



Youtube’da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği¹

Documentary Cinema on Youtube: The Case of Coşkun Aral

Göktuğ Sezgin^a
Aytekin Can^b

^a Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.
goktugsezgin1@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6217-3992

^b Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.
aytekcان@selcuk.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7620-3766

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 26.10.2024

Düzeltilme tarihi: 15.11.2024

Kabul tarihi: 27.12.2024

Anahtar Kelimeler:

Yeni medya,

YouTube,

Belgesel,

Coşkun Aral.

ÖZ

Gelişen teknoloji etkisini, medya araçları üzerinde göstermektedir. Yaygın olarak kullanılmasına rağmen sinema, televizyon, gazete, dergi ve radyo gelişen teknolojinin getirdiği yeni özellikleri barındıramamaları sebebiyle “geleneksel” olarak sınıflandırılmaktadır. Özellikle web 2.0 teknolojisinin gelişmesi, internet tabanlı araçların yeni olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Yeni olarak adlandırılan medya araçlarının en başında ise sosyal medya gelmektedir. Hızlı bir tüketim algısı yaratan sosyal medyanın en büyük video paylaşım ağlarından birisi ise YouTube’dur. Bu çalışmanın amacı gazeteci, foto muhabiri ve belgesel yapımcısı Coşkun Aral’ın YouTube platformu üzerinden çektiği belgesellerini yayınladığı “Coşkun Aral Anlatıyor” isimli kanalın izlenirliğini, etkileşimini incelemek ve bu etkileşimin olumlu ve olumsuz yanlarını YouTube platformunun özellikleri ve kitlesi göz önüne alınarak ortaya koymaktır. Bu araştırma nitel araştırma yöntemi ve olgubilim desenine göre planlanmıştır. Olgubilim, yaşanmış deneyimi değerlendirmeye odaklanan bir yöntemdir. Olgubilim, olgunun altında yatan ortak anlamları keşfetmek için bireylerin deneyimlerini açıklamaya çalışır. Olgubilimde, olguyu yaşayan kişilerin olgu ile arasında bağlantı olduğu vurgulanmaktadır. Bu araştırma yönteminde bireylerin deneyimlerini yorumlamak için söz konusu deneyimler ödünç alınmaktadır. Bu sayede bireyler tarafından deneyimlenen tüm olgular açıklanabilmektedir (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58). Genç kesimin sosyal medyayı daha fazla kullanması araştırmanın varsayımını oluşturur. Çalışmanın sonucunda Coşkun Aral ve ekibinin kendi çizgileri dahilinde kemik kitlesi için yayımlar yaptığı görülmektedir. Coşkun Aral, daha fazla izlenme elde edecek olsa bile “ahlaki” değerleri doğrultusunda yayımlar yapmaktadır. Çalışmada ulaşılan bir diğer sonuç ise YouTube üzerinden yayımlanan belgesel içerikli yapımların daha çok izleyiciye ulaşması için popüler kültürü ve gündemi takip etmeleri ve oluşturdukları içeriklerin konularını bu yönde seçmeleri gerektiğidir.

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 26.10.2024

Received in revised form: 15.11.2024

Accepted: 27.12.2024

Keywords:

New media,

YouTube,

Documentary,

Coşkun Aral.

ABSTRACT

Developing technology shows its influence on media tools. Although widely used, cinema, television, newspapers, magazines and radio are classified as “traditional” due to their inability to accommodate the new features brought by developing technology. In particular, the development of web 2.0 technology has caused internet-based tools to be called new. At the beginning of the so-called new media tools, social media comes first. One of the biggest video sharing networks of social media that creates a fast consumption perception is YouTube. The aim of this study is to examine the impressiveness and interaction of the channel named “Coşkun Aral is Telling”, where journalist, photojournalist and documentary filmmaker Coşkun Aral publishes his documentaries made via the YouTube platform, and to reveal the positive and negative sides of this interaction by taking into

¹ Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından 2024 yılında yayımlanan *Youtube’da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği* adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* DOI: 10.46442/intjcss.1556364

** Sorumlu yazar: Göktuğ Sezgin, goktugsezgin1@gmail.com

account the features and audience of the YouTube platform. This research has been planned according to the qualitative research method and the phenomenological design. Phenomenology is a method that focuses on evaluating lived experience. Phenomenology tries to explain the experiences of individuals in order to discover the common meanings underlying the phenomenon. In Decontamination, it is emphasized that there is a connection between the people who experience the phenomenon and the phenomenon. In this research method, the experiences in question are borrowed to interpret the experiences of individuals. In this way, all the facts experienced by individuals can be explained (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58). The assumption of the research is that young people use social media more. As a result of the study, it is seen that Coşkun Aral and his team have made publications for bone mass within their own lines. Coşkun Aral broadcasts in accordance with his “moral” values, even if he will get more views. Another conclusion reached in the study is that in order for documentary productions broadcast via YouTube to reach more viewers, they should follow popular culture and the agenda and choose the topics of the content they create in this direction.

Atıf Bilgisi / Reference Information

Göktuğ, S., Can, A. (2024). Youtube’da Belgesel Sinema: Coşkun Aral Örneği, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)* 10 (2), s.83-99.

GİRİŞ

Ulaştığı kitleleri analiz edemeyen ve kitleleri tüketici konumunda tutan tek yönlü iletişim araçlarının bütünü geleneksel medya aracı olarak ele alınmaktadır. Gelişen teknolojiyle evrilen, yeni medya araçları ise birtakım kitle iletişim araçlarını “geleneksel” medya aracı haline getirir. Geleneksel medya tek yönlüdür. Yeni medyanın en etkin aracı olan sosyal medya web 2.0 tabanlı bir iletişim ağıdır. Sosyal medya internet kullanıcılarına çok çeşitli imkanlar sağlayan, kullanıcıların bu imkanlarla bilgi edinmelerine, eğlenmelerine olanak tanıyan bir yapıya hakimdir. Sosyal medyayı geleneksel medyadan farklı kılan en önemli özelliklerden birisi sosyal medyanın araçlarının kitleler ile etkileşim içerisinde olmasıdır. Sosyal medya tek yönlü değildir. Bu yüzden tek yönlü olmayan sosyal medyada kullanıcıları aynı zamanda içerik üreticisi durumundadır. Sosyal medyanın en büyük video depolama alanı olan YouTube, kullanıcılarına içerik üretici olma fırsatı sunarken kitesini her geçen gün geliştirmektedir. Bu bağlamda yeterli sayıda izleyiciye ulaşmak için belgeseller YouTube üzerinden yayınlanmaktadır. Platformda içeriklerin izlenilirliliğini arttırmak için çeşitli yollara da başvurulduğu görülmektedir.

