlanan kişilerin hikâyelerini anlatmaktadır. Programın içeriğinde, konuklar kendi hayat hikâyelerini anlatırken, kullanılan görsel ve işitsel unsurların sadece hikâyeyi ön plana çıkarmak için kullanıldığı gözlemlenmiştir. Anlatıcı, çocukluk, aile yapısı ve doğduğu şartlar hakkında konuşurken, aslında kendi ötekileştirilmiş durumuna nasıl geldiğini izleyiciye anlatır. Anlatıcının istekleri, hayalleri ve yaşadıkları bir araya getirildiğinde, genellikle ötekileştirilen ve kabul görmeyen bir yaşam tarzı daha çok empati kurulabilecek bir konuma gelir.

Programın yapım sürecini, hedeflerini ve konukla yapım ekibi arasındaki dinamiği daha iyi kavrayabilmek için yapım ekibinden altı kişiyle görüşme yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler dört ayrı kategori altında sınıflandırılmıştır; projenin hedefleri, projenin yapım aşamaları, etik meseleler ve projenin aldığı geri dönüşler. Bu tez çalışmasının örneğine iki adet "Katarsis X-tra" programı dahil edilmiştir. Dahil edilen bölümler, Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: "Pavyonda Hayatımın En Acı Dönemini Yaşadım!" ve "Katarsis X-TRA: Bir Jigolonun Yaşam Öyküsü- Deniz Taha" adlı bölümlerdir. Her iki bölüm için de aynı yöntemle yorumlar incelenmiş ve analiz edilmiştir. Videoların altına yapılan yorumlar YouTube'un sunduğu 'En beğenilen yorumlar' sıralama ölçütüne göre sıralanmış ve ilk çıkan bin yorum incelenmiştir. Araştırmanın amaçlarıyla ilişkili olarak yorumlar dört ana başlık altında incelenmiştir; olumlu/destekleyici yorumlar, farkındalık içerikli yorumlar, diyalog kuran yorumlar ve olumsuz/nefret söylemi içeren yorumlar. Bu başlıklar altına araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülen beşer yorum toplanmış ve tek tek analiz edilmiştir. Yapılan analizde elde edilen veriler aşağıdaki gibidir.

İki videonun yorumları bir arada düşünüldüğünde, Yılmaz ve Taha'nın insani yönlerini vurgulayan ifadelerin izleyiciler arasında olumlu bir karşılık bulduğu sonucuna

varılmıştır. Yılmaz'ın kardeşine destek olma çabaları, fedakarlıkları, aile içi şiddetle başa çıkma çabaları ve belirlediği hedefe ulaşma kararlılığı gibi insani duygular, izleyicilerde takdir ve destek görmüştür. Aile değerlerine vurgu yapan bu unsurlar, izleyiciler tarafından olumlu bir şekilde karşılanmıştır. İzleyiciler, program ve anlatılar aracılığıyla farkındalık kazandıklarını ve ön yargılarının kırıldığını açıkça ifade etmişlerdir.

Olumsuz yorumlar incelenirken anlatıcıların üsluplarının da anlatımın anlamlandırılmasında önemli olduğu anlaşılmıştır. Sayısal olarak Yılmaz'ın Taha'ya göre daha az olumsuz yorum almış olması ve izleyicilerin Taha'nın üslubunu beğenmediklerini açıkça belirtmiş olması bu sonuca işaret eden verilerdir. Anlatılan hikâyeler benzer olsa da hikâyeyi destekleyen, güçlendiren, onu anlamlandırma sürecinde ek anlamlar üreten kişiye ait ses, tonlama, jest ve mimikler farklı olduğu için hikâyelerin izleyicideki karşılığı da farklı olmuştur.

Bu tez çalışmasının bulguları, “Katarsis X-tra” programının izleyici üzerinde farkındalık oluşturabilecek güce sahip olduğunu ortaya koymuştur. İlk olarak seçilen bölümler Goffman'ın damga tanımı üzerinden incelendiğinde, konukların anlattığı hikâyelerin ötekileştirilmiş hayatlara ilişkin olduğu görülür. Bölümlerin formatı, kullanılan ışık ve ses tasarımları düşünüldüğünde, hem moderatör Gökhan Çınar'ın yaklaşımı sayesinde, hem ışıklandırmanın yarattığı etki hem de sade bir ses tasarımıyla anlatılan hikâyenin ön plana çıktığı ve bu anlatım teknikleriyle izleyicinin, anlatıcıya daha empatik yaklaşmasının mümkün olduğu anlaşılmıştır. Yapım ekibiyle yapılmış görüşmelerde ekibin hedeflerinin ötekileştirmeyi görünür kılmak, izleyiciye bu hayatlar hakkında farkındalık kazandırmak ve tabulaşmış üzerine konuşulmayan konuları konuşulabilir kılmak olduğu anlaşılmıştır. Ekip üyeleri programa dair aldıkları geri dönüşlerde de bu hedeflerine ulaştıklarını belirtmişlerdir. Programın hedeflendiği gibi problemleri görünür kıldığı, izleyicisinin konuya bakış açısını değiştirebildiği, farkındalık oluşturduğu ve bu konuların daha konuşulabilir hale geldiği ekipteki görüşmeciler tarafından belirtilmiştir. Araştırmanın son veri kaynağı YouTube yorumlarına bakıldığında ise olumlu, destekleyici yorumların, farkındalık oluştuğuna dair yorumların ve bunların yanında olumsuz yorumların bulunduğu görülmüştür. Yapılan yorum analizinde, aileye destek, fedakarlık, aile kurma isteği, sevgi arayışı gibi

toplumda kabul görmüş kodların izleyicilerin anlatıcılara empatiyle yaklaşmasına, anlatıcının insani yönünü görmesine yardımcı detaylar olduğu ve destekleyici, olumlu mesajlar da bu kodlara değinildiği görülmüştür. Bunun yanında hikâyelerde bahsedilen aile içi şiddet, sevgisiz aile, hayat koşulları ve çaresizlik gibi konular yine izleyicinin, anlatıcıyla empati kurmasını sağlayan kriterler olduğu anlaşılmıştır. Gelen olumsuz yorumlarda ise genellikle anlatıcıların başka meslekler yapabileceklerini, yaptıklarından pişmanlık duymadıklarını belirten ifadeler yer verilmiştir. Yapılan yorumlarda anlatıcıların anlatım şekilleri üzerine söylenenler değerlendirildiğinde izleyicinin, hikâyeyi anlamlandırırken anlatıcının ses tonu, jest ve mimiklerine de önem verdiği sonucuna varılmıştır. Örnekleme dahil edilen yorumlardan edinilen verilere göre, benzer iki hikâye sadece anlatım şeklinin farklılığı sebebiyle izleyicide farklı karşılıklar bulmuştur.

