




Post-Apokaliptik Yapımlara Talep Artışında Pandemi Sürecinin Etkisi

The Effect of Pandemic Period on Increased Demand for Post-Apocalyptic Genre

Melike Zeynep Korkmaz¹ 

Geliş Tarihi (Received): 28.02.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 27.04.2022

Yayın Tarihi (Published): 30.04.2022

Öz: 2019 yılında ortaya çıkan ve 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını, eğlence, iletişim, çalışma şekli gibi hayatın birçok alanında olduğu kadar bireylerin seyir alışkanlıklarında da değişiklikler yaratmıştır. Bu çalışmada “post-apokaliptik tür” olarak adlandırılan kıyamet sonrası anlatılara olan talebin, Covid-19 salgını ile artıp artmadığı araştırılmış, arttı ise ardındaki sebepler incelenmiştir. Çalışma, bilgi çağının yeni gelenekseli olarak tanımlanabilecek dijital platformlar arasında Netflix Türkiye üzerinden yürütülmüştür. Öncelikle Netflix’in algoritmik sistemi çözümlenmiş, bir talep artışı olup olmadığı bu talebi karşılamak için arzın artacağı fikrinden yola çıkılarak, Netflix Top 10 listesindeki post-apokaliptik anlatı sıklığına bakarak anlaşılmıştır. Makine öğrenimi ve veri madenciliği özellikleri bulunan Cinematch adlı sistem, hangi içeriklerin izleyiciye servis edileceğini kullanıcı geri bildirim, popülerlik, çeşitlilik, içerik meta verileri ile kişiselleştirme arasındaki en etkili noktada belirlemektedir. Bu nedenle belirli bir içerik türünün Netflix’te hangi yoğunlukta yer aldığı bize hangi talebin karşılandığına dair somut fikirler vermektedir. Buradan yola çıkılarak özellikle felaket ve kriz dönemlerinde post-apokaliptik kurguya olan ilginin muazzam artışı incelenmiş, tarihteki örnekleri irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Post-apokaliptik, Netflix, Covid-19, izleyici algoritması, dijital platformlar

&

Abstract: The Covid-19 epidemic, which emerged in 2019 and affected the whole world in 2020, has created changes in the viewing habits of individuals as well as in many areas of daily life such as entertainment, communication and work models. In this study, it’s investigated whether the demand for post-apocalyptic narratives increased with the Covid-19 epidemic, and if it did, the reasons behind it is examined. The study was carried out among the digital platforms that can be defined as the new traditional of the information age, through Netflix Turkey. First of all, it is understood how Netflix’s algorithmic system works, then it is decided whether there was an increase in demand, based on the increase in supply. The system called Cinematch which has machine learning and data mining features, determines which content will be served to the audience based on user feedback, popularity, diversity, content metadata and personalization. Therefore, the frequency of a genre appears on Netflix hazards an opinion about which demand is supplied. From this point of view, the enormous increase in interest in post-apocalyptic fiction especially in periods of disasters and crisis was examined and its examples in history were intellectualized.

Keywords: Post-apocalyptic, Netflix, Covid-19, audience algorithm, digital platforms

Atıf/Cite as: Korkmaz, M. Z. (2022). Post-apokaliptik yapımlara talep artışında pandemi sürecinin etkisi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 7 (13): 60-69.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2015 – Bolu

¹ Arş. Gör., İstanbul Medipol Üniversitesi Medya ve İletişim Ana Bilim Dalı, eposta: melike.korkmaz@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7942-9402

Giriş

Sanayi Devrimi ile başlayan geleneksel endüstriden bilgi teknolojilerine dayalı bir endüstri modeline hızla geçiş yaptığımız Bilgi Çağı'nda, toplumsal ve kültürel modeller ile iletişim modelleri de dönüşüm sürecine girmiştir. Dijital Çağ olarak da adlandırılan bu dönemde teknolojilerin günlük hayatın her aşamasını sarmasıyla birlikte toplumsal yapılar ağlar tarafından kuşatılmış ve bunun bir sonucu olarak zaman ve mekân sınırı ortadan kalkmıştır (Yurdakul, 2019).

Geleneksel iletişim araçlarının yerine dijital teknolojiyle birlikte yeni iletişim araçları ortaya çıkmış, bu sayede toplumsal alanda zamansızlık ve mekânsızlık kavramları hayatlarımıza girmiş, adetâ dünya bilgi iletişim teknolojileri ile birtakım ağlar çerçevesinde yeniden oluşmuştur. Ancak yeni medya araçları gelenekselin yerini alabildiği gibi geleneksel olanla da yakınsamaya ve biri diğerinin işlevlerini artırarak yerine getirecek şekilde dönüşmeye ve yenilikler sunmaya başlamıştır. Televizyon yayınları, radyo programları ve sinemanın yanı sıra çeşitli dijital medya platformları oluşmuş, bu alanlar da birer endüstri formuna dönüşerek hem içerikleri hem de onları taşıyan mecraları birbirine yakınlaşmıştır. Bilgi çağında sinema ve televizyon artık dijitalleşmiş ve yeni medyanın doğasındaki çift yönlü etkileşim burada da işlemeye başlamıştır (Geray, 2003). Seyirci, yayımlanan içerikler için yayıncı olan dijital platforma geri bildirimde bulunabilmekte, platformlar da seyircinin talep ettiği içerik türlerini devamlı olarak tedarik etmektedirler. IPTV, Web TV ve OTT gibi çeşitli internet tabanlı yayın servisleri gelişmiş, her bir mecra farklı bir gelir modeli ve farklı pazarlama stratejileri geliştirmiştir. Özellikle OTT (over the top) sektöründe lider olan Netflix'in algoritmasının hangi parametrelere dayandığını anlamak, platformun üyelerine sunduğu yapımların rastgele olmadığını bilincinde olarak ardındaki toplumsal sebepleri araştırmak önemlidir. Bu çalışmada, Netflix'teki post-apokaliptik türündeki kurguların sayısı ve sıklık olarak fazlaca yer aldığı tespit edilmiş, Netflix algoritması göz önüne alındığında bunun sebebinin kitlesel bir talep olabileceği varsayılmış ve bu talebi tetikleyebilecek unsurlar araştırılmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada pandemi sürecinin post-apokaliptik yapımlara olan talebi tetikleyip tetiklemediği incelenmiş ve Netflix Türkiye üzerinden yorumlanmıştır. Araştırmada nitel bir metodolojik yaklaşımla doküman analizi yapılmış ve konu, alanında uzman kişiler ile yapılan derinlemesine görüşmelerle desteklenmiştir. Wach'e göre (2013) doküman analizi yazılı belgelerin içeriğinin sistematik ve özenli bir analizidir. Araştırılmak istenen konuyla ilgili veri sağlayan her türlü yazılı belge, gazete makaleleri, röportajlar, günlükler, resmi yazışmalar, şirket bilançoları, sözleşmeler vb. doküman olarak tanımlanmaktadır. Doküman analizi ise tek başına bir araştırma yöntemi olabildiği gibi sıklıkla gözlem ve görüşme gibi diğer nitel araştırma yöntemleriyle birlikte sıklıkla kullanılmaktadır (Yin, 1994; Kıral, 2020).