Belgesel sinema, anlatmak istediği gerçeği sanatsal kaygıları ön planda tutarak izleyicisine aktaran bir türdür. Belgeseller, insan duygularının ağırlıkta olmadığı ve eğlenceden uzak bir türdür. Belgesel kavramı özellikle film literatüründe haber filmlerinden özel televizyon yapımlarına kadar uygulanan yapımları kapsar. Belgesel kavramı, film tarihçilerinin, yönetmenlerin ve eleştirmenlerin çabasıyla ortaya çıkmıştır. Belge kelimesinden türeyen belgeselin kelime anlamı kanıt demektir. Belge sözcüğü ilk defa 15. Yüzyılda kullanılmıştır. 18. Yüzyılda ise resmi evraklar dahil olmak üzere kelimenin kullanımı yaygınlaşmıştır. Belgesel sözcüğünde film ifadesinin yer alması daha sonradan ortaya çıkar. Birdenbire bir üretim biçimi olarak ortaya çıkmayan belgesel filmler diğer türlere göre kurgusal olmayan yapımları ifade eder. Belgesel kavramı, belge niteliği taşıyan yapımları da kapsar. Belgesel sinemada estetik kaygılar daima ön planda yer alır (Çöm, 2019: 33-38).

Belgesel sinemanın amacı gerçeği olduğu gibi saptamasıdır. Belgesel yönetmeni gerçeğe kendi yorumunu katar. Bu yorum sonucunda estetik değerlerin ön planda olduğu yapımlar kayda alınır. Belgeselci gerçeği etik ve estetik soyutlama ve yorumlama ile yeniden kurar. Gerçeği yeniden üretirken yaşamı estetik hale getiren belgeseller izleyicisinde merak uyandırarak izleyicisini düşünmeye sevk eder. Belgeseller birey ve toplumların kendilerini gözden geçirmesine zemin oluşturur. Belgesel sinemanın işlevi sıradan olanın olağanüstülüğüne dikkat çekmektir. Yaşamı bir bütün olarak algılamamızı amaçlayan belgeseller



izleyicilerinin yaşama eleştirel bir açıdan bakmasını ister. Belgeseller farklılıkların içinden ötekini anlama ve başkasına kendini anlatma çabası olarak algılanabilir (Susam, 2015: 131).

Bir filmin, nesnel görüntülerin estetik açıdan güzel olması tek başına belgesel niteliği taşıdığı anlamına gelmez. Belgesel filmlerin yönetmeni kendi tarzı ve yorumuyla harmanladığı gerçeği izleyiciye aktarmakla sorumludur. Belgesel sinemanın doğuşu yeterince kavramsallaştırılmamış ve keşfedilememiştir. Pek çok kaynak belgeselin Lumière Kardeşlerin kısa filmiyle başladığını ancak üslubun yalnızca 1922 yılında çektiği *Flaherty Kuzeyli Nanook (Nanook Of The North)* filmiyle ortaya çıktığını varsayar (Musser, 2021: 243).

Gazeteci ve savaş muhabiri olan Coşkun Aral, yaptığı çalışmalarıyla belgesel sinema adına öne çıkan isimlerden olmuştur. 1 Mayıs 1956'da Siirt'te doğan Coşkun Aral, liseyi İstanbul'da okur. Coşkun Aral, gazeteciliğe 1974 yılında adım atar. Gün ve Günaydın gazetelerinde foto muhabirliği yapan Aral, 1 Mayıs 1977'de Taksim'de yaşanan olaylarda çektiği fotoğraflarla adını dünya basınında duyurur. Çektiği fotoğrafları Time ve Newsweek dergilerinde yer bulan Aral, Sipa Press'in Türkiye muhabirliği üstlenir. Aynı yıllarda serbest muhabirlik alanında da ilerleyen Aral, Polonya'da ünlü Gdańsk Grevi, İran-İrak Savaşı'ndaki çalışmaları, Lübnan, Çad ve Uzak Doğu'da yaşanan savaşları fotoğraflayarak adından söz ettirir. Coşkun Aral, 14 Ekim 1980 tarihinde Münih-İstanbul-Ankara seferi sırasında kaçırılan Türk Hava Yolları uçağında, uçağı kaçıran korsanlarla röportaj gerçekleştirir. Bu röportaj hava korsanları ile canlı yapılan ilk ve tek röportajdır. 1985 yılında Filipinler'de çektiği görüntüleri Mehmet Ali Birand'ın 32. Gün programına servis eden Aral böylelikle televizyon sektörüne ilk adımını atar. Savaş Ay ile kısa bir süre A Takımı'nda aynı ekipte yer alan Aral 1994 yılında yazdığı Haberci programını 1995 yılında ATV'de yayımlar. Türkiye'nin ilk tematik 90 televizyon kanalı İz TV'nin kurucusu olan Aral, kanala kayyum atanmasının ardından Habitat TV'yi kurar. Günümüzde bağımsız belgeseller çekmeye devam eden Coşkun Aral, yakın tarihte çektiği belgeselleri YouTube üzerinden "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalında yayınlamaktadır (Coşkun Aral ile kişisel görüşme: 19.06.2023).

Çalışmanın amacını belgesel yapımların YouTube üzerinde oluşturduğu etkileşimin araştırılması oluşturmaktadır. "Coşkun Aral Anlatıyor" isimli YouTube kanalının etkileşim durumu ele alınmıştır. Makale, belgesel sinema anlayışının YouTube üzerinden nasıl bir izlenime sahip olduğunu belirlemek açısından önemlidir. Belgesel sinemanın "Coşkun Aral Anlatıyor" adlı YouTube kanalı üzerinden değerlendirilmesi çalışmanın sınırlılığını oluşturur. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem ile Coşkun Aral ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

1. Geleneksel Medya ve Yeni Medya

Geleneksel medyanın en önemli araçları gazete, radyo, sinema ve televizyondur. Bu araçlar günümüzde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel medya araçları olarak sınıflandırılmaktadırlar. Yeni medyanın en etkin alt dalı olan sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli fark sosyal medyada kullanıcıların katılım sağlamasıdır. Sosyal medya kaynak ve alıcı arasındaki iletişim sürecini etkiler. Geleneksel medyada kaynak alıcının tepkisini ölçemez bu yüzden alıcı pasif durumdadır. Sosyal medya ile alıcı aktif hale gelmiştir ve burada kullanıcılar yer ve zamandan bağımsız istedikleri içeriği paylaşmaktadır. Bu olanak sayesinde sosyal medya kullanıcıları geleneksel medyaya kıyasla kitlelere daha kolay ulaşır (Özpinar, 2016: 32-38).