Toplanan tüm veriler ve elde edilen sonuçlar, bu tezin araştırma sorularıyla birlikte incelendiğinde "Katarsis X-tra" programında ötekileştirmeyle yüzleşme ötekileştirilmiş kişilerin gerçek hayat hikâyelerini, kendi sesleriyle ve ifadeleriyle, daha mahrem bir anlatı şeklinde anlatılmasıyla sağlanmıştır. Yorumlar üzerinden izleyicilerin ötekileştirmeyle yüzleştikleri anlara dair veriler toplanmıştır. İzleyiciler, onlar için etkileyici olan anları, cümleleri alıntılararak yorumlarına eklemiş veya yaşadıkları yüzleşmeye dair duygularını paylaşmışlardır. Programa katılmak isteyen konuklar, önceki programları izleyerek kendileri programa katılma talebinde bulunurlar ve bu şekilde program yeni hikâye anlatımı süreçlerine yol açar. Benzer şekilde, yorumlarda anlatıcılara benzer hayat hikâyelerine sahip olan izleyiciler kendi hikâyelerine değinen yorumlar yapmışlardır ve yeni hikâye anlatım süreçleri başlatmışlardır. "Katarsis X-tra" programı, toplumun görünmeyen sorunlarını, onları birebir yaşayan öznelerin kendi deneyimlerine değinen ve kendi sesleriyle yaptıkları anlatımlarıyla görünür kılmaktadır. Bu anlatılar üzerine konuşulmayan konuların somut örnekleridir. Üzerine konuşulmayan ve toplumda yok sayılan bu kişilerin ve onların yaşadığı problemlerin, programlarda direkt onların ağzından gerçek hikâyeler olarak anlatılması izleyicide farkındalık oluşturur, kendi çevresinde göremeyeceği, duyamayacağı kişilerin hayatların hikâyelerini problemlerini dinleyerek ön yargılarını kırma şansı yakalar. "Katarsis X-tra" programı, marjinalleştirilen, damgalanan, ötekileştirilen ve toplumsal yaşantının

dışına itilen kişileri programa konuk olarak, bu kişilerin hikâyelerinin duyulmasına, dinlenmesine ve problemlerin katkıda bulunmasına katkı sunar. "Katarsis X-tra" programı, oluşturduğu formatla ağırladığı konuklara daha önce yaklaşılmamış bir açıdan yaklaşmış, hayat hikâyelerini ortaya çıkartmış ve izleyicilerin empati kurabileceği bir anlatım tekniği kullanmıştır. Programın yayınlandığı platform, YouTube, izleyicilerinin izledikleri içeriğin altına anında yorum yapabilmelerini, ve birbirlerine cevap vermelerini mümkün kılarak kendi içerisinde bir konuşma/tartışma alanı oluşturur. Konuşulmayan konuları konu alan program, yorum yapabileme imkanıyla bu konuların konuşulabilmesine imkan sunar.

Bu noktada programın ticari dinamiklerle bağına değinmekte de fayda vardır. "Katarsis X-tra" programı bu tez çalışmasında anlatıldığı gibi izleyicisinde farkındalık oluşturmak, ötekileştirilen kişilerin hayatlarını görünür kılmak gibi iyi niyetli amaçlar taşısa da programın ekonomik beklentileri de mevcuttur. Daha önce belirtildiği gibi YouTube, içerik üreticilerinin izlenme oranlarıyla bağlantılı olarak ekonomik gelir sağlar. Bal ve Parlayandemir (2023), Gülseren Budayıcıoğlu evrenindeki dizilerdeki temsiller aracılığıyla oluşturulan simülasyonun, bireysel travmatik hikâyeleri ticarileştirdiğini ve tüketilebilir bir duruma getirdiğini söyler. Aynı şey "Katarsis X-tra" programları için de söylenebilir. "Katarsis X-tra" programı da temelinde ticari amaçları olan bir yapıdır. Konuk ettiği kişilerin ilgi çekici, merak uyandıran hikâyelerini aslında metalaştırarak satar ve YouTube izlenmeleri üzerinden para kazanır. Buna bağlı olarak programın son bölümde medyada popülerlik kazanmış kişileri konuk ediyor oluşu da örnek olarak verilebilir. Kasım-Aralık 2023 tarihinde yayınlanmış olan "Katarsis X-TRA: Dilan Polat Kaç Yıl Ceza Alacak? Cezaevinde Neler Oluyor? -Emrullah Erdiñç Anlatıyor²⁶", "Katarsis X-TRA: "Metin Akpınar'a Baba Demek Buruk Geliyor" - Duygu Nebiođlu²⁷" ve "Katarsis X-TRA - Murat Övüç: Dostlarımı Parayla Satın Alabilirim!²⁸" isimli bölümler, medyada popülerlik kazanmış kişilerin konuk edildiği bölümlere yönelik örnekler olarak verilebilir. Bölümlerin isimlerinden de anlaşılacağı gibi bu dönemde medyatikleşen kişiler konuk edilmiş ve yüksek izlenme sayılarına ulaşmıştır.

²⁶ <https://youtu.be/SICIZuY0Wng?si=RGJbIn2ELX1Q6qmv>

²⁷ <https://youtu.be/-RecY-IIRwQ?si=VFzx75OeXYTr6mTF>

²⁸ https://youtu.be/mBhWGiIoCCY?si=6L_RzcxdfWSMx-gC

Bu tez çalışması, sadece iki videoyu örnekleme dahil eden, bu videolar için sadece biner adet yorumu incelemeye almış, sınırlılıkları olan, nitel araştırma yöntemlerini benimsemiş bir çalışmadır. "Katarsis X-tra" programı, çok daha fazla bölüm ve farklı konukları içermektedir. Bundan sonraki çalışmalarda farklı videolar, farklı geçmişe sahip konuklar örnekleme dahil edilerek yeni araştırmalar yapılabilir. Bu araştırmada, konuğun anlatım tarzının, benimsediği üslubun, kullandığı jest ve mimiklerin izleyicinin hikâyeyi anlamlandırmasında çok etkili olduğu görülmüştür. Bu etkiyi araştırarak bir çalışma, böyle bir programda anlatım biçimlerinin anlamlandırma sürecini nasıl değiştirdiğini kavrayabilmek için faydalı olacaktır. "Katarsis X-tra" programı, farklı formatlarda yeniden, farklı mecralarda kullanılmaktadır. Instagram üzerinde reels formatında ve YouTube'ta shorts formatında kısa kesitler halinde yeniden paylaşılmaktadır. Özellikle medyada ses getiren konulara değinen eski videolar yeniden kısa halleriyle paylaşılmaktadır. Hatta başka YouTube kanalları da "Katarsis X-tra" bölümlerinden kesitleri alıp yeniden paylaşmaktadırlar. Bu yeniden üretimler üzerine yeni çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmanın sınırlılıkları dışında kalan bir diğer konu da etikdir. "Katarsis X-tra" programı, etik açıdan çok eleştirilen bir programdır. Bu çalışmada yapım ekibi ile yapılan görüşmelerde etik çerçeveye dair sorular ekibe yönlendirilmiş ve cevaplar çalışmanın bulgular kısmında paylaşılmıştır ancak bu konuda kapsamlı bir tartışma yürütülmemiştir. "Katarsis X-tra" programının, hem psikolojik etik çerçevesinde hem de yayın etiği çerçevesinde incelendiği bir çalışma literatüre önemli bir katkı sunacaktır.

