

Araştırma Makalesi

Mobbing Perspektifiyle Transmedya Hikâyeciliği ve Örgütsel Davranış: “The Devil Wears Prada” Filmi Örneği

Şefik Özdemir (Dr. Öğr. Üyesi)
Aksaray Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
sefikozydemir@aksaray.edu.tr
Orcid: 0000-0003-3005-0570



Başvuru Tarihi: 07.11.2018
Yayına Kabul Tarihi: 04.03.2019
Yayınlanma Tarihi: 22.07.2019
DOI: 10.17680/erciyesiletisim.480012

Özdemir, Ş. (2019). Mobbing Perspektifiyle Transmedya Hikâyeciliği ve Örgütsel Davranış:
“The Devil Wears Prada” Filmi Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (2), 1029-1044.
DOI: 10.17680/erciyesiletisim.480012

Öz

Son dönemde hızla gelişen ağ teknolojisi, birçok konunun yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır. Bu durumun örneklerinden bir tanesi geleneksel hikâye anlatımının transmedya hikâye anlatımına doğru evrilmesidir. Transmedya hikâye anlatımı bir hikâyenin, sosyal ağlar dâhil olmak üzere birçok medya platformunda yer alarak konuya ilgi duyan kitlelerin bir araya gelmesini ve katılımcıların bu sürece katkı sağlamasına izin vermektedir. Diğer taraftan örgütsel davranış disiplini, örgütlerde çalışanların davranışlarını inceleyerek elde ettiği bilgileri konferans, sempozyum, çalıştay ve akademik yayın gibi faaliyetlerle hem konuların içerik olarak zenginleştirilmesi hem de hedef kitle tarafından anlaşılabilmesi için büyük çaba harcamaktadır. Bu bilgileri hedef kitlelere ulaştırabilmenin ve içerik olarak zenginleştirmenin bir yolu da hızla gelişen iletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan transmedya hikâyeciliği olabilir mi? Bu çalışma hem bu konuyu aydınlatmak hem de literatürde önemli bir açık gibi görünen transmedya hikâyeciliği ve örgütsel davranış konuları ile ilgili teorik ve uygulamalı bir çerçeve ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada “The Devil Wears Prada” isimli kitabın 2006 yılında çevrilen aynı isimli filmi, iş yaşamında çok sık görülen kavramlarından birisi olan “mobbing” perspektifiyle genişleyen hikâye olarak incelenmiştir. Araştırmada hem yazılı hem de görsel dokümanlardan faydalanılarak doküman analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda transmedya hikâye anlatımının örgütsel davranış konularının bilinmesine, anlaşılmasına, daha geniş kitlelere ulaşmasına ve içerik olarak zenginleşmesine katkı sağlayabileceği yargısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mobbing, Transmedya Hikâyeciliği, Örgütsel Davranış.

Research Article

Transmedia Storytelling and Organizational Behavior in Mobbing Perspective: “The Devil Wears Prada” Movie Example

Şefik Özdemir (Asst. Prof. Dr.)
Aksaray University Faculty of Health Sciences
sefikozdemir@aksaray.edu.tr
Orcid: 0000-0003-3005-0570



Date Received: 07.11.2018
Date Accepted: 04.03.2019
Date Published: 22.07.2019
DOI: 10.17680/erciyesiletisim.480012

Abstract

The rapidly developing network technology has recently led to a redefinition of many issues. One of the examples of this situation is the evolution of traditional storytelling into transmedia storytelling. Transmedia storytelling enables a story to take its place in various media platforms including social networks that lets a group of people who are interested in the subject come together and contribute to this process. On the other hand, organizational behavior discipline pays great effort to enrich the subjects it studies in terms of content and make these subjects understandable for the target group through representing the findings that are obtained by examining the behaviors of the employees in conferences, symposiums, workshops and academic publications. Can transmedia storytelling that has been the product of rapidly developing communication technologies be another way of transmitting the information and enriching the content? This study aims to clarify this issue and elucidate a theoretical and practical framework related to the topics of transmedia storytelling and organizational behavior that seems to be an important lack in the literature. In this context, the movie “The Devil Wears Prada” which was made into movie from the book with the same title in 2006 was examined as an expanded story with the perspective of mobbing that is one of the most common concepts in business life. In the research, document analysis was carried out by using both written and visual documents. The results indicate that transmedia storytelling can contribute to acknowledge and understand the organizational behavioral issues, reach a wider audience and enrich its content.

Keywords: Mobbing, Transmedia Storytelling, Organizational Behavior.

1. Giriş

Örgütsel davranış disiplini, psikoloji, sosyoloji ve bir ölçüde antropoloji, siyaset bilimi ve ekonomi gibi geleneksel disiplinlerden de faydalanarak örgütlerde insan davranışının karmaşıklıklarını kavramak, yönetim düşüncesini ve etkinliğini bilgilendirmek için geniş ve kapsamlı bir teorik ve pratik bilgi tabanı üzerinde çalışmayı amaçlayan uygulamalı bir davranış bilimidir. Örgütsel davranış organizasyon ile iş veya bağlamsal çevre arasındaki davranışsal ilişkiyi araştırır. Bu ilişkinin, örgütlenmenin ve bağlamın birbiri üzerindeki etkisinin anlaşılması, örgütlerde insan davranışının anlaşılması ve en sonunda yönetim ve örgütsel stratejinin anlaşılması için çok önemlidir. Bu nedenle örgütsel davranış organizasyonlarda çalışan ve yöneten herkes için önemli bir konudur (Brooks, 2006,1-3). Çünkü örgütsel davranış disiplini çalışan ve örgüt ilişkisi ile ilgili yapılan sistematik araştırmalar ile desteklenmiş bilgileri çalışanların ve yöneticilerin tanınması ve anlayabilmesi için yardımcı olarak bilgi hazinemizi genişletmektedir (Özkalp, 2003, 21). Diğer bir deyişle örgütsel davranış, örgütsel davranış konuları ile ilgili olarak yapılan çalışmalardan elde edilen bilgilerin, iş yaşamının tüm paydaşları tarafından bilinmesi ve anlaşılması için büyük bir çaba harcamaktadır.