Günümüzde medya olarak anılan kitle iletişim araçları kamuoyunda kabul gördüğü şekliyle yazılı, sözlü ve görüntülü basını tanımlamaktadır. Geleneksel medya, şirketlerin tüketicileri satın almaya ikna



etmek için kullanılan, pazarlama dünyasındaki iletişim biçimleriyle reklamcılığın köklerini oluşturan ve tek yönlü bilgi akışı sunan medyaları ifade eder (Karaca Özcan, 2022: 41).

Geleneksel medya araçları kitlesel ve bireysel iletişime olanak sağlayan, internet öncesi dönemde var olan ve hala varlığını sürdüren kitle iletişim araçlarıdır. Söz konusu araçlar internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel medya araçları olarak sınıflandırılmaktadırlar. Bu araçları kendi bünyesinde kapsayan geleneksel medya belirli bir kesime değil aynı anda herkese ulaşabilecek şekilde yayın yapar (Kurt, 2022: 188).

Geleneksel medya monolog üzerine kuruludur ve iletinin ulaştığı kişiler bilinmez. Tek yönlü bir iletişim sürdüren geleneksel medyada birey sadece tüketicidir. Medya içeriği üretkenler kitleler üzerinde değişiklik yapamaz (Can, 2019: 22).

Geleneksel medyada üç temel yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlar egemen (ana akım) yaklaşım, eleştirel yaklaşım ve liberal yaklaşım şeklinde sınıflandırılabilir. Egemen yaklaşımda amaç geleneksel medya araçlarıyla kitlelerin davranışlarının değiştirilmesidir. Eleştirel yaklaşım ise egemen sınıfın ideolojisini meşrulaştırmak için kullanılan geleneksel medyaya karşı olarak gelişmiştir (Polat, 2018: 50).

Liberal yaklaşım ise medyanın izleyicileri yönlendirmek gibi bir gücü olmadığını ve medya kontrolünün bireylerde olduğu görüşünü savunur. Liberal yaklaşımda “insanlar medya ile ne yapıyor?” sorusuna cevap aranır (Durmuş, 2020: 220-221).

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni medya, kullanıcılarının interaktif etkileşimde bulunmasını sağlayarak hedef kitle ile etkileşimi mevcut kılar. Bilginin taşındığı sanal ortam güncellenen teknolojinin de etkisiyle “yeni” olarak adlandırılmaktadır (Bulunmaz, 2014: 25- 26).

Yaşadığımız dönemde günlük hayatın değişmez bir parçası olan yeni medya internet teknolojilerinin de tamamını kapsayan geniş bir platformdur. Bir dizi yeni iletişim ortamı olarak tanımlanan yeni medya kavramı yer ve zaman sınırlaması olmadan içeriklerini kullanıcılarına ulaştıran yazılı, görsel ve sözlü medyanın özelliklerini de taşır. Yeni medya, edilgen kitleleri ortadan kaldırır. Yeni medya araçları kitleleri aktif hale getirerek iletişim sürecindeki geri dönüt aşamasını kısa süreye indirgemeyerek daha hızlı bir kullanımı ortaya çıkartır (Yüksel, 2022: 69).

Yeni medya kavramının ortaya çıkışıyla radyo, televizyon, gazete, sinema gibi kitle iletişim araçları geleneksel olarak nitelendirilir. Yeni medya ise kendisine alternatif bir teknoloji bulunana kadar yeni olarak anılmaya devam edecektir. Teknolojinin kitleler üzerindeki etkisini artırması sonucu 2000’li yıllar yeni medya dönemi olarak nitelendirilir. Sağladığı otomasyon özelliği ile kullanıcılarına daha az çaba ile işlerini halletme imkânı sunan yeni medya geleneksel medyaya göre daha pratiktir. (Babacan, 2021: 7-9).

2. Sosyal Medya ve Web 2.0

İnternet, çeşitli iletişim tekniklerinin kullanıldığı bir iletişim ağıdır. Bu teknikler arasında, yazılı, sesli ve görüntülü bir şekilde etkileşimli iletişimin sağlanması, depolama ve ticari fırsatlar yaratma gibi unsurlar yer alır (Aziz, 2008: 72-73).

Sosyal medya, yeni medyanın bir alt dalıdır. Diğer yeni medya araçları farklı web tabanlarını kullanabilirken sosyal medya web 2.0 tabanını kullanmaktadır. Kullanıcı kontrolündeki sosyal medya bireylere içerik üretebilme, ürettikleri içerikler için yorum yapabilme ve bu içerikleri paylaşabilmelerine imkân veren internet tabanlı bir uygulamalar ağıdır (Gazali Demirtaş, 2019: 85- 86).



Sosyal medya toplumsal yaşamın önemli olgularından birisi haline gelmiştir. Bireylerin aktif anlamda olmasa da sosyalleşmesini sağlayarak dünyada meydana gelen gelişmelerden haberdar olunmasına fırsat verir. Sosyal medya, iletişim görevi dışında oyun, bilgi edinme gibi ihtiyaçların da karşılanmasını sağlar (Oyman, 2016: 126-127).

İnternetin kökeni 1962 yılında temeli atılan ve ilk resmi bağlantısı 1969 yılında gerçekleşen Amerikan Askeri Projesi olan ARPANET'e (Advanced Research Projects Authority Net) dayanır. ARPANET projesi, 1989'da Amerikan hükümeti tarafından finanse edilmesiyle beraber durdurulur. Aynı sene CERN'de (Avrupa Nükleer Anlaşma Merkezi) World Wide Web'in (www/Web) geliştirilir. 1990'lı yılların başında ticari kullanıma açılan ağ 1991'den itibaren sivil yaşamda etkin şekilde rol alır. 1994 yılında yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda internet teknolojisi üç evreden geçer. Bu evreler kısaca Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0'dır. 1995-2004 arasında web sayfalarının düzenlenmesi uzmanların kontrolünde manuel olarak gerçekleşir. Burada tek yönlü bir iletişim hakimdir. 2004 yılı ve sonrasında web 2.0 teknolojisi gelişir. Bu durum sonucunda kullanıcılarında müdahil olduğu ikinci nesil internet olan web 2.0 hizmete girer. Böylelikle internet kullanıcıları pasif konumdan çıkar ve internet tüm dünyada yaygınlaşmaya başlar. Amacı bireylerin bilgi oluşturmaya olanak sağlayan Web 1.0'in bağlantı yapısı çok zayıftır. Gelişen teknolojide kullanıcıların içerik oluşturulması web 2.0'ı ortaya çıkartır. Web 2.0 ile kullanıcılar bir web sitesini okumakla kalmaz, siteye aktif katılım sağlarlar. Sosyal medyayı etkin kılan Web 2.0'ın başlıca özellikleri arasında sosyal ağ siteleri gelmektedir. (Topçu, 2020: 46-55)

3. Sosyal Medya Aracı Olarak YouTube

İçerik Paylaşım Ağı Olarak YouTube, kullanıcılarının video paylaşmasına imkân sağlayan en geniş sosyal medya aracıdır. Profesyonel ya da amatör çekimlerin paylaşımına imkân tanıyan uygulama internet aleminin video deposu olarak görülebilir. YouTube kullanıcıları platforma yükledikleri videolarını belirli kurallar dahilinde yayımlarlar ve bu içeriklerin izlenme oranına göre para kazanmaktadırlar. Bu işi meslek haline getiren kişilerse "Youtuber" olarak adlandırılmaktadır. Uygulama kullanıcılarına kendi yayınlarını yapmasına ve yeni kültürlerin ve yaşam tarzlarının tanıtılmasına olanak sağlar (Duran, 2019: 204).