KAYNAKÇA

- 19 Cord Cutting Statistics & Trends in 2023 [The Dusk Of TV]. (2023, February 20). Techjury. <https://techjury.net/blog/cord-cutting-statistics/#gref>
- About YouTube - YouTube. (n.d.). <https://about.youtube/>
- Akgün, H., & Emel, A. (2021). İngiliz Kültürel Çalışmalar Ekolü ve Medya Mahallesi Haber Programının Alımlama Analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(1), 113-128.
- Akman, M. (2021). Genç erişkinlerde kaygı, depresyon ve içselleştirilmiş kendini damgalama düzeyleriyle yeme bağımlılığı arasındaki ilişkininin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 722546).
- Aksu, A. U. (2020). Youtube'daki çocuk kanalları: Bir içerik analizi çalışması. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 626648).
- Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media*. ABC-CLIO.
- Al-Husseini, A. A. J. (2019). Joseph Conrad'ın *Karanlığın Kalbi* ve Edward M. Forster'in *Hindistan'a Bir Geçit* romanlarında ötekileştirme (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 584525).
- Alorfahlı, O. (2020). Eğitim ve mesleğin Youtube reklam videoları üzerindeki etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 682163).
- Anderson, M. (2003). "One flew over the psychiatric unit": mental illness and the media. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 10(3), 297–306. <https://doi.org/10.1046/j.1365-2850.2003.00592.x>
- Andrejevic, M. (2009). Exploiting YouTube: Contradictions of user-generated labor. *The youtube reader*, 413(36), 406-423.
- Ang, I. (1996). *Living room wars: Rethinking Media Audiences*. Routledge.

- Apak, F. (2022). Sosyalleşme ve şöhretlik bağlamında dijital çocuk emeği: Çocuk Youtuber. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 707588).
- Arayıcı, Ö. (2019). Cinsiyet ayrımcılığının ve ötekileştirme pratiklerinin LGBTİ+'in cinsiyet algısına etkisi: İstanbul ve İzmir (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 543628).
- Arcan, K. (2018). Bir Çekim Alanı Olarak Psikoloji Bilgisi ve Eğitimi (Psikolojinin Popülaritesi). Maltepe Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Dergisi. <https://openaccess.maltepe.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12415/3522>
- Arslantaş, H., Dereboy, İ.F., Aştı, N. ve Pektekin, Ç. (2011). Yetişkinlerde profesyonel psikolojik yardım arama tutumu ve bunu etkileyen faktörler. Adnan Menderes Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 12(1), 17-23.
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence*, 24(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Avşar, B. (2021). Uluslararası Haber Kanalı TRT World'ün Kovid-19 Küresel Pandemi Krizi Döneminde Sosyal Medya Kullanımı. *TRT Akademi*, 6(11), 132-155.
- Aydın, C. (2021). Sosyal medya ve tüketim kültürü perspektifiyle Instagram ve Youtube üzerine netnografik bir çalışma. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 675080).
- Aydın, M. (2017). Lisans Öğrencilerinin Psikolojik Yardım Aramaya Gönüllülüklerinin İncelenmesi. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 76-94.
- Aydın S. B. (2013), “Kişisel Gelişim Kitaplarındaki Başarı İdeolojisi: Mümin Sekman Örneği”, *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, S.8(3), (Ss. 17-35.
- Aykurt, M. (2022). Geleneksel Medyaya Karşı Alternatif Medya Platformu Olarak Youtube: Youtube Haber Kanalları Üzerine Bir İnceleme (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 737540).

- Aypar, G. (2014). İstanbul'da yaşayan transların dışlanma, ayrımcılık ve ötekileştirme deneyimleri ve baş etme süreçleri (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 366774).
- Ayvaz, B. (2023). Markaların yeni reklam yüzleri youtuberlar: 'Refika'nın Mutfağı, İdil Yazar ve Arda'nın Mutfağı kanalları üzerine bir araştırma'. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 792026).
- Bailey, S. (2009). Performance in drama therapy. *Current approaches in drama therapy*, 2, 374-389.
- Bakırcı, B. (2022). Erişkin bipolar bozukluk hastalarında zihin kuramı ile içselleştirilmiş damgalama ve içgörü arasındaki ilişkinin araştırılması (Tıpta uzmanlık tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 752105).
- Bana Göre TV. (2019a, May 23). *KATARSİS X-TRA: Seyhan Arman | Bir transeksüelin psikolojik durumu* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=KCQrqPJuywM>
- Bana Göre TV. (2019b, December 20). *Katarsis: Ecem erkek* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=YNawYJ0XCtE>
- Bana Göre TV. (2019b, July 18). *Katarsis X-TRA: Türkiye'de hayat kadını olmak i Hayatsız Kadın Ayşe Tükrükçü* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=HNtLG6M7HNU>
- Bana Göre TV. (2020, July 17). *Katarsis: Serdar Ortaç - Artık duygularımı hissetmiyorum* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=FN7sQhx3Wqw>
- Bana Göre TV. (2020a, April 16). *Katarsis X-TRA: Bir jigolonun yaşam öyküsü- Deniz Taha* [Video]. YouTube. Retrieved November 8, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=TbfrsavhyHg>