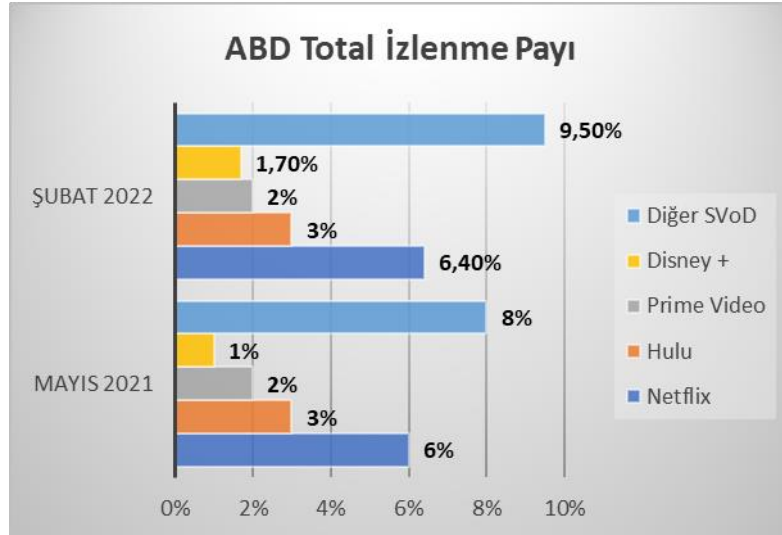
İnsan deneyimlerinin, düşünce ve davranışlarının titiz bir yaklaşımla incelebildiği, tefsir edilebildiği ve tanımlanabildiği araştırma türü nitel araştırma olarak tanımlanır. Nitel araştırmalar nicelin aksine olayların sayısı, ortalaması gibi ölçülebilir özellikler yerine, 'neden, nasıl' sorularının yanıtlarını aramaktadır (Denzin & Lincoln, 1998) ve gözlem, görüşme, dokümanlar yoluyla toplanan verileri analiz etmektedir (Berg & Lune, 2015; Merriam, 2009). Doküman analizi ise, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir. Ancak doküman analizinin sınırlılıkları ve zorlukları da mevcuttur. Merriam'a göre (2009) araştırmacı, araştırmasını yaparken bilimsel kanıtlara dayalı, araştırma problemine ve araştırmaya daha uygun olabilecek diğer kanıtlar ve kavramsal çerçeveyi dikkate alarak araştırmasını yürütmeli ve tamamlamalıdır. Bu sebeple bu çalışmada iki farklı teknikten faydalanılmıştır: Araştırmada doküman analizi olarak bu konu kapsamında daha önce yapılan röportajlar incelenerek bu çalışmada toparlanmıştır. Öte yandan uzman görüşüne başvurmak için birincil veri olarak sektör profesyonelleri ile kişisel görüşmeler derinlemesine mülakat tekniğiyle yürütülmüştür.

Görüşme esnasında ise öncelikle ses kayıt cihazı ile kayda alınmış daha sonra söyleşilerin çözümlemesi yapılarak yazılı metinlere dönüştürülmüştür. Post-apokaliptik senaryoların Netflix platformundaki artışın pandemi temelli olup olmadığını yorumlamak üzere Senarist / Yönetmen ve Dr. Öğretim Üyesi Aybars Bora Kahyaoglu, Senarist / Yapımcı Canol Balkaya ve Psikiyatrist Uzm. Dr. Sevda Uyar Baysal ile yüz yüze görüşülmüş, daha önce hazırlanmış sorulara bağlı kalınarak röportajlar gerçekleştirilmiştir. İkincil veri olarak ise Netflix CEO'su Reed Hastings, yazar Travis Andrews ve eleştirmen John Self gibi kişilerin konferans konuşmaları ve gazete röportajlarından alıntılar yapılmıştır. Böylelikle alanında uzman kişilere referans verilebilmiştir.

Örneklem olarak Netflix Türkiye tercih edilmiştir. Bunun üç sebebi mevcuttur. İlki, dijital çağda televizyon izleme alışkanlıkları yeni medyaya kaymıştır. Teknolojik gelişmeler sayesinde geleneksel medyada sınırlar dijital yayıncılığa doğru yeniden çizilmiştir. Teknolojideki bu gelişme “yöndeşme” kavramı ile açıklanmaktadır (Küçük, 2015). Henry Jenkins (2006) yöndeşme kavramını; belirli bir içeriğin çeşitli medya platformlarındaki akışını, birden çok medya endüstrisi arasındaki işbirliğini ve medya izleyicisinin aradığı eğlence deneyimi için farklı platformlara göç etmesi olarak tanımlamıştır. Bu noktada medya tüketicisi günlük içerikler arasında bağ kurmakta, dolayısıyla bir katılımcı kültürü oluşturmaktadır. Yıllar boyu geleneksel televizyonun onlara sunduklarına muhtaç ve razı durumunda olan edilgen izleyici, artık dijital platformlar sayesinde kişiselleştirilmiş öneriler arasından seçmekte, seyir deneyiminden sonra geri bildirimde bulunmakta ve çoğunluğun beğenilerine göre talepte bulunabilmektedir. Lineer yayıncılığa, uzun içerik sürelerine, reklamlara ve film kuşaklarına alışkın BB (bebek patlaması) ve X kuşaklarının aksine özellikle Y ve Z kuşakları reklamsız, zamansız, sansüresiz ve yeni bölüm için 1 hafta daha beklemek zorunda olmadıkları bir yayın akışını tercih etmektedir.