2005 yılında PayPal şirketinin üç eski çalışanı Jawed Karim, Steve Chen ve Chad Harley tarafından bir akşam yemeği sırasında video paylaşma sitesi sorununu 46 tartışmalarından hareketle kurulan platform günümüzdeki en popüler video paylaşım sitesidir (Çakır, 2021: 46).

Kullanıcılarının ham çektikleri veya düzenlemiş oldukları videoların paylaşımına olanak tanıyan YouTube, profesyonel filmleri, müzikleri ve videoları da içerisinde barındırır. İşitsel ve görsel anlamda evrensel bir içerik paylaşım sitesi olan YouTube bir video paylaşım ağı olmasının yanı sıra kullanıcılarının da video içeriği oluşturmalarını sağlar (Altun, 2019: 15-16).

YouTube'un ilk olarak "Your Dijital Video Repository" (Dijital Video Deponuz) sloganını kullanır. Zamanla daha fazla kullanıcıya ulaşınca sloganını "Kendini Yayınla" anlamına gelen "Broadcast Yourself" olarak değiştirir. YouTube internet üzerinde ilk video yükleme ve izleme sitesi değildir. "Pixsy" isimli bir video ve ses araştırma şirketinin başında olan Chase Norlin, 1997 yılında "shareyourself.com" isimli siteyi kurmuştur. Bu site kullanıcılarına video yükleme ve videolarla beraber çeşitli dosyaları paylaşma imkânı sunmuştur ancak YouTube'un ulaştığı kitlelere ulaşamamıştır (Atatunç, 2019: 51-52).

YouTube "Televizyon Sen" veya "Sen Televizyonsun" anlamına gelerek bireylere çevrimiçi televizyon kurma olasılığını hatırlatır. YouTube, Google'ın en çok kar ettiği iştiraklerin başında gelir. Google'ın YouTube'u alarak desteklemesi uygulamanın dünyanın en çok kullanılan video izleme sitesini haline gelmesine olanak tanımıştır (Özgün Kehya, 2018: 44).



YouTube, değerlerinin tanımlandığı dört temel özgürlüğü ifade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü, fırsat özgürlüğü ve aidiyet özgürlüğü olarak sıralamaktadır. Bu dört temel özgürlüğü sağladığını iddia eden YouTube'un kendi kuralları çerçevesinde bazı içerikleri sansürleyebildiği ya da kaldırdığı da unutulmamalıdır. Yapılan yayınların herkese açık olması YouTube'un bilgi edinme özgürlüğünü de çoğunluk açısından sağlamaktadır. Bu durum fırsat özgürlüğünü beraberinde getirmiş gibi gözükse de internet altyapısı kısıtlı olan ya da platformun yasak olduğu ülkelerde bu özgürlükten bahsedilemez (Çelik, 2018: 86).

YouTube'unun kurucularından Chad Harley ve Steve Chen ilk YouTube'un kurulduğu ilk yıllarda reklam verenlerin baskılarına rağmen video öncesi reklama karşı çıkmışlardır. Bu isteğin altında YouTube'un reklam aldığı diğer büyük medya kuruluşlarının internet sitelerinden farkının kalmayacağı düşüncesi yatmaktadır (Erikson ve Wasko, 2020: 131).

Hayatın her alanına giren sosyal medya yeni nesil meslek gruplarını ortaya çıkarmıştır. YouTube kullanıcılarına sosyal medya üzerinden video ekleme, diğer kullanıcılara ait içerikleri izleme ve bu içeriklerle etkileşim kurma imkânı sunar. Bu etkileşim içerikleri beğenmek, paylaşmak ve içeriklere yorum yapmaktan ibarettir. Uygulamanın en önemli özelliği kullanıcılarına kendi içeriklerini yönetmesine izin veriyor olmasıdır. 2006 yılında Türkiye'de ilk YouTube kanalları açılır. Uygulama üzerinden herhangi bir ücret ödmeden yalnızca kendi kanallarını açarak video paylaşımı yapan kişiler, YouTuber kavramının ortaya çıkmasını sağlar. YouTuberlar YouTube'da düzenli içerik üretip ürettikleri içeriklerle kendi kitlesini oluşturan kişilerdir. YouTuber, açtıkları kanallarla konu fark etmeksizin ürettikleri videoları diğer kullanıcılarla paylaşarak içerik üretirler. YouTuberların ortak özellikleri izleyiciyle yüz yüze konuşuyormuşçasına samimi videoları kayda almalarıdır (Demirci, 2019: 26).

Sanal girişimci olarak tanımlanan YouTuberların bazıları rakiplerinden sıyrılarak öne çıkmaktadır. Bazı YouTuberlar kendi markalarını oluştururken bazıları da popüleritesini sinemaya kadar taşıyarak kazanç elde etmişlerdir. Kitleleriyle etkileşim kurmak için büyük çaba gösteren YouTube kullanıcılarının kitlelere ulaşabildikleri etkili yöntem dilin kullanımınıdır. YouTuberlar geleneksel medyadaki yıldızlar gibi hayran kitlesine sahip olmaktadır. Onlara duyulan bu ilgi YouTube'dan yüksek gelir elde etme şansını verir. Türkiye'nin yarısından fazlasının aktif olarak YouTube kullandıkları görülmektedir. YouTube'un bireylerin görünme ve gözetleme arzusuna en güçlü şekilde izin veren sosyal ağlardan birisi olması uygulamanın popüler olmasındaki en büyük etmenlerden birisidir (Sarı, 2018: 277-286).

İlk kez kullanıcılarına yükledikleri içerikle kendilerini var etme imkânı sunan YouTube video paylaşımında yeni bir çığır açmıştır. YouTube kullanıcılarına diğer sitelerden, cep telefonlarından ve bloglardan ulaşmasına imkân verir. Her ne kadar video paylaşım platformu olarak kurulsun da YouTube ilk yıllarında sanal yetenek sitesi olarak kullanılır ve bu şekilde popülerliğini artırır (İç, 2017: 65-67).