Diğer taraftan bir olayı yaygınlaştırma ve daha iyi anlaşılabilmesi için kullanılan yöntemlerden bir tanesi hikâye anlatımıdır. Hikâye anlatımı, tarihsel süreçte yer alan efsane ve kahramanlık hikâyelerinin günümüze kadar yaygınlaşarak gelmesini sağlayan önemli bir anlatı türüdür. İnsanoğlu geçmişte yaşanan olayları sonraki nesillere aktarabilmek için hikâye kavramına gereken önemi vermiştir. Hikâye kavramı, günümüzde yeni teknolojik araçların da sürece dâhil edilmesiyle birlikte eskisinden çok daha hızlı ve kullanıcıların kendilerinden kattıkları bilgi ve yorumlarla hikâyenin evrilmesini de sağlayan ve ulaşılan evrenin sürekli genişlemesine imkân tanıyan “transmedya hikâyeciliği” kavramını ortaya çıkarmıştır.

Transmedya hikâyeciliği, herhangi bir hikâyeyi geniş kitlelere ulaştırabilme kabiliyeti nedeniyle birçok alanda etkin olarak kullanılmasına (Dönmez ve Güler, 2016, 156) rağmen konusu örgüt içindeki çalışanlar olan örgütsel davranış alanında yapılan akademik çalışmaların sınırlı olması nedeniyle bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

Örgütsel davranış disiplini, çalışanların örgütteki davranışlarını, bireyin çalışma performansını ve mutluluğunu etkileyen faktörleri inceleyerek yöneticilere yardımcı olmaktadır. Burada yöneticiler için önemli olan husus çalışanları ve onların sorunlarını anlamaktır. Bu da ancak çalışanların çalışma ortamını, diğer çalışanlarla karşılıklı ilişkileri ve bireyleri tanımaları ile mümkün olmaktadır (Özkalp ve Kirel, 2010,14). Geleneksel organizasyon teorisyenlerinin geliştirdiği ilkelerin hep “en iyi” organizasyon yapısının oluşturulabilmesi için mekanik ve bürokratik unsurları ön planda tutmuştur. Buna göre insanın, organizasyon yapısının öngördüğü ilkeleri yerine getiren ve bu doğrultuda davranışlar sergileyeceği varsayılmıştır. Diğer bir deyişle insanın kişisel sorunlarını işine yansıtmayacağı, örgütte geçirdiği çalışma zamanı örgüt dışında yaşadığı özel ve sosyal yaşamının birbirlerinden tamamen ayrı olduğu varsayılmıştır (Koçel, 2011:227).

Erken dönemdeki klasik örgüt teorisyenleri, sosyal faktörlerin üretkenliği ve örgütlenme biçimlerini etkileyebileceği olasılığını çok fazla göz ardı etmiş ya da fark edememişlerdir. Söz konusu teorisyenlerin çalışma ortamında sosyal faktörlerin

öneminden büyük ölçüde habersiz oldukları da söylenebilir. Ancak sonraki dönemlerde çalışanların sosyal ihtiyaçlarının, teknik, yapısal, yönetsel veya çevresel konulardan bağımsız olarak ele alınmasının mümkün olmadığını ileri süren çağdaş yaklaşımlar gelişmiştir (Brooks, 2006,144).

Klasik örgüt teorisinde sosyal ihtiyaçları hiç dikkate alınmayan veya bir makineden farksız olarak görülen çalışanlar, çağdaş örgüt teorilerinde, örgütlerin en önemli kaynağı olarak gösterilmektedir. Örgüt teorisindeki çağdaş yaklaşımlara göre çalışanlara değer ve yetki verilen esnek organizasyon yapılarının oluşturulması durumunda, yeteneklerinin ortaya çıkarılması, bireysel performanslarının ve mutluluklarının artması sağlanabilir. Bu durum araştırmacıları çalışanların performansını ve mutluluğunu engelleyen etkenler ile ilgili çok sayıda çalışma yapmaya yöneltmiştir. Söz konusu araştırmalar sadece örgütsel davranış disiplininin oluşmamasıdır.

Diğer sosyal bilimlerde olduğu gibi örgütsel davranış alanı da disiplinler arası bir yaklaşımla psikoloji, sosyoloji, antropoloji, mühendislik ve ekonomi gibi disiplinlerde yapılan araştırmalardan faydalanmaktadır. Bunun dışında son zamanlarda yeni gelişen disiplinlerin de örgütsel davranış alanına katkılarının olduğu görülmektedir. Örneğin iletişim disiplininde ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin takımlar, karar verme ve öğrenen örgüt gibi yapıları nasıl etkilediğini anlamada önemli katkılar sağlamaktadır (Özkalp ve Kirel,2010, 11). Bu açıdan bakıldığında son dönemlerde teknolojinin en fazla etkilediği alanlardan birisi olan iletişim disiplini ile ilgili yeni çalışmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Çalışmamız örgütsel davranış ve iletişim alanında yeni bir kavram olarak ortaya çıkan transmedya hikâyeciliği ile ilgilidir. Örgütsel davranış perspektifini ortaya koyabilmek için örgütsel davranış konularından birisi olan mobbing seçilmiştir. Mobbing kavramı, özellikle son yıllarda çalışma ortamında en sık rastlanan problemlerden ve örgütsel davranış perspektifini yansıtabilecek en kapsamlı kavramlardan birisi olması nedeniyle seçilmiştir.

Örgütlerde çalışanlar arasında bir takım anlaşmazlıkların çıkması beklenen bir durumdur. Ortaya çıkan uyuşmazlıklar neticesinde bir kısım kişiler veya gruplar, diğer çalışma arkadaşlarından birisi veya bir kısmının dışlanmasını, yalnız bırakılmasını ve son aşamada işten ayrılmasını sağlayabilmek için çeşitli davranış şekilleri sergilemektedirler. Literatüre “mobbing”, “psikolojik taciz” ve “psikolojik yıldırma” olarak giren söz konusu davranış şekilleri genellikle karşı taraftaki bireyi küçük düşürmeye, yıpratmaya ve bezdirmeye yönelik olmaktadır. Çok genel anlamda mobbing, çalışma ortamında bir bireyin veya bir grubun sinsi bir şekilde kişi veya kişileri görmezden gelme, dikkate almama, ödüllere ulaşmasını engelleme gibi eylemlerle performansını düşürmek ve yıpratmak için planlı bir şekilde psikolojik olarak taciz etme olarak ifade edilebilir.