İkinci sebep Netflix'in dünyanın en büyük, en çok abonesi olan ve en çok gelir sağlayan dijital içerik sağlayıcısı olması (Neumann, 2019) ve 190 ülkede yayımlanarak diğer uluslararası rakipleri (Amazon Prime, Hulu, HBO vb.) arasından liderliğini korumasıdır. Netflix, globaldeki abone sayısına 2021'in sadece 4. çeyreğinde 8.3 milyon yeni abone ekleyerek dünya genelinde 222 milyon aboneye ulaşmıştır (Gadgets 360, 2022). Netflix'in rakipleri ile globaldeki izlenme paylarında dair bir karşılaştırmaya rastlanmamış olsa da Nielsen'in ABD özelindeki araştırmasına bakıldığında Netflix 2022 yılında %6,4 izlenme payı ile rakiplerini geride bırakmaktadır (Netflixinvestors, 2022).

Tablo 1. ABD 2021-2022 SVoD Share Analizi



Üçüncü ve son sebep ise Ocak 2020'den itibaren dünyaya yayılmaya başlayan Covid-19 salgını olarak belirtilebilir. Pandemi sonrası alınan önlemler kapsamında tüm dünyada kısıtlama ve karantina uygulamalarına gidilmiş, ilk önlemlerden biri olarak sinema salonları kapatılmıştır. Dolayısıyla sinema sektörü durmuş, stüdyolar beyaz perde için yeni prodüksiyonlar üretmeyi durdurmuş, haliyle endüstrinin

lokomotifi olan film festivalleri de düzenlenememiştir. Hem salon işletmecilerinin, hem prodüksiyon şirketlerinin hem de sinema seyircisinin olumsuz etkilendiği bu noktada dijital video platformları yeni prodüksiyonların yayımlanabildiği tek mecra haline gelmiştir. Ayrıca Netflix'in kendisi de bir stüdyo gibi hareket etmekte ve kendi iç yapımlarını üretmektedir (Hastings, 2020). Bunun dışında, karantina sonucu insanların ev içi aktivite arayışına girmesi, ekran başında bulunma sürelerinin uzaması SVoD denilen 'talebe bağlı video servisleri'ne yönelmelerine sebep olmuştur. Bu talep, bu platformların çeşitlenmesine, yaygınlaşmasına ve talep edilirliliğinin artmasına yol açmıştır (Uluçay & Zararsız & Aytekin, 2021). Netflix'in abone sayısı 2021'in 3. çeyreğinde 4,4 milyon artmışken 4. çeyreğinde 8,3 milyon artmıştır ve dünya genelindeki üye sayısı 222 milyona ulaşmıştır (Gadgets 360, 2022).

Bulgular

Netflix algoritması

Bilgi teknolojilerinin televizyon yayıncılığında kullanılmaya başlanmasıyla yayınlar da değişim süreci içine girmiştir. Bu değişim, televizyon yayınları ve televizyon izleme alışkanlıkları üzerinde dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur (Küçük, 2015). İnternetin televizyon yayıncılığında etkin rol oynaması üzerine öncelikle televizyon içerikleri zaman ve mekândan bağımsız olarak internet üzerinden tablet veya bilgisayar aracılığıyla izlenmeye başlanmış, daha sonra internete özgü içerikler oluşturulmuş (Youtube örneği), en nihayetinde dijital yayıncılık sistemlerinin gelişmesiyle birlikte ise internet televizyonları günlük yaşamımızın bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel televizyonun sanal modelinden ortaya çıkan yeni nesil yayıncılık günümüzde 3 farklı sistem üzerinden yapılmaktadır: Web TV, IPTV (internet protocol television) ve OTT (over the top) olarak sınıflandırılan sistemler talebe bağlı kültürün gelişmesini sağlamıştır. IPTV, televizyon kanallarının depolanan içeriklerinin özel atanmış geniş bant tabanlı bir ağ aracılığıyla iletilmesidir. Tivibu, Vodafone TV, Turkcell TV+ Türkiye'deki IPTV örnekleridir. Web TV, açık internet ara yüzü kullanılarak video içeriklerinin doğrudan kullanıcının cihazına gönderilmesi yoluyla yayın yapmaktadır (Rekabet Kurulu, 2017). İsteyen her birey kendi Web televizyonunu kurabilmektedir, yüksek maliyetli bir altyapıya ihtiyaç yoktur. Açılımı "kablo kutusunun en üstünde" anlamına gelen OTT ise video içeriğinin uydu ve kablo erişimi gerektirmeden direkt çevrimiçi olarak yayımlandığı sistemlerdir. "Talebe bağlı video servisleri" olarak da tanımlayabileceğimiz OTT sistemlere genel bir örnek olarak Apple TV, Netflix, Youtube, Playstore verilebilir. 3 farklı gelir modeli ile çalışan bu OTT'lerin bir kısmı "üyelik tabanlı gelir modeli" geliştirmiştir; Netflix, HBO, Amazon Prime gibi platformlar için kullanıcılar oldukları süreç boyunca aylık belirli bir mebla ödemektedir. Öte yandan reklama dayalı gelir modeli geliştiren OTT'ler, kullanıcılarından üyelik için bir ücret istemezken yayınları arasında atlama seçeneği bulunmayan reklamlar yerleştirmiştir. Hulu, Youtube, Spotify (ücretsiz versiyonu) bu modele örnektir. Üçüncü bir OTT modeli ise gösterilen/ indirilen içerik başına gelir elde eden modeldir; iTunes ve Google Play bu örneklerdendir.