Her yaşta kullanıcıya hitap ederek kendi içerisine çeken YouTube, kaynağın alıcı, alıcının ise kaynak olmasını sağlayan bir etkileşime sahiptir. Popüler video paylaşım sitesi niteliğinde olan ve her geçen gün kullanıcı sayısını arttıran uygulamanın özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Kırık ve Altun, 2018: 168);

1. YouTube kullanıcılar arasında etkileşimi ve haberleşmeyi mümkün kılar.
2. Kullanıcıların kendi yayınlarını yapmasına imkân verir.
3. Yeni kültürlerin ve yaşam tarzlarının tanıtılmasına olanak sağlar.
4. YouTube'a yüklenen her videonun tüm dünyayla paylaşılmasına olanak tanır.
5. Kullanıcılar için ilgi alanlarına uygun videolar bulunmasını sağlar.



6. Akademik ve eğitsel ihtiyaçların karşılanmasını mümkün kılar.
7. Bireylerin boş zamanlarını eğlenceli şekilde değerlendirilmesini sağlar.
8. Kullanıcıların paylaştıkları videolara görüş düşünce ve yorumlarını sunar. Böylelikle fikir aktarımını güçlendirerek tartışma ortamı oluşturur.

YouTube’da bir videonun izleme süresi ortalama 3 dakika 9 saniye olarak ifade edilmektedir. Bu verilere göre YouTube kullanıcıları videoların ortalama %30’unu izlemektedir. YouTube’da videoların izlendiği süre “Watch Time” (izlenme süresi) olarak adlandırılır. “Platformda 2 dakikalık bir videonun 1000 defa izlenmesi, videoyu yükleyen içerik üreticisinin söz konusu videosunun tamamı izlenmiş olsa da bu veri video sahibine 2000 dakikalık izlenme süresi kazandırır. Örneğin 15 dakikalık bir video 500 kere izlenilirse ve videonun ortalama %30 izlendiği varsayılırsa video sahibi 2250 dakikalık bir izlenme süresi kazanmış olur (Ergün Özdel, 2019: 5).

Aralık 2021 itibariyle YouTube’daki en popüler video, Pinkfong Kids adlı kanala ait “Baby Shark Dance” (Bebek Köpekbalığı Dansı) videosudur. Video 11 Şubat 2021’den bu yana en çok izlenen YouTube videosu olmuştur. Videonun izlenme sayısı Eylül 2023 itibarıyla 13 Milyarı geçmiş durumdadır (Statista.com).

YouTube’da öğrenci üyeliği için seçilmiş ülkelerdeki üniversitelerde öğrenci olma şartı vardır, lise ya da daha alt sınıf öğrenciler bu özellikten faydalanamaz. YouTube öğrenci uygunluğunu üçüncü bir doğrulama ile kesinleştirerek aktif eder. Öğrenci üyeliklerinden en fazla 4 yıl yararlanılabilmektedir. YouTube kullanıcılarına aylık ücret dahilinde abonelik hizmeti sağladığı gibi ön ödemeli planlar üzerinden de hizmet sunar. Kullanıcılar bir yıllık ücreti %15 indirimle peşin vererek ön ödemeli şekilde YouTube Premium hizmetinden faydalanabilirler. Platform sadece bireysel kullanım paketinde ön ödeme imkanını sağlar. YouTube’un kullanıcılarına sağladığı aylık ücretlendirmeler zaman içerisinde değişebilmektedir. Ön ödeme ile YouTube Premium kullanıcısı olan bireyler bu değişimden etkilenmez. Uygulama Premium üye olunduktan sonra (ön ödeme dışında) her ay otomatik olarak üyelik ücreti kesilir ve kullanıcılar istedikleri zaman üyeliklerini sonlandırabilmektedir. YouTube Müzik milyonlarca şarkıyı arşivinde bulundurur. Uygulama kullanıcılarına özel mixler (karışımlar) sunar. YouTube Müzik ayrıca kullanıcıların dinledikleri şarkıları baz alarak benzer şarkıları kullanıcılarına önerir. Platform, ruh hallerine uygun şarkı listeleri bulundurur. YouTube Müzik, dünyadaki liste başı şarkılara erişim imkânı tanır. YouTube Müzik de tıpkı YouTube Premium gibi arka planda, reklamsız ve çevrimdışı hizmet vermektedir (YouTube.com).

4. Belgesel Sinema

Latin ve Fransız kökenli eğitmek-uyarmak ya da kanıt anlamlı belge kelimesinden türeyen belgesel sözcüğü kullanım amacıyla çok istismar edilmektedir. Çünkü belgesel kavramı özel yapımlardan haber filmlerine kadar geniş bir alanda kullanılmaktadır. Belgeseller özünü gerçeklikten alır, güncel olayları haber bültenlerinden biraz daha fazla ayrıntıya girerek gösterir. Belgesel teknik olarak sadece stüdyoda konuşulanı bünyesinde barındırmaz, farklı mekanlardan da faydalanır (Can, 2020: 22-24).

Kurgusal olmayan (nonfiction) yapımlar belgesel filmler olarak ele alınmaktadır. Belgesel filmlerin konularının anında görüntülenip tespit edilmesiyle ortaya çıkması mümkündür. Belgesellerde ele alınan olaylar eğlenceye oranla daha fazla ön planda yer almaktadır. (Cereci, 1997: 20-21).

Belgesel film yaşadığı çağın ve toplumun sorunlarını inceler. Belgeseller, incelediği sorunları kendi bakış açısıyla özümseyen yönetmenin ifade aracıdır. Doğal mekanlarda gerçek hikayelerin anlatılmasının esas olduğu belgesellerde bir sorunu ve o sorunun nedenini yansıtmak asıl nedendir. Bu sorun yansıtılırken nesnellik en temel ilkedir. Buna rağmen çekilen belgesel film yönetmenin hayata bakış açısı ve

tecrübelerine göre biçimlenir. Yönetmenin anlayışına göre biçimlenen belgesel sinemanın bütününe estetik kaygı da yansımalıdır (Gider, 2014: 136)

Suha Arın, belgesel sinemayı ve belgesel sinema yönetmeninin gerektirdiği özellikleri şu şekilde ifade eder;