- Bana Göre TV. (2020b, October 8). *Katarsis X-TRA - "Ben Kedicik Değil, "Ceylan"ım. - Ceylan Özgül* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=q2FCa6L0M9w>
- Bana Göre TV. (2020b, September 17). *Katarsis X-TRA - Mehtap Yılmaz: "Pavyonda hayatımın en acı dönemini yaşadım!"* [Video]. YouTube. Retrieved November 8, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=Q4smjmdKsAQ>
- Bana Göre TV. (2021, November 25). *Katarsis - Kadir Ezildi: Babamı Hatırlamıyorum ve Yaşattıkları Yüzünden Onu Affetmiyorum* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=pPFRPIIxMKM>
- Bana Göre TV. (2023, May 10). *Katarsis - Gökhan Çınar: Çok Karanlık ve Yalnızdım. Beni Unutmak Değil, Hatırlamak İyileştirdi* [Video]. YouTube. Retrieved November 8, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=B3cUHNB1HyY>
- Bana Göre TV. (2023b, November 1). *Katarsis X-TRA - Pavyonda kadın olmak! Ponçik Jale: "Erkeklerden nefret ediyorum!"* [Video]. YouTube. Retrieved November 15, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?v=NIVtSnuWFAA>
- Bana Göre TV. (2023, November 25). *Katarsis X-TRA: Dilan Polat kaç yıl ceza alacak? Cezaevinde neler oluyor? -Emrullah Erdiñ anlatıyor* [Video]. YouTube. Retrieved January 18, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=SlClZuY0Wng>
- Bana Göre TV. (2023b, December 6). *Katarsis X-TRA: "Metin Akpınar'a baba demek buruk geliyor" - Duygu Nebioğlu* [Video]. YouTube. Retrieved January 18, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=-RecY-IIRwQ>
- Bana Göre TV. (2023c, December 16). *Katarsis X-TRA - Murat Övüç: Dostlarımı parayla satın alabilirim!* [Video]. YouTube. Retrieved January 18, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=mBhWGiiOCCY>

- Bal, Z. E., & Parlayandemir, G. (2023). Bir Terapi Odası Simülasyonu Olarak Gülseren Budayıcıoğlu Evreni Dramaları. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 16(43), 1407-1428.
- Balkaya, M. (2022). Ortaokul öğrencilerine yönelik öğrenme amaçlı Youtube kullanımına ilişkin ölçme aracı geliştirilmesi ve uygulanması. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 731719).
- Başer, B. (2020). Z kuşağı tüketicilerinin satın alma kararı üzerinde sosyal medya fenomenlerinin rolü: Youtuber'lar örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 641941).
- Bassett, K. (1996). Postmodernism and the Crisis of the Intellectual: Reflections on Reflexivity, Universities, and the Scientific Field. *Environment and Planning D: Society and Space*. <https://doi.org/10.1068/d140507>
- Baxter, J. (2003). Positioning gender in discourse : a feminist methodology. In *Palgrave Macmillan eBooks*. <https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA64257645>
- Bayrak, K. D. (2018). Dijital pazarlama kanallarından youtube reklamcılığında cinsiyet farklılıklarının tüketici davranışlarına etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 584169).
- Berfin, K., & Çetin, E. (2016). Televizyon İzleyicisi Kimdir? Kavramsal Bir Tartışma. *Erdem*, (70), 25-42.
- Biçer, S., & Şener, Y. (2020). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında üniversite öğrencilerinin YouTube kullanım alışkanlıkları. *Selçuk İletişim*, 13(2), 589-627.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. & Löker, K. (2011). *Sivil toplum örgütleri için bilişim rehberi*. Ankara: STGM.
- Bolter, J. D. (2019). *The Digital Plenitude: The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media* (The MIT Press) (1st ed.). The MIT Press.

- BoomSocial - Social Media Analytics | Analysis | Measurement. (n.d.). Erişim 31 Mart 2023, from <https://www.boomsocial.com/youtube/ulkesektor/turkey/tumu>
- Burgess, J., Green, J. (2009). YouTube: Online Video and Participatory Culture (1st ed.). Polity.
- Çağlar, B. (2018). Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Seksenler Dizisinin Alımlanması: Sosyal Medyadaki İzleyici Yorumları. AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 9(33), 159-192.
- Calhoun, C. (1995). Critical Social Theory: Culture, History, and the Challenge of Difference (1st ed.). Wiley-Blackwell.
- Canpolat, M. (2021). Psikoloji Temali Dizi-Filmlerin Karakter Gücüne Etkileri: Deli Doktoru Değillermiş!. Trakya Eğitim Dergisi, 12(1), 351-365.
- Castells, M. (2008). Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür, ağ toplumunun yükselişi. (Ebru Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelenk, S. (2005). Televizyon, temsil, kültür: 90'lı yıllarda sosyokültürel iklim ve televizyon içerikleri (Vol. 120). Ütopya Yayınevi.
- Çelenk, S. (2010). "Aşk-ı Memnu'dan Aşk-ı Memnu'ya Yerli Dizi Serüvenimiz". Birikim Dergisi. No:256/257, 18-27.
- Çelikli, D. (2022). Gazeteciliğin mekânsal dönüşümü kapsamında yeni nesil habercilik: Youtube haberciliği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 708682).
- Cengiz, K., Küçükural, Ö., & Gür, H. (2021). Türkiye'de Spiritüel Arayışlar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ceylan, Ç. (2023). Ortaokul öğrencilerine yönelik bir eğitsel YouTube kanalının tasarım ve program öğeleri açısından içerik analizi ve izleyici görüşleri. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 773405).
- Çilek, N. Z. (2022). Bipolar bozukluk tanısı almış hastaların yakınlarındaki damgalanma ve hastayı damgalama düzeylerinin ilişkisinin demografik ve klinik özellikler

- çerçevesinde incelenmesi (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 743796).
- Çolak, E. B. (2018). Farklı bilgi kaynaklarının tüketici kararlarına etkisi: Şirketler ve youtuberlar tarafından oluşturulan içerikler üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 512619).
- Creeber, G., & Martin, R. (2008). *Digital Culture: Understanding New Media: Understanding New Media*. McGraw-Hill Education.
- Çubuk, S. (2022). Erken çocukluk döneminde çocuk YouTube içerik üreticilerinin yayınladığı videoların çocuğun duygusal istismarı açısından incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 776646).
- De-Aguilera-Moyano, M., Castro-Higueras, A., & Pérez-Rufi, J. P. (2019). Between broadcast yourself and broadcast whatever: YouTube's homepage as a synthesis of its business strategy. *Profesional de la informacion*, 28(2).
- De Botton, A. (2005). *Statü Endişesi*. Sel Yayıncılık.
- Demircan, Ö. (2020). Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının reklamı izleme davranışı üzerine etkisi: Youtube'daki reklamlara yönelik. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 628139).
- Demirci, N. (2015). *Umudunu Asla Kaybetme*, En İyi Yayınevi, İstanbul.
- Demirel, E. (2023). Çocukluğun yok oluşu: YouTube'daki çocuk kanalları üzerine nitel bir çalışma. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 795529).
- Demirel, M. B. (2021). Yeni nesil gazetecilik: Youtuber haberciler. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 685298).
- Derya, Y. A., Taşhan, S. T., Uçar, T., Karaaslan, T., & Tunç, Ö. A. (2017). Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumların Cinsel Tabulara Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 1-8.