Geleneksel televizyon yok olup internet yayıncılığına dönüşmemiştir ancak internet ve televizyon birbirine yakınsayarak internet tabanlı video platformlarını ortaya çıkarmıştır. Bu dijital çağın yeni medyası, post-modern bir tüketim aracı olarak talep edilen içerik türünü tespit etme ve fazlasını üretme kabiliyetine sahiptir. Bu türün ilk örneği; 1997 yılında ABD, Kaliforniya'da Reed Hastings ve Marc Randolph tarafından bir DVD kiralama şirketi olarak kurulan Netflix'tir (Netflix, 2022). Şirket, DVD kiralama şirketi olarak çalışırken müşterilerine beğendikleri yapımların benzerini önerebilecekleri kategorilenmiş bir arşiv sunmaktaydı. 2007 yılında iş modelini tamamen değiştiren Netflix, internet üzerinden film yayınları yapmaya başlamış ve 2010 itibari ile Kanada ve Latin Amerika'ya açılmıştır. Günümüzde 190 ülkede yayım yapan Netflix, dünya çapındaki en yaygın kullanılan OTT olarak tanımlanmaktadır (Gadget 360, 2022). Netflix'e ilk abone olunduğunda en az üç içeriği beğenme zorunluluğu vardır ki burada Netflix'in algoritması devreye girerek seçilen içeriklere göre beğenileceği düşünülen yapımlar kullanıcıya sunulmaktadır (Can& Tanyeri, 2021). Bu algoritmanın arka planında, 1988 yılında yapay zekâ alanında Stanford Üniversitesi'nden MSCS diploması alan Netflix CEO'su ve kurucularından Hastings vardır. Reed

Hastings (2018), platformu ilk kurduğunda bu algoritmayı uygulayarak seyircinin platformdaki devamlılığını sağlamayı başardığını dile getirmiştir. Üyelerine sunduğu önerileri iyileştirmenin yeni yollarını arayan Netflix, 2006 yılında film derecelendirme tahminini geliştirmek adına 50,051 yarışmacının katıldığı bir yarışma düzenlemiştir. Makine öğrenimi ve veri madenciliği ile mevcutta var olan Cinematch adlı sistemlerinin doğruluğunu en az %10 arttıran ekibe 1 milyon USD ödül vereceğini açıklamıştır. 3 yıl sonra ödülü kazanan ekip Bellkor's Pragmatic Chaos (Buskirk, 2009) adlı bir algoritma geliştirmiştir. Netflix, tek başına bu algoritmayı kullanmamış olsa da nihai çözümün birçok bağımsız modelin bir araya getirilmesiyle elde etmiş bulunmaktadır. Burada toplulukların izleme alışkanlıklarını kullanarak reyting tahmini yapma, Netflix'in kişiselleştirilmesinin iyileştirilmesi ve tüketimi optimize eden bir sıralama işlemi harmanlanmıştır (Amatrian, 2013). Tüketimi optimize eden bir sıralama işlemi için en temel öge popülerliktir, çünkü bir üyenin diğerlerinin izlediği içeriklere yönelmesi daha muhtemeldir. Ancak popülerlik kişiselleştirmenin tam tersidir; her popüler yapıyı sıralamak her üye için aynı öneri listesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla Netflix, geliştirdiği algoritmada öneri sıralamasını popülerite ve kişiselleştirme arasındaki en optimize noktada yapmaktadır. Ayrıca bağlam, popülerlik, ilgi, kanıt, yenilik, çeşitlilik veya tazelik gibi faktörleri de hesaba katmaktadır. Netflix'in kullanıcıya öneride bulunmak istediği tüm farklı bağlamları desteklemek, bir dizi algoritma ve farklı türde veriler gerektirir. Daha fazla ve çeşitli veri kaynağına sahip olmak kullanıcı deneyimi ile ilgili yeni araştırma başlıklarını ortaya çıkarmaktadır.

Bireysel kullanıcıların beğenilerine uygun bir şekilde benzer nitelikte birçok içeriğin sunulması Netflix'in oyalayıcı ve dikkat dağıtıcı bir platform olduğunu göstermektedir (Aydın, 2019). Platformun öneri sistemleri, bir üyenin bir öğeyi seçme ve hizmete geri dönmek için bundan yeterince keyif alma olasılığını optimize etmektedir, bu yüzden kullanıcı derecelendirmeleri ve etkileşimlerinden içerik meta verilerine kadar mevcut tüm verileri kullanmaktadır. İzleyici yeni içerikler tükettikçe ve beğendikçe, platform bu talebe uygun benzer içerikleri iç yapımlar olarak üretmeyi veya benzer dış yapımları bünyesine katmayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşımdan yola çıkarak, dünya genelinde 222 milyon aboneli ile talebe bağlı video servisleri arasında birinci olan Netflix'te son zamanlarda çok fazla post-apokaliptik türünde yapımların yer aldığı gözlemlenmiştir. Yapay zeka ile büyük veriyi işleyerek içerik hazırlayan Netflix algoritmasının hesapladığı toplulukların izleme alışkanlıkları ve aldığı kişiselleştirilmiş geri bildirimler ile bu yapımların türünden bu kadar çok örneğin Netflix'te tesadüfen yer almayacağı varsayılmaktadır. Bu çalışmada pandemi sürecinin post-apokaliptik kurgulara olan talepte etkisinin olup olmadığı Netflix Türkiye örneği üzerinden araştırılmıştır.

Post-Apokaliptik akım

Netflix'in algoritması göz önüne alındığında hangi içerik türlerinin giderek arttığı ve bize hangi talebin karşılandığına dair net bir fikir vermektedir. 2019 Aralık'ta ortaya çıkan ve 2020'de tüm dünyaya yayılan Covid-19 salgını sürecinde seyirci post-apokaliptik türdeki eserlere, film ve dizilere yönelmiştir. Washington Post'tan Travis Andrews'ın haberine göre (2020) Coronavirüs salgını Ocak ayında başladıktan sonra Steven Soderbergh'in 2011 yapımları *Salgın* filmi iTunes'da en çok kiralanan 10 film arasına girmiştir. Bunun yanı sıra AIDS salgını temalı, 1995 yapımları *Outbreak* filmi Mart 2020'de Netflix'te en çok izlenenlerde 9. sıraya yükselmiştir (Atasoy, 2020). Araştırmanın konusunu desteklemek için 01.01.2022'den itibaren 45 gün boyunca Netflix Türkiye'nin her hafta yayınladığı Top 10 listesi incelenmiş, mutlaka bir post-apokaliptik yapımların bu listede yer aldığı fark edilmiştir (*All of Us Are Dead*, *Mother/ Android*). Bulaşıcı hastalık ve kıyamet sonrası temalı yapımların arkasına rüzgârı alan Netflix, üst üste benzer içerikli yapımları üretmeye ya da satın almaya başlamıştır. 2022 Şubat ayı itibarıyla sadece Netflix Türkiye'de tam olarak 51 adet post-apokaliptik yapımların yer almaktadır.