Mobbing, zorbalıkla eşanlamlı olarak da kabul edilebilir. Brodsky’ye (1976) göre, mobbing, sürekli olarak kışkırtan, baskı yapan, korkutan, küçük düşüren ya da başka bir şekilde birisine tatsızlık yaratan davranışları ifade eder (Matthiesen, Raknes ve Rokkum, 1989, 10). Tetik (2010, 81) mobbing kavramını “*işyerinde belirli kişileri hedef alan sistematik bir dizi duygusal saldırı ve yıpratma hareketi ile haksız yere suçlama, ima, kinaye, dedikodu yoluyla itibarı sarsma, küçük düşürme, taciz, duygusal istismar ve şiddet uygulayarak, bir kişiyi, işyerinin dışına çıkmaya zorlayan kötü niyetli davranışlar*” şeklinde tanımlamıştır. Mobbing sürecinin; düşmanca davranışların

belirli aralıklarla ve bilerek isteyerek düzenli bir şekilde uygulanması, mağdurun uygulayana karşı güçsüz olması, fiziksel saldırı içermemesi ve belli bir stratejiye dayanması gibi fark edilebilir özellikleri vardır (Tetik, 2010, 83).

Uluslararası Çalışma Örgütü'ne (ILO) göre, iki binli yılların iş yerindeki en önemli ve yaygın sorunu mobbingdir. Özellikle kamu kurumlarında fiziksel şiddete karşı yapılan yasal düzenlemeler nedeniyle psikolojik şiddet daha yaygın hale gelmektedir. Mobbing kurbanları, dışlanma, yoksun bırakılma, küçümsenme, tecrit edilme, örgütsel kaynakların dağıtımında adaletsizliğe maruz kalma, taleplerinin geciktirilmesi gibi davranışlara maruz kalmaktadırlar. Söz konusu kurbanlar, yüksek stres ve kaygı düzeylerine ile bağlantılı ruhsal, sosyal ve fizyolojik problemler yaşamaktadırlar. Ayrıca bu süreçte mağdurların sosyal ilişkilerinin zarar görmesi, işlerini kaybetme ve hatta sosyal, ekonomik ve psikolojik olarak yaşadıkları yıpranma neticesinde sağlık durumlarında kötüleşme meydana gelebilmektedir (Yıldırım ve Yıldırım, 2007, 1445).

Mobbing ile ilgili yapılan araştırmalar kıskançlık, hoşgörüsüzlük, antipati gibi faktörlerin çalışanlarda psikolojik baskıya neden olduğunu ortaya koymaktadır (Cengiz, Yenel ve Sunay, 2013, 89). Mobbing 'in kurbanlar üzerindeki en önemli psikolojik etkileri arasında; motivasyon eksikliği, stres, üzüntü, gerginlik, kendine güven eksikliği, mutsuzluk, işe gitmeye isteksiz olma, işini kaybetme korkusu, savunma mekanizmasını her zaman açık tutma, sinirlilik, güvensizlik, aşırı tepki veya tepkisizlik, depresif duygudurum, ağlama /gülme saldırıları, istifa etme, ezilmişlik hissi, endişe, paranoya, utanç, saldırganlık ve panik atak yer almaktadır (Yaman, 2015, 7).

Tüm bunlar çalışma hayatında mobbing kavramını oldukça önemli bir konuma getirmektedir. Birçok ülkede bilim insanları, hukukçular, sosyologlar, sendikalar ve psikologlar gibi kişi veya kurumlar mobbing olgusunun daha fazla tanınması ve anlaşılabilmesi için araştırmalar ve yayın faaliyetlerinde bulunmaktadır (Tetik, 2010, 87). Benzer bir durum ülkemizde de mevcuttur. Türkiye'de mobbingin ne anlama geldiği, psikolojik yıldırmanın nedenleri ve sonuçlarının neler olduğu, bireyleri nasıl etkilediği, psikolojik yıldırma mağdurlarının mağduriyetlerini nasıl ispatlayacağı, başvurabileceği yasal yollar gibi birçok konuda yol gösterici kanun ve düzenlemeler yapılmıştır (Polat ve Pakiş, 2012, 216). Mobbing ve benzeri olguların tanınırlığını ve anlaşılabilmesini arttırmanın bir diğer yolu da hikâye anlatımıdır.

Hikâye anlatımı, profesyonel bir şekilde art arda sunduğu hikâyeler aracılığıyla bireylerin ilgili konu ile ilgili olarak yeni ve farklı çıkarımlar yapmasını sağlamaktadır. Hikâye, dünyanın hemen her yerinde sözlü geleneği temsil eden önemli bir argümandır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde hikâyelerin başlangıçta eğlence amaçlı üretildiği söylenebilir. Ancak sonraki aşamalarda hikâyelerin, belirlenmiş amaçlar doğrultusunda daha profesyonelce üretildiği söylenebilir (Aktan, 2018, 17-24).

Klasik hikâyelerin ilk olarak mağara duvarlarına işlenen şekiller ve resimlerle anlatılmaya çalışıldığı, matbaanın bulunmasından sonra ise kitaplar aracılığıyla kitlelere ulaştırıldığı bilinmektedir (Turgut ve Kışla, 2015, 98). Günümüzde klasik hikâye anlatımı yeniden canlanmaktadır. Yeni nesil çalışanlar, mobil cihazlarda ayda 22 saatten fazla çevrimiçi video izlemektedir. İleriye dönük düşünen iş ve öğrenme liderleri, hikâye anlatımının eski geleneğini yeniden icat etmekte, farklı platformlar ve formatlarda etkileyici öyküleri dokundurabilmekte, seyirciyi eyleme teşvik

etmekte ve onları etkileyebilmektedir. Öğrenmeyi ve katılımı genişletmek için çeşitli platformlarda bir anlatı geliştirmenin bu yeni yolu transmedya hikâye anlatımı olarak adlandırılmaktadır (Gronstedt ve Ramos, 2014, 1). Transmedya hikâye anlatımı, *“bir kurgunun ayrılmaz unsurlarının, birleşik ve koordine edilmiş bir eğlence deneyimi yaratmak amacıyla, çoklu dağıtım kanallarına sistematik olarak dağıldığı bir süreci temsil eder. İdeal olarak, her bir medya, hikâyenin ortaya çıkmasına benzersiz bir katkı sağlar”* (Jenkins, 2007).