- Dikmen, E. Ş. (2017). Türkiye’de televizyon yayıncılığının dönüşümü: sosyal TV yayıncılığı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 425-448.
- Doğan, F. (2019). Yabancı ile bir arada yaşama ve ötekileştirme: Mardin halkının bakışından Suriyeli sığınmacılar (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 590393).
- Dr. Gülseren BUDAYICIOĞLU - Madalyon Psikiyatri Merkezi. (n.d.). Madalyon Psikiyatri Merkezi. <https://madalyonklinik.com/dr-gulseren-budayicioglu/>
- Erdal, Ç. (2017). Yeni İletişim Teknolojileri Ve Televizyon İzleyicisinin Etkileşimi: Türkiye’de Televizyon İzleyicisinin Dönüşümü (Doktora tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 476848).
- Erdoğan, Z., & Çınar, S. (2011). Reiki: Eski Bir İyileştirme Sanatı–Modern Hemşirelik Uygulaması. *Kafkas J Med Sci*, 1(2), 86-91.
- Eryılmaz, E. (2014). Postmodern Dönemin Bireye Yansımaları Açısından Koçluk. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi SBE.
- Fiske, J. & Hartley, J., (2003). *Reading Television*, London: Routledge.
- Foelske, M. (2014). *Digital Storytelling: The Impact On Student Engagement, Motivation And Academic Learning*.
- Gençoğlu, C. (2019). Türk Sinemasında Psikolojik Danışma/Psikoterapi Algısı. *Social Sciences*, 14(5), 2203-2224.
- George, C. M. (2020). Chinua Achebe's *Things Fall Apart* başlıklı romanında Okonkwo'nun kötü karaktere dönüştürülmesi; Emperyalistlerin Afrika sistem ve kültürünün "ötekileştirmesi "ne üstükapalı bir onay (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 643713).
- Goffman, E. (2014). *Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. Heretik Yayıncılık.

- Göçer, İ. D. (2022). Tüketicilerin Youtube ve Instagram'da tanıtılan kozmetik markalarına yönelik satın alma niyetlerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 719437).
- Goffman, E. (2022). Damga. Heretik Yayıncılık.
- Gökhan, B. A. K., & Altıntop, M. (2022). Kültürel Çalışmalar İçinde İzleyici/İzlerkitle Araştırmalarına Getirilen Eleştiriler. *New Era International Journal Of Interdisciplinary Social Researches*, 7(16), 115-133.
- Göksu, H. (2023). Video paylaşım platformlarındaki içeriklerin 3-6 yaş grubu çocuklara uygunluk açısından incelenmesi: YouTube örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 782060).
- Gülcur, A. S., Aydın, S., Hepkon, Z., Altuntas, E. Y., Tatli, E., Öymen, G., Öztürk, G., Cakir, H. Ö., Gülnar, M., Sener, N. K., & Aydın, O. S. (2021). İletişim Çalışmalarında hikâye Anlatıcılığı. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gülmez, E. (2019). Okul öncesi dönem kavram öğretiminde youtube'un bir eğitim teknolojisi olarak kullanılması. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 569557).
- Gündoğdu, A. G. (2021). hikâye Anlatıcısının Silinişi ve Okurun Belirliği: Hüzünlü Haz Olarak Okuma Sorunu. *Karadeniz Araştırmaları*, (72), 1069-1078.
- Habermas, J., & Burger, T. (1989). The structural transformation of the public sphere : an inquiry into a category of Bourgeois society. <https://lib.ugent.be/nl/catalog/rug01:000175885>
- Hall, S. (2017). Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları. Pinhan Yayıncılık.
- Helvacı, Ü. (2022). Tüketim kültürünün oluşumunda sosyal medyanın etkileri: Instagram ve Youtube kullanan bireylerin tüketim davranışlarının incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 708203).

- Horozcu, Ü. (2010). Tecrübî Araştırmalar Işığında Dindarlık ve Maneviyat ile Ruhsal ve Bedensel Sağlık Arasındaki İlişki. *Milel ve Nihal*, (7), 209-240.
- Hudíková, Z., Pravdová, H., & Blahút, D. (2021). Post-Lockdown Metamorphoses of Television Culture. *Media Literacy and Academic Research*, 4(2), 88-99.
- Høybye, M. T., Johansen, C., & Tjørnhøj-Thomsen, T. (2005). Online interaction. Effects of storytelling in an internet breast cancer support group. *Psycho-oncology*, 14(3), 211–220. <https://doi.org/10.1002/pon.837>
- Illouz, E. (2011), (çev. Özge Çağlar Aksoy), “Soğuk Yakınlıklar: Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi”, İletişim Yayınları, İstanbul
- Işık Yaşar, N. (2020). Türkiye'de ulusal televizyon kanallarındaki dizilerde kardeşlik ilişkilerinin temsili: İstanbullu Gelin dizisi örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 616446).
- Jenkins, H. (2006). *Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. İletişim Yayınları.
- Jenkins, J. (2009). What Happened Before YouTube. In J. Burgess & J. Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (pp. 109–125). Polity Press.
- Jorm, A. F. (2012). Mental health literacy: empowering the community to take action for better mental health. *American psychologist*, 67(3), 231.
- Kamacı, A. İ. (2021). Sosyal medya ve şöhret kültürü: Çocuk YouTuberlar üzerine etnografik bir inceleme. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 657427).
- Kanat, K. (2022). Ortaokul öğrencilerinin Youtube ve Youtuber'ları eğitim amaçlı kullanım durumları. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 745055).
- Kaplan, E. A. (2016). *Rocking around the clock: Music television, postmodernism, and consumer culture*. Routledge.

- Karakaya, Ş. (2022). Medya ve çocuk ilişkisi: 12-15 yaş arası çocukların Youtube kullanım pratikleri. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 742563).
- Karayaz, Y. (2023). YouTube'da paylaşılan türkü ve ağıt videoları üzerine kültürel ve eğitimsel bir inceleme. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 783210).
- Karayılan, A. H. (2015). Tevhid Düşüncesi Ekseninde Kişisel Gelişim Kitapları, Beyan Yayıncılık, İstanbul.
- Kay, A. (1990). User interface: A personal view. The art of human-computer interface design, 191-207.
- Kaya, A. (2020, September 24). Gülseren Budayıcıoğlu Kitaplarından Uyarlanan Diziler. Kidega. Retrieved September 15, 2023, from <https://kidega.com/blog/gulseren-budayicioglu-kitaplarindan-uyarlanan-diziler/>
- Kaya, C. (2019). Televizyon haberciliğine alternatif bir mecra: Etik değerler,yurttaş gazeteciliği, dijital gazetecilik, medya ekonomisi ekseninde Youtube haberciliği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 614996).
- Kellner, D. (2011). Cultural studies, multiculturalism, and media culture. Gender, race, and class in media: A critical reader, 3, 7-18.
- Kemp, S. (2022, February 15). Digital 2022: Turkey — DataReportal – Global Digital Insights. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey>
- Kırık, A. M., & Karakuş, M. K. (2013). Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi İle Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 4(11), 61-73.
- Kızıl, M. (2021). Dijital pazarlamada markanın tüketiciye sunumu: Youtube fenomenlerinin markayı tüketiciye tanıtmaya biçimleri. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 708601).