"...Ama aslanlarla ilgili bir başka filmi izliyorum. Filmin yönetmeni, "Arslan karnını doyuracak kadar avlanır. Karnı doyduktan sonra başka hiçbir hayvana zarar dokunmaz." diyor. İşte yönetmen anında bire evrensel bir mesaj yüklüyor bu aslan filmi. Yani insanoğluya aslanı karşılaştırıyor. "Aslanın insanoğlu gibi sınırsız bir ihtirası yoktur, karnı doyduğu zaman durmasını bilir; ama, insanoğlu durmaz, insanların bu ayrıntılarıyla aslanlardan daha vahşidir!" demeye getiriyor. İşte böyle bir evrensel mesaj yüklendiği zaman, aynı aslan filmi; "bilgisel" olan aslanlarla ilgili bu film, bir anda bire "belgesel" bir nitelik kazanıyor. Diğer televizyon arızalarına bakın, genellikle hep bilgisel filmlerle karşılaşsınız. Ve bunların çok azı "belgesel" filmidir, çünkü çok azı evrensel mesaj içermektedir..." (<https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj>)

John Grierson'un tanımına göre belgesel sinema gerçeğin yaratıcı yorumudur Belgesel, gerçeği yorumlama özelliği ile kurmaca türlerden farklılaşır. Belgesellerde yönetmenin dünya görüşünün yansıdığı filmler estetik kaygılar ön planda tutularak izleyiciye aktarılmaktadır. Bu filmler gerçeği kendi süzgecinden geçirerek sunar ve bu sunuşta bunu estetik kaygı ön plandadır (Smith ve Rock, 2014: 1).

Belgeseller gerçek hayatla ilgili olsa da gerçek hayatın kendisi değildir. Belgesel yönetmeni hayali değil gerçeği yorumlayıp işler. Kurmaca filmlere sanat niteliği kazandıran başlıca özellikler belgeseli de sıradan görüntü olmaktan kurtarır. Bu özelliklerden başlıca olanı yönetmenin sanatsal yetkinliği ve hayata bakış açısıdır. Belgesel film yönetmeni izleyicisine mesajını kendi yorumunu katarak aktarır (Sözen, 2010: 243).

Belgeseller gerçek hayatın ham madde olarak kullanıldığı portrelerdir. Dünya görüşümüze ve başkalarının yaşamış deneyimlerine karşı nasıl tepkiler geliştirdiğimize ilişkin önemli bir rol oynayan belgeseller toplumsal psikolojimizde de önemli bir konuma sahiptir Popüler kültürdeki konumları sağlamlaştırılmış belgesel film yapımının bilgi üretme ve yayma yolu olarak kabul edilmesi son on yıl içinde gerçekleşmiştir. Belgesel filmler, henüz konuşulmamış olan, kişileri ve olayları inceleyerek bu kişi ve olayların toplum tarafından hatırlanmasını sağlar. Belgesel filmler toplumsal belleğin canlı tutulmasına belirgin katkılar sunmaktadır (Belet, 2022: 3).

5. Türkiye'de Belgesel Sinema

Türkiye'de sinema alanındaki çalışmalar ağırlıklı olarak kurmaca sinema üzerine odaklanmıştır. Sinemanın ana türlerinden birisi olarak belgesel sinema, sinema tarihi çalışmalarında bile yeterince yer alamamıştır. Belgesel sinemamızın gelişimini tarihsel bütünlüğü içinde ele alındığında ilk belgesel örneklerinin Osmanlı zamanında çekildiği görülür. O zamanlarda kayda alınan her görüntü belge niteliği taşıdığı için belgesel başlığı altında sınıflandırılabilir. Manaki Kardeşler bu dönemde öne çıkan isimlerdir. Osmanlı Sinemasından, Cumhuriyet Sinemasına geçiş süreciyle birlikte askerî belgesellerden, akademik belgesellere geçiş süreci yaşanır. Ordu dışında belgesel yapımını mümkün klan İstanbul Üniversitesi Film Merkezi, süreklilik içinde devam ettirebilmiştir. Bu sürekliliğin aksamasına sadece 1960 darbesi neden olur. İstanbul Üniversitesi Film Merkezi tarafından üretilen belgesel filmler bir yandan ülkemizde belgesel sinemaya yönelik ilgi oluştururken, diğer taraftan da yurt dışında Türk belgesellerine ilgi duyulmasını sağlamıştır. Anadolu'nun sahip olduğu tarihî mirasın bu belgeseller yoluyla yurt dışında tanınması da mümkün olmuştur. Akademik belgesellerin yurt içinde ve dışında gördüğü ilgi belgesel sinemamız üzerinde uzun yıllar etkisini sürdürecektir bir tarz oluşturmuştur. 1970'li yıllarda ise televizyon yayıncılığının



yaygınlaşmasıyla birlikte kurmaca-dışı yapımlar, televizyon üzerinden izleyiciye ulaşabileceği çok güçlü bir mecraya sahip olur (Çelikcan, 2020: 529-542).

Belgesel sinema, yaşadığımız çağda televizyondaki gerçeklikten sıkılan ve gerçek konusunda karmaşıklığa düşen kitleler için alternatif bir bilgilendirme kaynağıdır. Belgesel filmler küreselleşme ve dijital teknoloji ile etkileşim içindedir. Gelişen teknoloji zaman tasarrufunu ve mekânsal yakınlaşmayı olanaklı kılarken küreselleşmenin yoğunluğu daha olanaklı hale gelir. Küreselleşmeye olumlu bakan görüşlere göre belgeseller ortak sorunlara yönelik incelemelere bir bakış açısı getirirken karamsar noktadan bakanlara göreyse küresel belgeseller kamusal tartışmaların önünü kapatmakta sorunları kişisel boyutlara indirgeyerek kurulacak farklı bağları engellemektedir (Toprak, 2013: 64-69).

Belgesel sinemada 1990 sonrası dönemini “Çokkültürlülük Dönemi” olarak tanımlanabilir. Dünya üzerindeki eski ve yeninin iç içe girdiği bu dönemde Türkiye’nin ve Türk sineması da yerini almıştır. Türkiye’de modernleşme projesinin temeli sorgulanmaya başlandığı 21. yüzyılda sınıf ayrımının daha da keskinleşmiştir. Sinema da alt dallarıyla birlikte bu dünyanın parçası haline gelir. Sinema, çok seyredilenlerle sermayenin, az seyredilenlerle sanatçıların mutlu olduğu bir hale evrilir. Bu yeni değişim dolayısıyla belgesel sinemada da önemli değişiklikler meydana gelir. Belgesel sinemacılar “temayı” temel olarak ön plana çıkarmaktadır. Çokkültürlülük Dönemi’ne kadar genellikle tarih ve mekân gibi sınırlı temalar baskın iken Çokkültürlülük Dönemi’nde daha çok batının öne çıkardığı insan, kimlik, toplum, hafıza gibi temalar ve sorgulayıcı yaklaşımlar ön plana çıkar. Bu dönemde devlet destekli belgesellerin izleyiciyle buluşurken devlet kanalı olan TRT’den yararlandığını, bağımsız belgesellerin ise festivallerde gösterime girmekte ve sınırlı sayıda izleyiciye ulaşır. Böylelikle belgesel sinemacıların “pazar” noktasında süreç dışı kalır (Aytekin, 2013: 234-267).