Özellikle son zamanlarda bilim ve teknolojide meydana gelen gelişmelerin hikâyenin de değişik medya platformlarında yer almasına ve transmedya hikâyeciliğinin ortaya çıkmasına ön ayak olduğu söylenebilir. Transmedya hikâyeciliği, üretilen bir hikâyenin değişik medya platformlarının her birinin kendi özelliklerine göre yeni eklemeler yapılarak çok daha geniş kitlelere ulaşılmasının sağlanması olarak ifade edilebilir (Aktan, 2018, 17-24). Başka bir ifade ile farklı medya platformları aracılığıyla bir araya gelen insanlar, hikâyeye kendi deneyimlerini de dahil ederek yeni içerikler üretmekte ve ortaya çıkan bu yeni bilgiyi paylaşarak daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlamaktadır.

Hikâyenin çoklu medya platformlarında yer alması, hikaye evreninin sonsuz olması (hikayenin genişlemesi) ve seyircinin aktif katılarak içerik üretmesi transmedya hikâye anlatımının olmazsa olmaz özellikleri arasında yer almaktadır (Dönmez ve Güler, 2016, 160). Transmedya hikâye anlatımının olmazsa olmaz özelliklerinden birisi de, insanların ilgilendikleri bir konuya ilişkin verilen mesajlarla yetinmeyerek Facebook, Twitter, Youtube gibi yeni medya araçları vasıtasıyla kendi deneyim ve fikirlerini bu sürece katmak ve diğer bireylerle paylaşmak anlamına gelen katılımcı kültürdür (Dönmez ve Güler, 2016, 158).

Bu temel hikâye yapısı, 1990’lı yıllarda medya ve eğlence endüstrilerinin finansal ihtiyaçlarını karşılamak için yeni yolların aranmaya başlaması ile ilişkilidir. Sektörel uygulamalarla hayata geçirilen transmedya hikâye anlatımı, sonraki yıllarda akademik çalışma alanlarından biri olmuş ve kavramsal olarak gelişmeye devam etmiştir. Bugün, farklı alanlarda çalışan birçok şirket, transmedya hikâye anlatımından faydalanarak ürün veya hizmetlerini yaygın olarak tanıtmaya çalışmaktadır. Yine hikâyenin bu yeni türü eğitim, iş dünyası ve akademik ortamlarda artan bir şekilde kullanılmaya devam edilmektedir (Gürel ve Tıgılı, 2014, 36; Gronstedt ve Ramos, 2014, 5).

Literatürde transmedya hikâye anlatımı ile ilgili yapılan akademik çalışmaları; transmedya hikâye anlatımını tanımlama ve bir uygulama olarak kuramlaştırma (Örneğin, Jenkins, 2003; Long, 2007; Dena, 2009; Gambarato, 2012), takipçi davranışı ve transmedya (Örneğin, Evans, 2011; Pearson, 2010), izleyici kitlesi ve transmedya (Örneğin, Scolari, 2009; Bertetti, 2014), transmedya hikâye anlatımı pazarlama ve marka araştırmasını bağlayan çalışmalar (Örneğin, Falzon, 2012; Edwards, 2012; Tuncer, 2018a; Acar, 2018; Tuncer, 2018b) ve stratejik yönetim (Örneğin, Cliff, 2017) olarak beş başlık altında toplayabiliriz. Görüldüğü gibi literatüre bakıldığında, örgütlerde transmedya hikâyeciliği ile ilgili çalışmaların daha çok tanıtım ve rekabet stratejisi olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu durum literatürde transmedya hikâye anlatımı ve örgütsel davranış konuları ile ilgili teorik ve uygulamalı bir çerçeveye olan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

3. Transmedya Hikâyeciliği Bağlamında “The Devil Wears Prada” Filmi Örneği

3.1. Yöntem

Çalışmamız nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi ile gerçekleştirilmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2006, 187-189) doküman incelemesini, hedeflenen olgu ve olaylar hakkında bilgi içeren yazılı kaynaklar, film, video ve fotoğraflar gibi görsel malzemeleri kapsayan bir analiz türü olduğunu belirtmişlerdir. Bu çerçevede çalışmamızda, transmedya hikâyeciliğine örnek oluşturabilecek Lauren Weisberg tarafından yazılan “The Devil Wears Prada” kitabının filme dönüşmesi ve yer aldığı medya platformları incelenerek “Mobbing” açısından değerlendirilmiş ve çalışmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Henry Jenkins tarafından uluslararası literatüre kazandırılan transmedya hikâyeciliği ile ilgili çalışmaların işletmelerde sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu nedenle transmedya hikâyeciliği işletmelerin birçok alanda yararlanabileceği yeni bir kavram olarak görülebilir. Söz konusu alanlardan bir tanesi de *“bize örgüt içinde çalışanlar arasındaki ilişkilerin kural ve prensiplerini tanıtarak, kendimizi ve birlikte çalıştığımız insanları anlamamıza yardımcı olan”* (Özkalp, 2003, 21) örgütsel davranış disiplini olduğu söylenebilir. Literatürde transmedya hikâyeciliği ve örgütsel davranış disiplini ile ilgili çalışmaların sınırlı olması ve örgütsel davranış konularının bilinmesi, anlaşılması ve içerik olarak zenginleşmesine nasıl bir katkı sağlayacağına tam olarak bilinmemesi bu çalışmayı yapmamızın temel sebebidir. Bu bağlamda çalışmada “The Devil Wears Prada” isimli kitabın 2006 yılında çevrilen filmi genişleyen hikâye olarak incelenmiştir.

3.3. Bulgular

Bu kısımda “The Devil Wears Prada” isimli kitabın ve kitaptan yola çıkarak üretilmiş olan film ile ilgili çeşitli medya platformlarında yer alan bilgilere yer verilmiştir.