Tablo 1. Şubat 2022’de *Netflix Türkiye*’de Yer Alan Post-Apokaliptik Yapımlar*

1. %3	19. Elysium Yeni Cennet	35. Salvation
2. 12 Maymun	20. Gerçeğe Çağrı	36. Sessiz Bir Yer
3. Aç Gözlüler	21. Hak Edenler	37. Silence
4. Alive	22. How It Ends	38. Snow Piercer
5. All Of Us Are Dead	23. I am Mother	39. Sound & Fury
6. Aşk ve Canavarlar	24. Into The Night	40. Terminatör Kurtuluş
7. Awake	25. La Valla	41. The Midnight sky
8. Ben Efsaneyim	26. Mad Max Fury Road	42. The Rain
9. Bird Box	27. Matrix	43. The Silence
10. Black Summer	28. Mother /Android	44. To The Lake
11. Blame!	29. Oats Studios	45. Tribes of Europa
12. Cargo	30. Ölümler Ordusu	46. Tükeniş
13. Cloverfield Paradoksu	31. Ölüm Günü Kan Bağı	47. Walking Dead
14. Daybreak	32. Ölümçül Deney (film serisi)	48. Yarının Sınırında
15. Destination IO	33. Resident Evil: Biohazard (dizi)	49. Z Nation
16. Dünya Üzerinde Son Çocuklar	34. Resident Evil: Vendetta (animasyon serisi)	50. Zamana Karşı
17. Dünyalar Savaşı		51. Zombieland
18. Dünya Savaşı Z		

*Yapım isimleri *Netflix Türkiye*’nin yayımladığı hali ile verilmiştir, çeviri yapılmamıştır. Devam filmleri olan seriler tek film başlığı altında gösterilmiştir.

Tablo 1’de dizi ve filmlerin yapım yılı dikkate alınmamıştır çünkü Netflix, eski yapımları da talebe bağlı olarak bünyesine ekleyerek yeniden vitrine koymuştur. Kahyaoğlu’na göre bir filmin izlenme macerası şu şekildedir: Film üretilir, sinemada gösterime girer, daha sonra dijital platformlarda gösterime girer, en son geleneksel televizyonlarda gösterime girer. Böylelikle o film izlenme macerasını tamamlar. Bir film, 2 sene içinde 100 milyon kişi tarafından izlendikten sonra tekrar gündeme gelene kadar çok fazla yeni izleyiciye ulaşamaz. Ancak bazı olaylar bazı filmleri yeniden gündeme getirerek yeniden izleme maceralarının içine sokar (A.B.K.; KG;2022). Netflix Türkiye’de, zombi salgını temalı 2013 yapımı Dünya Savaşı Z filminin Şubat 2022’de tekrar Top 10 listesine girmesi Kahyaoğlu’nun bu yaklaşımını kanıtlar niteliktedir.

Bir filmi bir türe göre sınıflandırmak görüldüğü kadar kolay değildir. Çoğu film, çeşitli türden öğeler içerecek ve bu nedenle net sınıflandırmayı sorunlu hale getirecektir (Pantzalis, 2001). Warshow (1971), filmleri türlere ayırmanın bir yolu olarak daha çok film endüstrisinin üretim süreci ve organizasyon yapısına ve izleyici beklentilerine odaklanır. Tablo 1’i oluştururken de Netflix Türkiye üzerinden tür araması yapılmış, post-apokaliptik ve distopik tür başlıkları altındaki filmler Curtis’in (2010) kıyamet-sonrası tanımına uygun olarak tespit edilmiştir. Curtis’e göre post-apokaliptik anlatı, yeryüzündeki insanlık neredeyse yok olduğunda ve kurulu sosyal düzen bozulduğunda kalan azınlıktaki insanların kaosta hayatta kalarak nasıl yeni bir başlangıç kurduğunu ele almaktadır. Tablo 1. için başlıklar altında sınıflanmış filmleri filtrelerken Warshow’un yaptığı üzere izleyicinin post-apokaliptik türden ne beklediğine odaklanarak konsept dışı kalmış yapımlar elenmiştir.

Bilimkurgunun alt türü olarak post-apokaliptik terimine ilk referans The Magazine of Fantasy and Science Fiction dergisinin 1970’teki sayısında yapılmıştır (Harris, 2016, s. 30). Post-apokaliptik kurguda, kıyamet gerçekleşmekte olan bir süreç olmaktan ziyade tarihsel olarak gerçekleşmiştir ve sağ çıkan bir grup insanın hayatta kalma dinamikleri işlenmektedir. Batı edebiyatındaki ilk kıyamet sonrası kurgu Mary Shelley’nin 1826’da yayımladığı The Last Man adlı kitabı olarak varsayılmaktadır. İlk Amerikan post-apokaliptik filmler 1933’te çekilen Deluge (Tufan) ve It’s great To Be Alive (Hayatta Kalmak Harika) isimli yapımlardır.

Bu ilk denemelerden sonra birinci post-apokaliptik dalga, II. Dünya Savaşı'ndan sonra 1950'lerde ortaya çıkmıştır. Five (1951) ve The Flesh and The Devil (1959) gibi kıyamet sonrası filmler, "nükleer savaş sonrası yok olan dünyadan hayatta kalma" teması üzerine kurgulanmıştır. İkinci post-apokaliptik kurgu dalgası ise 2000'lerde, çeşitli çevresel, siyasi, biyogenetik ve ekonomik olayların sonucu olarak ortaya çıkmıştır: Yapay zeka teknolojisinin ucuzlaması, 11 Eylül saldırıları ve ardından gelen savaşlar; AIDS, SARS ve H1N1 gibi ölümcül virüsler; iklim değişikliği sonucu oluşan doğal afetler ve tüm bunların ardından gelen ekonomik krizler (Al-Aghberi, 2021). Bu noktada Topçu (2010, s.159), 11 Eylül saldırısının aslında Hollywood'un ABD'yi kaotik savaş alanına dönüştüren felaket klişesinin gerçeğe dönüşmesi olarak yorumlamıştır ve sonrasında üretilen Hollywood temsillerinin izleyiciyi hem yatıştırdığı hem de uyardığını belirtmiştir. Matrix Serisi (1999), Resident Evil (2002), 28 Days Later (2002), Dünyalar Savaşı (2005), Children of Men (2006), The Road (2009) ve gibi anlatılar sırasıyla yapay zeka istilası, virüs salgını, uzaylı istilası, kırsalık ve kuraklık temalarını işlemiştir. Bu durumda Moon'a göre (2014), kıyamet sonrası anlatılar hayali bir felaket olayını gerçekliğe yansıtarak içinde bulunulan çağın sorunlarının yeniden sorgulanabileceği kavramsal bir araç olarak işlev görmektedir.