- Kim, J. (2012). The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content. *Media, Culture & Society*, 34(1), 53–67. <https://doi.org/10.1177/0163443711427199>
- Kosal, A. G. Z. (2023). YouTube içeriklerinde hikâye anlatıcılığının multimodal analizi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 787992).
- Lange, P. G. (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361–380. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x>
- Lewis, R. (2020). “This Is What the News Won’t Show You”: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-celebrity. *Television & New Media*, 21(2), 201–217. <https://doi.org/10.1177/1527476419879919>
- Lotz, A. D. (2014). *The Television Will Be Revolutionized*, Second Edition. NYU Press.
- Mavi, Ş. (2022). Tüketim kültürü ekseninde dijital reklamların tüketicinin satın alma davranışlarındaki rolü: Youtube reklamları üzerine bir inceleme. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 737233).
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Routledge.
- Nazlı, E. (2019). Yaygın din eğitimi bağlamında yayınlanan dini içerikli programların incelenmesi 'Televizyon ve youtube kanallarının içeriklerinin incelenmesi ve karşılaştırılmaları ekseninde'. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 546413).
- Nazlı, E. (2021). Z kuşağının Youtube ile kurduğu ilişki ve içerik tüketimi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 664127).
- Ökmen, Y. E. (2021). Gelenekselden Dijitale hikâye Anlatıcılığı: Youtube Örneği (Doktora Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 666384).
- Önder, A. S. (2007). Arap ve İran entelektüellerinin oksidentalizm bağlamında batıyı ötekileştirmesi (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 206740).

- Ong, W. J. (2003). Sözlü ve Yazılı Kültür, Çeviren: Sema Postacıoğlu Banon, İstanbul: Metis Yayınları.
- Osmay, N. (2019). İnsan Mühendisliği. 32. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Our World in Data. (2018). Mental Health. United Kingdom.
- Özdel, Z. G. E. (2019). Türkiye'de en çok izlenen, YouTube video kanallarının çocuklara yönelik olumsuz içerikler açısından analizi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 617924).
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. Eskişehir Osmangazi üniversitesi sosyal bilimler dergisi, 11(1), 323-343.
- Özdemir, M. (2017). Hitabet Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı, Altınordu Yayınları, Ankara.
- Özgün, A., & Treske, A. (2021). Süreğen Medya Platformları: İzleyici Etkinliğinin Dönüşümü Ve Toplumsal Etkileri. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 8(1), 109-132.
- Özkonuk, B. (2019). Çocukluk sosyolojisi bağlamında çocuk özneler için youtube ve youtuber olmak üzerine bir inceleme. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 545228).
- Özlem, E. (2020). Pandemi Sırasında ve Sonrasında Kültür-Sanat. TRT Akademi, 5(10), 882-887.
- Özmen, E. ve Taşkın, E. O. (2007). Ruhsal hastalıklara yönelik tutumların ruh sağlığı hizmetlerine etkisi. Taşkın, E.O. (Eds.), Stigma Ruhsal Hastalıklara Yönelik Tutumlar ve Damgalama (s. 193-208). Meta Basım Matbaacılık.
- Öztürk, A. (2018). Ötekileştirmenin inşası ve etkinliği bağlamında televizyon haberleri: Suriyeli sığınmacılar (Doktora tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 497083).

- Öztürk, T. (2020). Yeni Nesil Televizyon İzleme Sistemleri Ve İkinci Ekran Kullanımı: Aktif İzleyici Katılımının Değerlendirilmesi (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 636793).
- Papacharissi, Z. (2014). Affective publics: sentiment, technology, and politics. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB1883432>
- Parsadanova, T. N. (2020). Modern Approaches to Classification of Television Content. Scientific and analytical journal Burganov House.
- Parsadanova, T. N. (2020). Post-Pandemic Media Space. Texts, (4), 54-58.
- Prince, M., Patel, V., Saxena, S., Maj, M., Maselko, J., Phillips, M. R., & Rahman, A. (2007). No health without mental health. *The Lancet*, 370(9590), 859–877. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(07\)61238-0](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(07)61238-0)
- Pulurluoğlu, T. (2023). Gazeteciliğin dijital dönüşümü ve spor haberciliğine etkileri: YouTube örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 785646).
- Randall, W. L. (1999) Bizi Biz Yapan hikâyeler Kendimizi Yaratma Üzerine Bir Deneme, İstanbul, Ayrıntı.
- Reach, G. (2020, January 28). The 2nd Largest Search Engine on the Internet. Copyright 2023 Global Reach. All Rights Reserved. <https://www.globalreach.com/global-reach-media/blog/2020/01/28/the-2nd-largest-search-engine-on-the-internet>
- Rodriguez, D. (2010). Storytelling in the field: race, method, and the empowerment of Latina college students. *Cultural Studies & Critical Methodologies*, 10(6), 491–507. <https://doi.org/10.1177/1532708610365481>
- RTÜK. (2022). Gençlerin Medya Kullanımı Ve Dijital Okuryazarlık Araştırması [Dataset].
- Ruby, D. (2023, January 5). YouTube Statistics (2023) — Trending Facts & Figures Shared! Demand Sage. <https://www.demandsage.com/youtube-stats/>