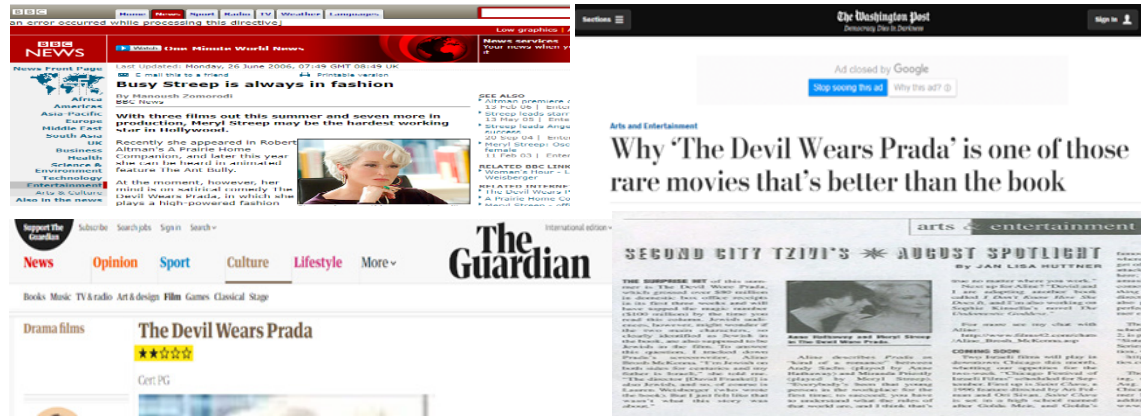


Görsel 1: “The Devil Wears Prada” Kitabı

“The Devil Wears Prada” kitabında, New York’ta çok tanınan ve bilinen bir moda firmasının çok sevilen ve aynı zamanda çok da nefret edilen bir yöneticinin asistanı olarak işe başlayan Andy Sachs’ın iş yaşamında yaşadıkları anlatılmaktadır. Andy Sachs birçok kişinin çalışmak istediği bir pozisyonda kendisine iş bulmasına rağmen iş yerinde çalışanların ve yöneticinin iş anlayışının kendisini yıpratacağından habersizdir. Diğer bir deyişle işi yapabilmesi için sosyal yaşamını bir tarafa

bırakıp sadece yöneticinin isteklerini ve işin gereklerini mükemmel bir şekilde yerine getirmek zorunda kalacağı bir ortamda çalışacağını bilmemektedir (URL 1). Bu kitabın yazılma hikâyesi, kitabın yazarı olan Lauren Weisberger'in, bir moda dergisinin ünlü genel yayın yönetmeni Anna Wintour'un asistanlığını yaptığı dönemlerde yaşadıklarına dayanmaktadır. Kitapta bu tür bir pozisyonda çalışmanın nelere mal olabileceği üzerinde durulmaktadır. Kitap 2006 yılında David Frankel'in yönetmenliğini yaptığı ve Anne Hathaway'in başrol oynadığı filme uyarlanmıştır (URL 2).

2006 yapımı olan "The Devil Wears Prada" filmi, Andy Sachs'ın işe başladığı ilk günden itibaren yöneticinin (Miranda Priesly) psikolojik şiddetine ne kadar fazla maruz kaldığına yönelik çok sayıda sahneye yer vermektedir. Yani film aslında Andy Sachs'ın yöneticinin psikolojik tacizine nasıl maruz kaldığını ve bu maruziyetin oluşturduğu ruhsal durumu göstermektedir. Film süresince Andy Sachs'a sürekli bir psikolojik taciz, küçük düşürülme, değer vermeme, görmezden gelme, hoşgörüsüzlük, stres, güvensizlik, mutsuzluk, değerlerinden vazgeçmeye zorlanma, iş saatlerinin belli olmaması, depresif bir iş yaşamı, özgüven eksikliği, işine motive olamama, sosyal yaşamına zaman bırakılmaması gibi çok sayıda mobbing örneği uygulanmaktadır. "The Devil Wears Prada" filmi, IMDB (İnternet Movie Database) punlarına göre, 6,9 puanla yüksek sayılabilecek bir puana ulaşmış ve Oscar'a aday gösterilmiştir. Filmin bu skora ulaşmasında, sevilen oyuncuların yer alması ile birlikte hikâyenin etkileyiciliği ve iş dünyasında birçok çalışanın hikâyesini anlatan gerçekçi bir konu olması önemli bir etken olarak görülebilir.



Görsel 2: Filme İlişkin Gazete Haberleri

"The Devil Wears Prada" kitabının filme çevrilmesinden sonra; hikâyenin dizisi çekilmiş (URL 3), The Guardian, Washington Post, BBC News gibi dünyanın birçok önemli gazetelerinde (Görsel 2) haber olarak gösterilmiş, köşe yazılarında yer almış, aynı isimle müzik grubu kurulmuş, yazar tarafından "Revenge Wears Prada" isimli yeni bir kitap yazılmış, oyunlar tasarlanmış, You Tube, Facebook ve diğer medya platformlarında çokça yer almaya devam etmiştir (URL 4; URL 5; URL 6; URL 7; URL 12, URL 13, URL 14; URL 16).



Görsel 3: Filmin Facebook Sayfası (URL 11).

Film ile ilgili Facebook, Instagram ve Twitter'da çok sayıda hesap ve sayfa yer almaktadır. Bunlardan en çok dikkat çekenlerinden bir tanesi Filmin Facebook sayfasıdır. Söz konusu sayfa incelendiğinde 2.317.414 milyon kişinin sayfayı beğendiği ve 2.173.624 kişinin ise takip ettiği görülmektedir (URL 11). Söz konusu hesap ve sayfaların altında filmin konusu ve oyuncularını ile ilgili çok sayıda yorum yer almaktadır (URL 10). Filmin çokça görüntülediği ve yorumlandığı medya platformlarından bir tanesi de Youtube'tur.