Üçüncü post-apokaliptik kurgu dalgasının ise 2020'li yıllar olduğu iddia edilebilir. 2019 yılı sonunda başlayan Covid-19 virüsü salgınıyla birlikte kitleler tekrardan içinde buldukları felaketi tanımlayacak ve öngörecektir. Kahyaoglu'na göre; senaryo dediğimiz şey aslında öngörüdür. Fizikte "Bir insan ışık hızına ulaşırsa ne olur" sorusuna yapılan modellemeler de aslında senaryodur. Her türlü senaryo insanın iç dünyasına ve toplum içindeki yaşantısına dair öngörü yapabilmek, yaşadığımız şeyi anlamlandırabilmektir. 2019 sonunda birdenbire hiç hesapta olmayan bir salgın olduğunda insanlar ilk adımda bunu, "nereden geldi, nasıl oldu" diye anlamlandırmaya çalıştı. İkinci adımları ise öngörüdür bulunmak oldu. "Nasıl hayatta kalacağız, bu felaket ne kadar sürecek, aynı durumdaki karakterler hayatta kalmak için ne yapmış?". Bu iki duygu temel olarak bu filmlerin izlenme oranını arttırdı. Çünkü filmler bize koltukta otururken risk almadan katarsis yaşama imkânı sunmaktadır (A.B.K.; KG:2022).

Kıyamet sonrası hikayeler, organize medeniyetin yeniden inşasına veya yok edilmesiyle uğraşmaya odaklanırken, distopik anlatılar, genellikle yüksek düzeyde yapılandırılmış ama sorunlu devam eden toplumlarla ilgilenir (Eaton 2010). George Orwell'in 1984 kurgusu ya da Antony Burgess'in Otomatik Portakal romanı kontrol hükümetleri tarafından yönetilen distopik bir geleceği anlatırlar. Öte yandan post-apokaliptik hikaye denince akla gelen McCarthy'in Pulitzer ödüllü romanı Yol'da veya Jose Saramago'nun Körlük adlı eserinde birleşik bir toplum ya da bir hükümet yoktur, salgın /kıtlık sonrası kaos vardır. Bu noktada Combs (1993) post-apokaliptik ve distopik kurgu arasındaki farkın kontrol veya kaos temalarında yattığını söyler. Yine de her iki türün iç içe geçtiği yapımlar mevcuttur.

Post-apokaliptik türe ait yapımları büyük bir felaketten doğan geleceğin toplumunu gösteren bilim kurgu olarak tanımlamaktayız (Pantzalis, 2001). Öncelikle salgın, uzaylı istilası, kuraklık gibi bir felaket bildiğimiz toplumları kökten yok eder ve onu sistematik bir kaosa dönüştürür. Bu eserlerde hayatta kalan grubu ya da toplumu yöneten erk farklı biçimlerle mevcut tehlike ile savaşırken ayrıca birbirleri ile güvenlik, yiyecek veya barınak için mücadeleye girerler. Birçok anlatıda bu yönetimler düzeni sağlamak adına totaliter, hukuksuz ve adaletsiz olarak işlemektedir, gözetim toplumları oluşmaktadır. "Türler arası yapımlar" ise bu noktada yaratılmaktadır. Kıyamet sonrası kaostaki toplumu disipline sokmak isterken yapımların türü post-apokaliptikten distopiğe kaymaktadır. 2013 yapımı Snowpiercer filmi post-apokaliptik ve distopik türlerinin iç içe geçtiği yapımlara bir örnek olarak gösterilebilir. Küresel ısınma sonucu dünyanın 2. buzul çağına girmesi neticesinde donmamak için durmadan hareket eden bir trende geçen hikâye, vagonlar arası sınıfsal farklılıkları ve totaliter yönetimi anlatmaktadır.

Kıyamet sonrası anlatılar, modern dünyadan kaçışı ve hayatta kalma fantezisini sağlayan bir ortamdır. Bu senaryoların altında yatan duygunun, büyük bir felaketin akabinde hayatta kalma ve yenilenme olduğunu göstermektedir. Post-apokaliptik örgüde 3 bileşen tespit edilebilir: felaketin gerçekleşmesi, kaosta hayatta kalma ve yeniden inşa. Dolayısıyla post-apokaliptik senaryo sadece felaketin nihai olduğunu hatırlatmakla

kalmaz, aynı zamanda şimdiki zamanın hayal kırıklıklarının silinmesine ve alternatif bir dünyanın ortaya çıkmasına izin verir. Bu noktada Lisboa (2011) “yeni bir başlangıç beklentisiyle güverteyi temizlemek” için kıyamet senaryolarının hem korkuyla hem de ümitle izlendiğini belirtmektedir. Harris (2016) ise post-apokaliptik senaryoların “yıkım, yeniden inşa ve küllerinden doğma” geçişlerini temsil ettiğini ve bu temanın Amerikan ulusal kimliğinin bir parçası olduğunu iddia etmektedir. Nitekim, Amerika’ya ilk ulaşan beyaz kolonilerin ardından pek çok yerli, hem hastalıklar hem de katliamlar sebebiyle ölmüştür. Tüm bu yıkımların ardından bölgede ABD kurulmuştur (Boz & Takımcı, 2019). Amerikan sinemasındaki post-apokaliptik yapımların bir kısmında da ABD’nin kuruluşuna göndermeler yapılmış; Yarından Sonra, Walking Dead ve Falling Skies gibi yapımlarda “Biz de kurucu babalarımız gibi Amerika’yı yeniden inşa edeceğiz!” söylemlerine yer verilmiştir.