- Rusch, N., Evans-Lacko, S., Henderson, C., Flach, C., and Thornicroft, G. (2011). Public knowledge and attitudes as predictors of help seeking and disclosure in mental illness. *Psychiatr Serv*, 62(6), 675-8.
- Saç, H. (2022). Alternatif medyanın değişen anlamı ve rolü: Youtube'daki gazetecilik pratikleri üzerine bir analiz. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 733710).
- Salkaya, A. D. (2021). Yeni medyada çocuk içerik üreticileri: Yaşam biçimi sunumu ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden YouTube çocuk kanalları. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 621288).
- Salt, A. ve Çobanlı, C. (2001). Ansiklopedi. İstanbul: Dharma
- Santoso, P. (2021, November). Television Journalist: The Challenge of Mass Communication Post the Covid-19 Pandemic. In 3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021) (pp. 112-115). Atlantis Press.
- Satıcı, G. G. (2022). Instagram ile Youtube etkileyicilerinin marka bilinirliğini artırmak yönünden karşılaştırılması. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 753075).
- Sawhney, N. (2009). *Voices beyond walls*. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1551788.1551866>
- Şebekoğlu, H. B. (2021). Tüketicinin sosyal medyadaki video reklamlarını izleme eğilimiyle ilişkili faktörlerin belirlenmesi: Youtube reklamlarına yönelik bir araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 693813).
- Şengül, S., & Acar, O. K. (2021). Türkiye'de kişisel gelişim alanının tarihçesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 219-235.
- Şengül, S. (2019). Türkiyede kişisel gelişim alanının tarihçesi: Hedef belirleme, motivasyon ve başarı odaklı kitaplar üzerinden bir analiz (Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Seymour, A., & Gersie, A. (2017). Interview with Alida Gersie. *Dramatherapy*, 38(2-3), 124-132.
- Shepherd, J. (2023, February 23). 22 Essential YouTube Statistics You Need to Know in 2023. *The Social Shepherd*.
<https://thesocialshepherd.com/blog/youtube-statistics#:~:text=YouTube%20has%202.1%20billion%20monthly,some%20pretty%20impressive%20YouTube%20statistics!>
- Shewale, R. (2023, November 28). *YouTube Statistics for 2023 (Demographics & Usage)*.
<https://www.demandsage.com/youtube-stats/>
- Slaughter, N. (2019). How can Storytelling Facilitate Body Positivity in Young Women Struggling with their Bodies?: Literature Review.
- Smith, K. R. (2020). Handbook of Visual Communication. In Routledge eBooks.
<https://doi.org/10.4324/9780429491115>
- Somunoğlu, S. (1999). Kavramsal açıdan sağlık. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 4(1).
- Soyubol, K. (2019). In search of perfection: Neo-spiritualism, Islamic mysticism, and secularism in Turkey. *Modern Intellectual History*, 18(1), 70–94.
<https://doi.org/10.1017/s1479244319000246>
- Söğüt, F. (2021). Dağlık Karabağ Çatışması Ve Nefret Söylemi: Youtube Kullanıcı Yorumları Üzerine Bir İnceleme. *İNÖNÜ Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(2), 306-324.
- Statista. (2023a, October 25). Internet and social media users in the world 2023.
<https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- Statista. (2023b, October 27). Global social networks ranked by number of users 2023.
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Stevenson, N. (2008). Medya kültürleri. (Çev.:G. Orhon, & B. Aksoy), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Storr, W. (2020). The science of storytelling: Why Stories Make Us Human and How to Tell Them Better. Abrams.
- Strangelove, M. (2010). Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People. Amsterdam University Press.
- Strangelove, M. (2015). Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television. Amsterdam University Press.
- Svehla, C. (2008), You are what you think: American self help and the myth of unlimited human potential. Unpublished doctoral dissertation, Pacifica Graduate Institute, USA.
- Sweney, M. (2022, August 17). Younger viewers shun traditional TV channels as 90% opt for streaming services. The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2022/aug/17/younger-viewers-shun-traditional-tv-channels-as-90-opt-for-streaming-services#:~:text=Viewers%20aged%20between%2016%20and,those%20aged%2065%20and%20over>.
- Tekke, Y. (2021). Geleneksel medyadan sosyal ağlara, içeriğin dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube kanalı örneği (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 697798).
- Telli, R., & Yılmaz, A. (2020). Geç dönem Osmanlı Modernleşmesine Genel Bir Bakış. Liberal Düşünce Dergisi, 25(100), 9-35.
- Tokur, B. (2006), "Kişisel Gelişim (NLP)-Din İlişkisi Üzerine Bir Araştırma", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimler Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- TÜİK. (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması [Dataset]. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)

- Tüken, Y. (2021). Youtube'da faaliyet gösteren dini içerikli kanalların din eğitimi açısından incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 712605).
- Tunçöz, G. (2022). Popüler kültür unsuru olarak sosyal medyada bilimin metalaştırılması: Youtube örneği (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 747312).
- Ünal, A. (2022). Youtube yemek kanallarının restoran tercihi üzerindeki etkisi: Kişilik tiplerinin düzenleyicilik rolü (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 744662).
- Ünür, E. (2013). Türk Televizyon Dizilerinde Toplumsal Kimliklerin Temsili. Erciyes İletişim Dergisi, 3(2).
- Van Dijck, J. (2007). Television 2.0: YouTube and the emergence of homecasting. Creativity, Ownership and Collaboration in the Digital Age, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, 27-29.
- Yaman, Ş. (2023). Youtuberstorr çocuk hesaplarının çocuk hakları bağlamında analiz edilmesi ve söz sahiplikleri. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 791458).
- Yavaş, K. E. (2023). YouTube videolarının Türkçe eğitimi açısından incelenmesi ve değerlendirilmesi: TEDx Türkiye örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 785517).
- Yedekçi, E. (2023). Deneyimden dijital hikâye anlatıcılığı: YouTube Türkiye örneği. (Doktora Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 788652).
- Yitik, A. İ. (2005). Hint menşe'li inançların Türkiye'deki faaliyetleri. Türkiye'deki Misyonerlik Faaliyetleri Tartışmalı İlimi Toplantı, Ed. Ömer Faruk HARMAN, Ensar Neşriyat, İstanbul.
- Yitik, A. İ. (2009). Modern Dönemde Din Motifli Eğilimler ve Türk Toplumunu. IV. Din Şurası, Ankara, 450-461.

- Yolcu, D. (2019). Markaların youtuber'lar ile yaptığı iş birliğinin tüketici güvenine etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 555737).
- Yücel, D. (2007). Reiki'nin oluşumu, gelişimi ve Türkiye'deki yansımaları. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Yıldırım, Y. (2022). Alternatif Gazetecilik Platformu Olarak Youtube: Cüneyt Özdemir Ve Nevşin Mengü Youtube Haber Kanalları Üzerine Netnografik Bir Analiz (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 742376).
- Yılmaz, E. C. (2021). Postmodern Dijital Tüketim Kültürü Bağlamında YouTuber Folklorunun Performans Merkezli Analizi: Oğuzhan Uğur Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi. (Tez no: 674861).
- Zak, P. J. (2014). Why your brain loves good storytelling. Harvard business review, 28, 1-5.
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni medya ekolojisi ekseninde YouTube: Türkiye örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(1), 215-232.

EK 1: YAPIM EKİBİNE YÖNELTİLEN SORULAR

A- Proje İle İlgili Sorular

- 1.Bana biraz kendinizden bahsedebilir misiniz? Bu projeye nasıl dahil oldunuz? Ne zaman dahil oldunuz? Projedeki göreviniz nedir?
- 2.Projenin en başında hedefleriniz nelerdi? Projede size heyecan veren şey neydi?
- 3.Pandemi sürecinde ne oldu? Program bundan nasıl etkilendi?
- 4.Proje ilk önce YouTube üzerinde başladı, kanal değiştirdi, Exxen'e geçti sonra benzer bir proje televizyonda yer aldı (Paylaş Benimle), en son başladığı noktaya ve isime geri döndü. Bu süreci biraz anlatır mısınız? Sizin için neler değişti? Nasıl tepkiler aldınız?
- 5.Katarsis Gel Yeniden Başlayalım projesinden bahseder misiniz? Ne zaman başladı? Neler yapmayı planlıyorsunuz?