Görsel 4: Filme İlişkin Bir Youtube Paylaşımı (URL 9)

Youtube'ta film ile ilgili yukarıda yer alan sahneyi 4.397.244 kişinin görüntülediği görülmektedir. Bu durum filmin hikâyesine olan ilgiyi göstermesi açısından önemlidir. Videonun altında Mirko Bozic isimli kullanıcı "yöneticinin sesini yükseltmeden tüm odaya nasıl hâkim olduğunun harika anlatılmaktadır" şeklindeki yorumu ile yöneticinin bakışları ile bile mobbing uyguladığına dikkat çekmektedir (URL 8). Yine Cerell Morrison isimli kullanıcı, filmde yer alan hikâyeye yakın bir hikâyenin başından geçtiğini ve yöneticinin işini sürekli zorlaştırması ve baskılaması nedeniyle dayanamayıp 4 ay sonra işten ayrıldığını belirtmektedir (URL 9). Söz konusu

yorumlardan da anlaşılacağı üzere filmin takip edilmesinin nedenlerinden birisinin mobbing olgusu olduğu söylenebilir.



Görsel 5: Filme İlişkin Youtube Paylaşımları (URL 18;URL-19)

Filmin Youtube paylaşımlarında filmde patron rolünü oynayan Miranda Priesly'nin çalışanlarda oluşturmuş olduğu korkunun yer aldığı sahnelerin filmin tamamından daha fazla izlendiği ve yorum yapıldığı görülmektedir. Görsel 5'te yer alan sahnelerde Miranda Priesly'nin çalışanları sürekli aşağılayan ve kendilerini değersiz olarak hissettiren iletişim tarzı ile birlikte işe gelirken çalışma ortamında yaşanan korku ve gerginlikler yer almaktadır. Söz konusu sahnelerin birisi 2.529.689 diğeri ise 4.541.466 kişi tarafından izlendiği görülmektedir. Bu sahnelerin altında Andy Sachs'ın mobbinge nasıl maruz kaldığına yönelik çok sayıda yorum bulunmaktadır.

Örneğin Tarranum Rana isimli kullanıcı "...Bir zombi kıyametinden kurtulabilirim, ama bu cehennem bürosunda iki gün hayatta kalamayacağımdan eminim" diyerek filmdeki baskıcı ve bezdirici çalışma ortamını dile getirmektedir. Yine Max A. isimli kullanıcının "gerçekten varlığı korkuya neden olan patronlar var mı? Umarım böyle bir patronla çalışmak zorunda kalmam" şeklindeki yorumuna, Shakir Ahmed isimli kullanıcı "evet gerçek hayatta var. Örneğin ben başladıktan 21 gün sonra bu nedenden dolayı işimden ayrıldım" şeklinde cevap vermiştir. Görüldüğü üzere kullanıcıların bu şekilde yaptıkları yorumların altına gelen cevaplar hikâyenin sürekli genişlemesini sağlamaktadır.

Benzer bir şekilde bazı web sitelerinde filmin konusu ile ilgili yorum ve görüşlerin dile getirildiği görülmektedir. Örneğin bir web sayfasında filmin mobbing ile ilgili çok çarpıcı örneklerle dolu olduğu şeklinde değerlendirme yapan Aylin Çevik isimli kullanıcı, filmde herkes tarafından bilinen bir işletmede yönetici asistanı olarak işe başlayan Andy Sach'ın işe başladığı günden başlayarak yönetici tarafından mobbinge nasıl maruz kaldığı ve bu sürecin sonunda kişisel olarak nasıl etkilendiği ve nasıl tükenmeye başladığını gösterildiğini belirtmektedir. Aylin Çevik'in film ile ilgili yaptığı kapsamlı yorumu aşağıda yer almaktadır (URL 17).

"Çalışanın kişisel tercihleri (giyim, saç stili) üzerinden yöneticisi tarafından alaya alınması veya hor görülmesi psikolojik yıldırma (mobbing) dir. Any Sachs sürekli bu tip taciz ve hoşgörüsüzlüğe mahkum edilir. Değişimi görünürde olumlu ve sıradan bir durum gibi gözükse de aslında bu değişim Andy Sachs'ın kişiliğinin yok edilmesidir. Bu yok oluş Andy Sachs için değerlerini, sevdiklerini ve kendi bireyselliğinin yok oluşudur. Kendine

yabancılaşmasıdır. Filmde ışıltılı ve parlıtlı bir dünya içinde kimliksiz, kayıp ve mutsuz çalışanlarla tanışırız. Zamanın önemli olmadığı bir noktada sürekli çalan telefonlar, saniyesi saniyesine getirilmesi istenen kahveler, tamamen dolu ajandalar, sürekli şık ve marka giymek, yapılı saçlar, yöneticinin isteklerini önceden tahmin etmek, asla hata yok, sorgusuz gece gündüz çalışma, özel hayatın olma şansının olmayışı, sürekli kusur arayan gözler, iğneleyici ve alaycı söylemler vardır. Böyle bir ortamda çalışanın kişiliği yok edilirken kariyer gelişiminden bahsedilebiliyor. Bu kariyer gelişimi değil, çalışan köleliği diyebiliriz” (URL 17).

Yine filmin izlenebildiği bir web sayfasında James Howlett kullanıcı adıyla yapılan bir yorumda; “çalışanların nasıl aptal yerine konulduğunu, iş yaşamının iç yüzünü, işveren ve işçi arasındaki ilişkilerin mükemmel bir şekilde işlendiği” belirtilmiştir (URL 15). Netice itibarıyla filmin hikâyesinin neredeyse tüm medya platformlarında yer alması ve özellikle mobbing uygulanan sahnelerin tüm dünyada milyonlarca kişi tarafından izlenmesi, farklı kültür ve sosyolojik alt yapıya ait birçok kişinin konu ile ilgili yorum yapması nedeniyle transmedya hikâye anlatısının mobbing konusunun bilinmesine, anlaşılmasına ve içerik olarak zenginleşmesine önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

Sonuç

Son dönemlerde bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen olağanüstü gelişme nedeniyle birçok alanın yeniden tanımlandığı görülmektedir. Bu duruma eğitim, iletişim ve iş dünyası gibi birçok alanda yaşanan gelişmeler örnek olarak gösterilebilir. Söz konusu alanlarda yapılan çalışmalar, transmedya hikâye anlatımının birçok açıdan önemli faydalar sağlayacağını göstermiştir. İletişim alanında transmedya hikâye anlatımının çok sayıda iletişimsel eyleme önemli katkılar sağladığını tespit eden çalışmalar mevcuttur. Örneğin Aktan (2018) Survivor Türkiye programını transmedya hikâye anlatıcılığı üzerinden ele alarak sosyal ağların hikâye evrenini genişletmeye olan katkısını incelediği çalışmada, sosyal ağların transmedya hikâyeciliği aracılığıyla takipçi etkinliğini arttırdığını ve katılımcı evrenini genişlettiğini tespit etmiştir. Benzer bir şekilde Çakın (2018) Instagram ve transmedya hikâyeciliği arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, Instagramın aktif katılımcıya olanak sağlayan yapısı nedeniyle yeni hikâyelerin ortaya çıkmasına ve hikâyelerin sürekli paylaşılarak canlı kalmasına katkı sağladığını bulmuştur.