Bir sanat dalı olan sinemayı, bir bilim dalı olan psikoloji ile karşılaştırmak doğru gözükme de iki ayrı alan gibi görünmelerine rağmen birey davranışlarına odaklanma noktasında önemli bazı benzer özellikler gösterirler ve birbirlerinden beslenirler. Gençöz’e göre (2009) sinemanın hedefi bireylerin davranış ve alışkanlıklarını öznel yöntemlerle ve görsellik üzerinden anlatmak iken psikolojinin amacı bunları bilimsel yöntemlerle açıklamaktır. Pandemi sürecinin seyircide hangi içgüdüğü tetiklediği ve hangi duygu durumunun post-apokaliptik türündeki filmlere yönlendirdiği sorulduğunda Baysal, bu tür yapımların her dönem olduğunu ancak insanın felakete dair anksiyetesinin ve bununla ilgili oluşabilecek savunma mekanizmasının bu talebi tetikleyebileceğini belirtmektedir (S.U.B.; KG; 2022). Bireylerin felaket dönemlerinde uyanışa geçen hayatta kalma içgüdüğü, aynı şekilde post-apokaliptik yapımları izlerken de uyanmaktadır. Bu uyanışı ekran başından, konfor alanından yaşamak istemesi, duygu durumunu felakete hazırlamak için olabilir. İkinci bir ihtimal ise “kıyametin ön gösterimini” izledikçe daha kötüsü de olabilirdi diye düşünerek rahatlama sağlamak istemesi şeklinde yorumlanabilir. Öyle ya da böyle, kriz dönemlerinden sonra kıyamet sonrası türlerine olan ilginin arttığı yadsınamaz bir gerçektir. The Guardian yazarı John Self’e göre (2020) koronavirüs salgını distopik bir romanda yaşıyormuşuz hissiyatı uyandırmaktadır. Okuyucuların salgın temalı anlatılara yönelmesi ve içinde bulunduğumuz yeni dünyayı anlamlandırmaya çalışması sürpriz değildir (Atasoy, 2020). Öte yandan Balkaya bu fikrin tam tersinin de mümkün olabileceğini iddia etmektedir. “Distopik filmlerin birçoğu seyirciyi insanlığın sonuna hazırlar, bu anlamda kurgusalılıkta can bulan bu fantezi dünyası günümüz dünyasında fiziki bir anlamda gerçekleşmiştir. Sinema dünyası olarak yaratıcı süreçte bir nevi distopik fantezilerin gerçekliğine şahit olduk” diye belirtmiştir (C.B.; KG; 2022).

Bir sonraki adımda, kıyamet-sonrası anlatılarda “doğaya dönüş” hissiyatının işlendiği görülmektedir. Anlatılarda, dijital çağın imkanlarından kopan insanoğlu hayatta kalmak için şehirlerden uzaklardaki sığınaklara yerleşmektedir. İnsanların kendi suyunu taşıdığı, kendi gıdasını yetiştirdiği kabile düzenine geri döndüğü senaryolar, büyük şehirdeki izleyicinin doğaya dönüş özlemini, ona katarsis yaşatarak gidermektedir. Martin’e göre (2019) yapımcılar, filmlerdeki anlatılar aracılığıyla izleyicinin rahatlmasına yardımcı olabilmektedir. Ancak post-apokaliptik yapımların, felaket dönemlerinde fazlasıyla talep görmesinin ardında izleyiciyi aslında travmatize edebileceği gerçeğini de göz ardı etmemek gerekir. Bu noktada Kahyaoğlu önemli olanın doz olduğunu belirtmektedir. Sinemanın gerçekte bir afyon etkisi yarattığını, dolayısıyla fazla dozun izleyiciyi travmatize edebilirken doğru dozun izleyiciye katarsis yaşatabileceğini ifade etmektedir (A.B.K.; KG;2022).

Sonuç

Post-apokaliptik anlatı, yeryüzündeki insanlık büyük oranda yok olduğunda ve kurulu sosyal düzen bozulduğunda insanların kaosta hayatta kalarak nasıl yeni bir başlangıç kurduğunu ele almaktadır. Bu türdeki anlatılar 1900’lerden itibaren hep var olmakla birlikte bilhassa kriz dönemlerinde sayılarının daha da fazla arttığı gözlemlenmiştir. Post-apokaliptik akımlar 3 ayrı döneme ayrılmış; ilk dalga II. Dünya Savaşı sonrası, ikinci dalga 2000’lerde, 11 Eylül saldırıları, AIDS, SARS ve H1N1 salgınları ve iklim krizleri sonucu, üçüncü dalga ise 2020’lerde, Covid-19 dönemi salgın sonucunda ortaya çıkmış olarak

yorumlanmıştır. Witte'in belirttiği gibi (1941) bir dönemin anlatıları, muhakkak o dönemin sosyal, ekonomik ve siyasi olayları çerçevesinde şekillendirilir. 2022 yılı için bu anlatıları hem edebiyat hem de sinema olarak açabiliriz.

Özellikle son zamanlarda post-apokaliptik anlatılara olan ilginin hızla arttığı gözlemlenmiştir ve çalışmamızda bu artışa Covid-19 pandemisinin etkisi olup olmadığı Netflix örneği üzerinden araştırılmıştır. Örneklem olarak bilhassa Netflix'in seçilmesinin nedeni 2022 Şubat ayı itibarıyla globalde 222 milyon abonesi ile OTT piyasasında lider olmasıdır. Araştırmanın yapıldığı tarihte, Netflix Türkiye'de 51 adet post-apokaliptik yapım olduğu ortaya çıkmıştır. Covid-19 pandemisi başladığından beri Netflix'in yayımladığı Top 10 listeleri incelenmiş, her listede muhakkak bir ya da birkaç post-apokaliptik yapımın yer aldığı gözlemlenmiştir. Bilhassa 1995 yapımı *Outbreak* ve 2013 yapımı *Dünya Savaşı Z* gibi yeniden gösterime sokulan yapımların Netflix'te en popüler listesine girmesi göze çarpan bir talep olduğuna işaret etmektedir.

Bu noktada Netflix algoritmalarının hangi içeriklerin servis edileceğini; üyelerinin hangi türleri beğeneceğini düşündüğüne ve çoğunluğun talep ettiği özelliklere göre belirlediğinin altını çizmek gerekmektedir. Netflix'in algoritması, kişiselleştirme ve tüketim optimizasyonu arasındaki en efektif seviyede bir sıralama işlemi yapmaktadır. Popülerlik, ilgi, yenilik, çeşitlilik, kullanıcı derecelendirmeleri ve etkileşimleri, içerik meta dataları dahil tüm veriler bu algoritmanın bir parçasıdır. Böylelikle kullanıcıya hızlı tüketilen ve doyumsuzluk hissi veren, "fast-foodvâri" (Can & Tanyeri, 2021) içerikler sunmaktadır. Dolayısıyla bir yapım türünün Netflix'te ne sıklıkta yer aldığı, hangi talebin karşılandığına dair bize somut bir fikir vermektedir. Platform, özellikle toplumun ihtiyacı olan duyguya uygun yapımları yayına koymaktadır. Bireylerin özellikle felaket dönemlerinde post-apokaliptik türe yönelmesinin ardındaki belirli psikolojik güdüler incelendiğinde; felakete hazırlık, daha kötüsü olmadığı için katarsis yaşama, doğaya dönüş özlemini giderme veya benzer durumdakilerin yol haritasını öğrenme gibi amaçlarla kıyamet sonrası anlatılara yöneldiği varsayılmaktadır.