1995 yılında ATV’de Coşkun Aral tarafından hazırlanan Haberci, özel kanallarda yayınlanan önemli belgesel programlarından. Coşkun Aral’ın, farklı olayların farklı coğrafyalardaki yansımalarını izleyiciye göstermek için yaptığı program 1995-2001 arasında ATV, 2001-2003 arası NTV, 2003-2004 arasında Show TV’de yayımlandıktan sonra 2004-2006 yılları arasında TRT’de yayınlanarak televizyon platformuna veda etmiştir. Coşkun Aral, Haberci’ye Robert Young Pelton’la beraber 1994 yılında yazdığı “Dünya’nın En Tehlikeli Yerleri” kitabında anlattığı ülkelerden birisi olan Filipinler bölümüyle başlar. Bölüm 19 Aralık 1995 tarihinde yayınlanır. Programda farklı ülkelerin kültürlerinin yanında farklı inanışlar ve bu inanışların getirdiği ritüellere de yer verilir yayınlamaktadır. Coşkun Aral ayrıca 6 Şubat 2006 tarihinde yayın hayatına başlayan ve tematik bir belgesel kanalı olan İZ TV’nin genel yayın yönetmenliğini üstlenir. İZ TV 13 Ocak 2017 tarihinden itibaren BeIn İZ adıyla yayın hayatına devam etmektedir. Aral ayrıca 11 Ocak 2021 tarihinde kültür-sanat, gezi ve yaşam kanalı olan Habitat TV’yi kurar. Aral, Haberci temalı belgeselleri başta olmak üzere yeni çalışmalarını video paylaşım ağı YouTube üzerinden gerçekleştirmektedir. (Coşkun Aral ile kişisel görüşme:19.06.2023).

6. Amaç ve Yöntem

Belgesellerin kullanıcılarına hızlı tüketimi sunan YouTube’da yayımlandığında nasıl geri dönüş aldıkları ve hangi etmenlere göre ne sıklıkla izlendiği çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları üzerinden yayınlanan belgesellerin hangi kriterleri göz önünde bulundurması gerektiğini ortaya koymak ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Nitel araştırma yöntemi, İnsanların başka çevrelerde verdikleri tepkileri konu edinerek araştırmacıya araştırılan konu hakkında fikir vermektedir. Bilgi toplamak amacıyla yapılan görüşme tekniği, araştırmaya dahil edilen bireylerin ilgili konu başta olmak üzere tutum, tecrübe, şikâyet, duygu ve düşüncelerini anlaşılması etkinliğidir. (Akman Dömbekçi ve Erişen, 2022: 143-144).

Bu araştırma nitel araştırma yöntemi ve olgubilim desenine göre planlanmıştır. Yaşanmış deneyimi değerlendirmeye odaklanan bir yöntem olan olgubilim, olgunun altında yatan anlamları keşfetmek için bireylerin deneyimlerini açıklamaya çalışır. Olgubilimde araştırmacılar, bireylerin sözel tanımlarından ve ifadelerinden faydalanır. Gözlem tekniği ile araştırmacılar, katılımcıların doğal ortamlarındaki davranış biçimlerini ve deneyimlerini ortaya çıkarma amacıyla veri toplarlar. Katılımcıların deneyimlerinden ayrı düşünilemeyen olgubilim, bir ya da daha fazla katılımcının deneyimlerinin ortak anlamını çıkartmayı amaçlar (Onat Kocabıyık, 2015: 55-58).

Bu çalışmada nitel araştırma türlerinden olgu bilim kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu yöntem konunun anlaşılması, görüşme yapılan kişinin fikirlerinin yansıtılması ve çalışmanın belgesel sinemanın YouTube’da sunumunun anlaşılmasına vereceği katkıdan dolayı tercih edilmiştir.

Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemini kullanılmıştır. Görüşme yönteminin ana unsurları katılımcı ve araştırmacıdır.

Çalışma, Türk belgeselciliğinde önemli çalışmalara imza atan Aral’ın yayınlanan bu içeriklerin izlenilirliğinin ve izlenmeyi arttıran unsurların değerlendirilmesinin ortaya konması bakımından önem taşımaktadır.

YouTube’un ayrıntılı olarak ele alınması ve ele alınan platformun sürekli olarak güncellenmesi çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Çalışmadaki diğer önemli bir sınırlılık ise ele alınan platformun dijital ve dinamik yapıya sahip olmasıdır. Platform, çalışma sürecinde sürekli olarak güncellenmektedir.

Çalışmanın evrenini Coşkun Aral ve onun YouTube’daki “Coşkun Aral Anlatıyor” kanalı üzerindeki içerikler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Coşkun Aral Anlatıyor isimli YouTube kanalı oluşturmaktadır.

7. Çalışma Kişisi

Araştırmanın da konusu olan Coşkun Aral 1980’lerden günümüze kadar olan süreçte belgesel sinema alanında öne çıkan isimlerdendir. Siirt’te doğan Coşkun Aral, Türkiye’nin ilk belgesel kanalı İZ TV’nin kurucusu aynı zamanda yayın yönetmenidir. Kanlı 1 Mayıs Olaylarında çektiği görüntüler üzerine Sipa Ajansı’nın Türkiye muhabirliğini yapan Aral, e 14 Ekim 1980 günü kaçırılan uçakta korsanlarla röportaj gerçekleştirerek Türk ve Dünya basınında adından çokça söz ettirmiştir. Aral’ın belgesel çalışmaları sırasıyla şu şekildedir: Haberci (1995), Afganistan (2002), Abidin Dino Portresi (2002), Liberya (2003), Global Vision ve Go East Go West (2003), Dünya Çocukları (2005), Türkiye Notları (2006), Pamir’den Van’a Özgürlüğün Nal Sesleri (2006), Anadolu Aslanı: Kangal 2006, Ben Bir Daçkalıyım (2013), Sınır Tanımayan Arılar (2016). Anadolu Aslanı: Kangal, (2006) belgeselinde, dünyanın farklı bölgelerindeki kangal köpeklerinin görevlerini, faydalarını ve yaşam alanlarını anlatılır. Bu belgesel, Kangal köpeğinin dünya çapında hak ettiği yeri almasında bir tanıtım görevi üstlenmiştir. Türkiye Notları (2006) belgeselindeyse, ülkemizdeki bilinmeyen hazinelerin, fark edemediğimiz güzelliklerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Belgeselde de içinde yaşadığımız güzelliklerin farkında olup olunmadığı da izleyiciye sorgulatılmıştır. Pamir’den Van’a Özgürlüğün Nal Sesleri (2006) belgesel filminde ise Kırgızların göçle birlikte değişen yaşamı, Ulupamir Köyü’nde yeni evlenen gençlerin hayatlarının uğradığı değişim ve İstanbul’a göç edenlerin ise şehir hayatına adapte olmaya çalışmaları konu edinilir. Sınır Tanımayan Arılar (2016) belgeseli Türkiye-Ermenistan sınırında bulunan köylerin iki tarafında gerçekleştirilen arıcılık faaliyetini anlatmaktadır. Filmin özünde, sınırın iki tarafında bulunan insanların arılar gibi özgürce hareket ederek sınırlarını açması mesajı verilmektedir (Avlar, s. 284-286).