Transmedya hikâye anlatımının fayda yaratacağı düşünülerek araştırma yapılan alanlardan birisi de eğitimidir. Örneğin Fleming (2013) eğitimcilerin müfredatları tamamen değiştirerek interaktif bir şekilde transmedya aracılığıyla ele alması gerektiğini belirtmektedir. Araştırmacı ayrıca teknoloji ve hikâye arasındaki etkileşimden oluşan bu dinamik ekosistemin etkin bir şekilde yürütülmesi durumunda, dünyadaki tüm öğrenciler ve öğretmenler için farklı öğrenme modelleri, farklı pedagojiler oluşturarak derin ve zengin bir öğrenme dünyası yaratılabileceğini ifade etmektedir.

Tranmedya hikâye anlatımının yaygın olarak kullanılmaya başlandığı diğer bir alan da iş dünyasıdır. İş dünyasında transmedya hikâye anlatımının en çok tanıtım, pazarlama ve reklam aracı olarak kullanıldığı söylenebilir. Konu ile ilgili yapılan araştırmaların elde ettiği sonuçlar, transmedya hikâye anlatımının firmaların pazarlama ve reklam faaliyetlerine önemli katkılar sağladığı yönündedir. Örneğin Dönmez ve Güler (2016) transmedya hikâye anlatımının hedef kitleyle daha uzun süreli bir iletişim kurmaya ve her mecranın kendi dilini kullanarak bir diyalog ortamı

oluşturmaya önemli katkılar sağladığını tespit etmişlerdir. Benzer bir çalışmada Karıcı (2018) işletmelerin transmedya hikâyeciliği vasıtasıyla marka sadakatlerini arttırabileceklerini ortaya koymuştur. Yine Tuncer (2018a) transmedya hikâye anlatımının bir destinasyonun pazarlanmasında çok etkili bir yöntem olarak kullanılabileceğini tespit etmiştir.

Bu çalışma transmedya hikâye anlatımı ve örgütsel davranış disiplini ile ilgili çalışmaların sınırlı olması ve örgütsel davranış konularının bilinmesi, anlaşılması ve içerik olarak zenginleşmesine nasıl bir katkı sağlayacağını anlaşılabilmesi için gerçekleştirilmiştir. Bir olgunun Transmedya hikâye anlatısı sayılabilmesi için hikâyenin çeşitli medya platformlarında yer alması, katılımcıların katkı sağlaması ve esas hikâyeye bağlı kalınması şartıyla her platformun kendine özgü yaklaşımları ile farklılaşarak yaygınlaşması esastır. Bu durum çalışmamızda incelediğimiz “The Devil Wears Prada” filmi için de geçerlidir. Bu çalışmada gerçekleştirilen doküman analizi neticesinde elde edilen veriler; iş yaşamında uygulanan mobbingin bilinmesi, mobbingin neden ve sonuçlarının katılımcılar tarafından anlaşılması, konu ile ilgili esas hikâyeden kopmadan yeni hikâyelerin ortaya çıkması, konu ile ilgili tüm dünyadan katkıların sağlanması nedeniyle farklı bakış açılarının ortaya çıkması ve bu vesileyle konunun içerik olarak zenginleşmesi gibi önemli sonuçları ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, filmde yer alan mobbing hikâyesinin birçok yönüyle benzersiz bir şekilde genişleyerek aktarılmış olması ve katılımcıların katkısı ile yeni içeriklerin üretilmiş olması nedeniyle transmedya hikâye anlatımının diğer örgütsel davranış konularının bilinmesi, anlaşılması ve zenginleşmesine katkı sağlayabileceği yargısına varılmıştır. Ancak çalışmamızın veri kümesinin dar olması nedeniyle elde edilen sonucu genelleştirmek mümkün görünmemektedir. Çünkü araştırmamız sadece mobbing perspektifi ve doküman analizi ile dar kapsamlı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu yönüyle transmedya hikâyeciliği ve örgütsel davranış disiplinin diğer konularını tüm yönleri ile inceleyen nicel ve nitel yöntemlerle yapılacak araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Kaynaklar

- Acar, Y. (2018). Transmedya ve Destinasyon Marka Değeri. *Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği*, (Ed: E. Aktan) Konya, Literatürk Academia. S.343-366.
- Aktan, E. (2018). Sosyal Ağlar ve Transmedya Hikâyeciliği: Kullanıcı Paylaşımları Üzerinden Transmedyal Hikâye Etkinliğinin Değerlendirilmesi. *Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği*, (Ed: E. Aktan), Konya Literatürk Academia. S.23-45.
- Bertetti, P. (2014). Transmedia Critical| Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, 8, 20.
- Brooks, I. (2006). *Organisational behaviour: individuals, groups and organisation*. Pearson Education.
- Cengiz, R., Yenel, F. ve Sunay, H. (2013). A research on mobbing behaviors football trainers face in club environment (Futbol antrenörlerinin kulüp ortamında karşılaştıkları yıldırma (mobbing) davranışları üzerine bir araştırma). *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 15(1), 88-94.