B- Proje Süreciyle İlgili Sorular

- 1.Projenin üretim sürecinde neler yaşadınız? Çekim alanı, görsel ve işitsel öğelerin tasarımını nasıl yaptınız?
- 2.Görsel öğeleri vermek istediğiniz anlamı yakalamak hedefiyle nasıl kullandınız? Aynı şekilde dekoru nasıl tasarladınız?
- 3.Görüşmecilere nasıl karar verdiniz? Görüşmecilere erişim ve programa davet etme süreci nasıl ilerledi? Nasıl tepkiler/cevaplar aldınız? Çekim öncesi ön görüşmeler yaptınız mı?
- 4.Görüşmecileri çekime nasıl hazırladınız? Hayat hikâyelerini anlatmaya nasıl teşvik ettiniz?
- 5.Uzman psikolog Gökhan Çınar karakterini nasıl oluşturduunuz? Moderasyonu çekim öncesinde nasıl planladınız?
- 6.Çekim sürecinden biraz bahseder misiniz? Set detayları, çekime hazırlık süreci hakkında bilgi verir misiniz?
- 7.Çekimde moderasyonu nasıl sağladınız? Çekim esnasında görüşmeciyi söyleyecekleri konusunda nasıl yönlendirdiniz? Ne kadar yönlendirdiniz?

8.Çekim sonrasında görüşmecilerle iletişiminiz nasıl oldu? Projeden çekilenler oldu mu?

9.Çekim sonrasında kurguda hikâyelere müdahale ettiniz mi? Anlatının etkisini artırmak için işitsel öğeleri nasıl kullandınız?

C- Yayın Sonrasıyla İlgili Sorular

1.Yayın sonrasında izleyiciden nasıl bir dönüş aldınız? Tepkiler nasıldı?

2.YouTube üzerinde program çokça izlendi. Sizce bu kadar izlenmesinin sebebi nedir?

3.Program izleyici ve görüşmeciler arasında bir diyalog kurmayı başardı mı? hikâyelerin izleyicide bir farkındalık yarattığını düşünüyor musunuz?

4.Toplumda üzerine konuşulmayan konuları ele alıyorsunuz, sizce program bu konuların konuşulabilir olmasına katkı sağladı mı?

5.Youtube yorumlarını okuyor musunuz? Nasıl yorumlar geliyor? Yorumlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

6.Programın yayınlandığı platformlar değiştikçe aldığınız dönüşler veya tepkiler de değişti mi? Nasıl bir değişim oldu? Nasıl farklar gözlemlediniz?

EK 2: ORJİNALLİK RAPORU

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Tarih: 15/02/2024

Tez Başlığı: Yeni Medyada Hikaye Anlatımı Pratikleri Bağlamında Ötekiyle Karşılaşma: "Katarsis X-Tra" Örneği
Tez Başlığı (Almanca/Fransızca)*:.....

Yukarıda başlığı verilen tezin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 189 sayfalık kısmına ilişkin, 15/02/2024 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 'dır.

Uygulanan filtrelemeler*:

1. Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
2. Kaynakça hariç
3. Alıntılar hariç
4. Alıntılar dâhil
5. 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Ad-Soyad/İmza

Öğrenci Bilgileri	Ad-Soyad	Bilgenil Söken
	Öğrenci No	N20135084
	Enstitü Anabilim Dalı	İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
	Programı	İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.
(Unvan, Ad Soyad, İmza)

* Tez Almanca veya Fransızca yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı **Tez Yazım Dilinde** yazılmalıdır.

**Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları İkinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dahil, 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu Form No.	FRM-YL-15
		Yayın Tarihi Date of Pub.	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu <i>Master's Thesis Dissertation Originality Report</i>	Revizyon No Rev. No.	02
		Revizyon Tarihi Rev. Date	25.01.2024

TO HACETTEPE UNIVERSITY GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCES	
Date: 15/02/2024	
Thesis Title (In English): The Encounter with the Other Through New Media Storytelling Practices: The Example of "Katarsis X-tra"	
According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 15/02/2024 for the total of 189 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is %.	
Filtering options applied**:	
1. <input type="checkbox"/> Approval and Declaration sections excluded	
2. <input type="checkbox"/> References cited excluded	
3. <input type="checkbox"/> Quotes excluded	
4. <input type="checkbox"/> Quotes included	
5. <input type="checkbox"/> Match size up to 5 words excluded	
I hereby declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.	
Kindly submitted for the necessary actions.	
Name-Surname/Signature	

Student Information	Name-Surname	Bilgenil Söken
	Student Number	N20135084
	Department	Communication Sciences
	Programme	Communication Sciences MA

SUPERVISOR'S APPROVAL

APPROVED
(Title, Name and Surname, Signature)

**As mentioned in the second part [article (4)/3] of the Thesis Dissertation Originality Report's Codes of Practice of Hacettepe University Graduate School of Social Sciences, filtering should be done as following: excluding reference, quotation excluded/included, Match size up to 5 words excluded.

EK 2. ETİK KOMİSYON İZİN FORMU

Tarih: 12/08/2022
Sayı: E-35853172-300-00002334348
00002334348



T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Rektörlük

Sayı : E-35853172-300-00002334348
Konu : Bilgenil SÖKEN Hk. (Etik Komisyon İzni)

12.08.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 25.06.2022 tarihli ve E-12908312-300-00002259459 sayılı yazınız.

Enstitünüz İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi **Bilgenil SÖKEN**'in **Doç. Dr. Burcu ŞİMŞEK** danışmanlığında hazırladığı; "**Yeni Medyada Hikaye Anlatımı Pratikleri Bağlamında Ötekileştirmeye Yüzleşme: 'Katarsis X-Tra' ve 'Gececek Mi ?' Örnekleri**" başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **26 Temmuz 2022** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Vural GÖKMEN
Rektör Yardımcısı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 687E35C7-A40D-4929-AD91-B30B6D291EDD

Belge Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/hu-ebys>

Adres: Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara

Bilgi için: Duygu Didem İLERİ

E-posta: yazimd@hacettepe.edu.tr İnternet Adresi: www.hacettepe.edu.tr Elektronik

Bilgisayar İşletmeni

Ağ: www.hacettepe.edu.tr

Telefon: 0 (312) 305 3001-3002 Faks: 0 (312) 311 9992

Telefon: .

Kep: hacettepeuniversitesi@hs01.kep.tr