Post-apokaliptik kurguların arz talep durumunun olağanüstü zamanlardaki görünümüne tespitine yönelik çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı ümit edilmektedir. Çalışma sonunda bir öneri olarak ileride yapılacak benzer çalışmalarda, disiplinlerarası bir yaklaşımla hangi izleyici kitlesinin hangi tür yapımları, hangi psikolojik veya sosyal sebeplerle talep ettiğinin araştırılması öngörülebilir.

Kaynakça

- Al-Aghberi, M. A. (2021). Pandemic apocalypse in between dystopias: Observations from post-apocalyptic novels. *angles. New Perspectives on the Anglophone World*, (12).
- Amatriain, X. (2013). Big & personal: data and models behind netflix recommendations. international workshop on big data, streams and heterogeneous source Mining: Algorithms, systems, Programming Models and Applications, pp. 1-6.
- Andrews, Travis M. (19.03.2020). "Sure, binge 'Contagion' and other pandemic movies right now. But their creators urge you to watch with caution." *Washington Post*.
- Atasoy, E. (2020). Spekülatif kurguda salgın teması. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 60(2), 672-685.
- Aydın, Ş. O. (2019). Yeni izleme biçimleri ve Netflix içerikleri: Ritzer'in McDonalddlaşma tezi ekseninde bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 12(63).
- Berg, B. L. & Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Çev. H. Aydın. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boz, M. & Takımcı, D. (2019). Amerikan post-apokaliptik bilimkurgu sinemasında kıyamet ideolojisi (1924-2000). *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31): 377-403.
- Can, E. N. & Tanyeri Mazıcı, E. (2021). Postmodern tüketim ve dijital ortama yansımaları: Netflix üzerine bir değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 14(2): 832-858.

- Combs, J. (1993). 'Pox-eclipse now: The dystopian imagination in contemporary popular movies'. C. Sharrett (ed), *Crisis cinema: The apocalyptic idea in postmodern narrative film içinde* (110-135 ss.). Washington, D.C.: Maisonneuve Press.
- Delioitte. (2021). Digital Media Trends. 15th Edition.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1998). *The lanscape of qualitative research: Theories and issues*. Thousand Oaks: Sage.
- Eaton, L. (2010). Post-apocalyptic Narratives. *Encyclopedia of Comic Books and Graphic Novels*, Vol. 1 A-L. *Gadgets* 360, (2022, 21.01). Netflix Adds 8.3 Million users Worldwide. <https://gadgets.ndtv.com/entertainment/news/netflix-q4-2021-earnings-report-subscriber-growth-low-8-3-million-users-october-december-squid-game-ozark-2720942>
- Gençöz, F. (2009). Sinema ve psikoloji. *E-Sekans Dergisi*, 1: 16-22.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve teknoloji: Uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Harris, E. A. (2016). The Post-Apocalyptic Film Genre in American Culture: 1968–2013 (Doctoral dissertation, Department of History of Art and Film).
- Hastings, R. (2018, 4). Netflix' eğlence sektörünü nasıl değiştirdi ve nereye gidiyor? (C. Anderson, Röportaj Yapan) 27.01.2022 tarihinde https://www.ted.com/talks/reed_hastings_how_netflix_changed_entertainment_and_where_it_s_headed?language=tr adresinden alındı
- Hastings, R. (2020, 9). Netflix'in başarısının 3 sırrı (C. Anderson, Röportaj Yapan) 27.01.2022 tarihinde https://www.ted.com/talks/reed_hastings_3_secrets_to_netflix_s_success adresinden alındı
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15): 170-189.
- Küçük, B. (2015). *Televizyon izleme pratiklerindeki dönüşüm: Türkiye'de IPTV ve Tivibu örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi (İstanbul Ticaret Üniversitesi).
- Lisboa, M. M. (2011). *The end of the world: Apocalypse and its aftermath in western culture*. Cambridge: Open Book Publishers.
- Martin, G. N. (2019). (Why) do you like scary movies? A review of the empirical research on psychological responses to horror films. *Frontiers in Psychology*, 10: 2298.
- Merriam, S. B. (1988). *Case study research in education: A qualitative approach*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Moon, H. (2014). *The Post-Apocalyptic Turn: a Study of Contemporary Apocalyptic and Post-Apocalyptic Narrative*. University of Wisconsin-Milwaukee. Theses and Dissertations 615.
- Netflix. (2022, 11.02). Netflix hakkında. 11.02.2022 tarihinde <https://about.netflix.com/tr> adresinden alındı
- Pantzalis, J. (2001). The semiotics of consumption in post-apocalyptic movies. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, (4): 23-27.
- Self, J. (2020, 19.04) Why people are returning to pandemic fiction to help process the Covid 19 crisis.
- Van Buskirk, E. (2009, 21.09) Bellkor's pragmatic kaos wins \$1 million Netflix prize by mere minutes.
- Wach, E. (2013). Learning about qualitative document analysis.
- Warshow, R. (1971). *The Immediate Experience*. New York, Antheneum.
- Witte, W. (1941). *The sociological approach to literature*. The Modern Language Review 36.1
- Yin, R. K. (1994). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks: Sage
- Yurdakul, Ş. (2019). Kültür endüstrilerinin yaratılmasında dijital medyanın rolü. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (14): 44-56.
- Görüşmeler:**
- A.B.K.; KG; Aybars Bora Kahyaoğlu, kişisel görüşme, 02.02.2022 tarihinde yapıldı.
- C.B.; KG; Canol Balkaya, kişisel görüşme, 12.02.2022 tarihinde yapıldı.
- S.U.B.; KG; Psikiyatrist Uzm. Dr. Sevda Uyar Baysal, Kişisel görüşme, 05.02.2022 tarihinde yapıldı.