- Cliff, C. R. (2017). *Transmedia storytelling strategy: how and why producers use transmedia storytelling for competitive advantage* (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
- Çakın, Ö. (2018). Transmedya Öykü Anlatımı Bağlamında Instagram Hikayeleri. Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği, (Ed: E. Aktan), Konya Literatürk Academia. S.49-64.
- Dena, C. (2009). *Transmedia practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments* (Doctoral dissertation, University of Sydney).
- Dönmez, M. ve Güler, Ş. (2016). Transmedya hikâyeciliği "Doritos Akademi" örneği incelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner dergisi*, 7(16), 155-175.
- Edwards, L. H. (2012). Transmedia Storytelling, Corporate Synergy, and Audience Expression. *Global Media Journal*, 12 (20).
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. Hoboken: Routledge.
- Falzon, C. (2012). Brand development and transmedia production-The Geofreakz case study. *Journalism and mass communication*, 2(9), 925-938.
- Fleming, L. (2013). Expanding Learning Opportunities with Transmedia Practices: Inanimate Alice as an Exemplar The National Association for Media Literacy Education's *Journal of Media Literacy Education* 5:2 (2013) 370-377
- Gambarato, R. R. (2012). Signs, systems and complexity of transmedia storytelling. *Estudos em Comunicação*, 12, 69-83
- Gronstedt, A. ve Ramos, M. (2014). Learning Through Transmedia Storytelling, *Association for Talent Development* 31(1401)
- Gürel, E. M. E. T. ve Tıgılı, Ö. (2014). New world created by social media: Transmedia storytelling. *Journal of Media Critiques*. Special Issue, 1, 35-65.
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. MIT Technology Review, Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018. <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia storytelling 101*. Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018. http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
- Karcı, H. D. (2018). *Markalaşma ve transmedya hikâyeciliği: bir uygulama örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçel, T. (2011). *İşletme Yöneticiliği*. (13. Baskı) İstanbul: Beta Yayınları.
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* (Master of Science In Comparative Media Studies at the, Massachusetts Institute of Technology).
- Matthiesen, S. B., Raknes, B. I. ve Rokkum, O. (1989). Bullying at work. *Tidsskrift for Norsk Psykologforening*, 26, 761-774. Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018. <https://core.ac.uk/download/pdf/30924791.pdf>
- Özkalp, E. (2003). Örgütsel Davranış. TC Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1468. Açıköğretim fakültesi yayın, (782).

- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2010). Örgütsel Davranış, Ekin Basım Yayım Dağıtım, 4. Baskı, Bursa.
- Pearson, R. (2010). Fandom in the digital era. *Popular Communication*, 8(1), 84-95.
- Polat O. ve Pakiç I. (2012) Mobbing: işyerinde psikolojik taciz. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, Ekim; 3: (4), 211-217
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3(0), 21–606.
- Tetik, S. (2010). Mobbing kavramı: Birey ve örgütler açısından önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2010(1), 81-89.
- Tuncer, M. (2018a). Destinasyon Pazarlaması ve Transmedya: “The Water Diviner” Üzerine Bir Değerlendirme. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, 16 (25), 925-938.
- Tuncer, M. (2018b). Alcatraz Turizm Destinasyonunun Transmedya Hikâyeciliği Açısından Değerlendirilmesi. *Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği*, (Ed: E. Aktan) Konya, Literatürk Academia. S.367-384.
- Turgut, G., & Kışla, T. (2015). Bilgisayar destekli hikâye anlatımı yöntemi: Alanyazın araştırması. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 6(2), 97-121.
- Yaman, E. (2015). Mobbing and Stress. *International Journal of Progressive Education*, 11(2), 6-13.
- Yıldırım A. ve Yıldırım D. (2007), Mobbing in nursing: mobbing experienced by nurses working in health care facilities in Turkey and its effect on nurses. *J Clin Nurs*, 16(8): 1445-53.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara Seçkin Yayıncılık.
- URL 1: Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018, <http://www.ilkfullfilmizle.com/seytan-marka-giyer-turkce-dublaj-izle.html>
- URL 2: Erişim Tarihi: 11 Ekim 2018, <http://www.altinkitaplar.com.tr/lauren-weisberger/seytan-marka-giyer/>
- URL 3: Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018, <http://www.hurriyet.com.tr/tartisilan-film-dizi-oluyor-5276523>
- URL 4: Erişim Tarihi: 15 Ekim 2018, <http://www.hurriyet.com.tr/prada-ci-kadinlara-tarihi-not-5276537>
- URL 5: Erişim Tarihi: 15 Ekim 2018, <https://www.aksam.com.tr/life/elton-john-seytan-marka-giyer-filminin-muziklerini-yapacak/haber-591422>
- URL 6: Erişim Tarihi: 18 Ekim 2018, <https://www.aksam.com.tr/kultur-sanat/bu-kez-intikam-marka-giyecek/haber-214416>
- URL 7: Erişim Tarihi: 18 Ekim 2018, https://www.sabah.com.tr/pazar/hobi/2009/09/27/bir_moda_filminden_cok_daha_fazlasi

- URL 8: Erişim Tarihi: 19 Ekim 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=2PjZAeiU7uM&feature=share>
- URL 9: Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=2PjZAeiU7uM&feature=share>
- URL 10: Erişim Tarihi: 20 Ekim 2018, <https://www.facebook.com/search/top/?q=the%20devil%20wears%20prada>
- URL 11: Erişim Tarihi: 22 Ekim 2018, <https://www.facebook.com/TheDevilWearsPradaMovie/>
- URL 12: Erişim Tarihi: 22 Ekim 2018, <https://www.theguardian.com/film/2006/oct/06/drama>
- URL 13: Erişim Tarihi: 22 Ekim 2018, https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2016/07/01/why-the-devil-wears-prada-is-one-of-those-rare-movies-thats-better-than-the-book/?noredirect=on&utm_term=.7654739ce65e
- URL 14: Erişim Tarihi: 20 Ekim 2018, <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-18292952>
- URL 15: Erişim Tarihi: 20 Ekim 2018, <https://www.sinemalar.com/film/183/seytan-marka-giyer>
- URL 16: Erişim Tarihi: 20 Ekim 2018, <https://www.guitarworld.com/news/devil-wears-prada-introduce-new-mobile-game-zombie-slay>
- URL 17: Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018, <https://emek.org.tr/sinema-filmleri-uzerinden-psikolik-yildirma-mobbing-2.html>
- URL 18: Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=2PjZAeiU7uM&t=19s>
- URL 19: Erişim Tarihi: 30 Ekim 2018, https://www.youtube.com/watch?v=b2f2Kqt_KcE