8. Coşkun Aral ile Kişisel Görüşme

Görüşmeden öne çıkan yanıtlar şu şekildedir:

Coşkun Aral Kimdir? Kısaca çalışma hayatınızdan bahsedebilir misiniz?

1 Mayıs 1956 yılında Siirt'te dünyaya geldim. Siirt Türkiye'nin az gelişmiş bir yöresi Mezopotamya'nın da tarihi derinliklere inen uygarlıkların izlerini yaşatan bir kent. Korkusuzluk ve yoksulluk içerisinde, varlıklı olmasına rağmen yoksulluğun ne olduğunu bilen bir ortamda doğdum. Koşulların değişmesi için beş yaşında İstanbul'a halamların yanına gönderiliyorum. Ailem daha iyi beslenmem için beni İstanbul'a gönderiyor. İstanbul'a geldiğimde öteki olmanın ne olduğunu fark ettiğimde tekrar Siirt'e dönüyorum. 1960'larda ilkokulu Siirt'te bitirince orta ikide tekrar İstanbul'a halamların yanına gidiyorum. Kafamda hep gazeteci ya da doktor olmak vardı ama eğitim sistemi beni gazeteciliğe götürdü. Lise sonundan itibaren gazeteci olarak çalışmaya başladım.

Yorum: Zor bir çocukluk geçirdiğinin altını çizen Coşkun Aral'ın istediği mesleğe yönelmeyi başarabilmesi onun henüz gençlik yıllarında planlı bir şekilde çalıştığını ortaya koymaktadır. Aral'ın zor koşullarda bir çocukluk geçirmesi onu gazeteciliğe iten önemli bir unsur olarak görülebilir.

Serbest muhabirlik yıllarınızdan bahsedebilir misiniz?

Daha önce Siirt'te Mücadele Gazetesinde staj yaptığım için o mürekkep kokusuyla bir ilişkim vardı. 1974 yılında ilk başladığım gazete Gün ve Günaydın. Gece muhabirliği, sokak muhabirliği, foto muhabirliği ve magazin muhabirliği yaptım. Yani 24 saat çalışan belgeyi biriktiren ve araştıran, yaptığı haberin takibini sürdüren, dünyayı ve yaşamı sorgulayan bir insandım. Örneğin ailemde çok sol görüşlü insanlar vardı ama hepsi de farklı fraksiyonlardı. İlk yaptığım şey, onların savundukları görüşlerin egemen olduğu ülkelere gidip gerçekte onların idealini kurdukları yaşamın olup olmadığını öğrenmekti.

Mesleğe başladığım yıllarda güneydoğumuzda Saddam Hüseyin'in iktidara gelmesi, Suriye'nin konumlanması, İran'da 1979'da Humeyni'nin gelişi bu alanda fikirlerimi çok daha fazla derinleştirdi ve birdenbire 1977 kanlı 1 Mayıs'ında Sipa Press ajansı adına Türkiye muhabiri oldum. Böylelikle Paris üzerinden farklı ülkelere gittim. Sadece Müslümanlık değil, Hristiyanlık da benim ilgi alanlarımdandı. Özellikle Sovyetler Birliği gibi sol sistem içinde dinin ne kadar etkileyici olup ne karar üstü örtülse bile baskın çıkacağını gözlemledim. Bütün dünyada nerede savaş ve kargaşa varsa oradaydım. Ama öte yandan kâinatta bize bahşedilen bu gezegen ve doğanın insanın yanlış kullanımları yüzünden yarattığı facialar da etki alanlarıma girdi. Başladığım yıllardan bu yana hep bilginin peşinde koştum. Bilgiyi, belgeye dönüştürdüm. 1985 yılına kadar sadece fotoğraf makinesiyle yapmış olduğum çalışmayı aynı sene satın aldığım video kamerayla dolayısıyla video görüntüleri ile kalıcı hale getirdim. O zamanlar 32. Gün programına başlamıştım, şu anda YouTube kanalındaki görüntülerin büyük çoğunluğu da o zamanki arşivimden sağlanmakta. Arşivin ne kadar önemli olduğunu da bu dönemde keşfettim. Muhabiri olduğum Sipa Press Ajansı' da dünyanın en önemli arşivlerine sahipti ve bu ajansın ortaya çıkışında bu kadar önemli rol oynayan arşivin, ilerleyen zamanda bana ne imkanlar sağlayacağını o zamandan hissetmişim. Bu sayede 2006 yılında Haberci programını yaptığımız arkadaşlarla beraber İZ TV'yi kurduk. Yine siyasetin yanlış hareketleri sonucu İZ TV'nin içi kayyum tarafından boşaltıldı ama yılmadık ve bu sefer Habitat TV'yi kurduk.

Yorum: Coşkun Aral, mesleğe adım attığı ilk zamanlarda hedefi doğrultusunda ilerlemeye başladığını ifade etmektedir. Dinin sadece sağ yönelimli hükümetler tarafından sömürülmediğini, solcu bir anlayış

tarafından da sömürülebilmenin mümkün olduğunu kendi hayatında da deneyimleyen Aral'ın bu durumu kanıtlama arzusu gazeteciliğinde ve ilerleyen dönemlerde belgesel anlayışında da büyük bir pay sahibi olmuştur. Aral'ın bilgiyi belgeye çevirme arzusu da hedeflerine ulaşmasında etkin bir rol oynamıştır. Aral, gözlemlerini kayıt altına alarak somutlaştırmıştır. Arşiv oluşturmanın önemini erken fark eden Coşkun Aral böylelikle belgeselciliğe ilk adımını atmıştır. Coşkun Aral, kendisine ait bir belgesel kanalı olan İZ TV'yi ardından da Habitat TV'yi kurmuştur. İZ TV dönemin siyasal koşullarından dolayı kapatıldığını ifade eden Aral bu durumun ardından başka televizyon kanalı açmıştır. Aral'ın arşiv tutmaya verdiği önem belgesel sinemaya katkısında da en kilit rolü oynamaktadır.

1 Mayıs 1977'de yaşanan Kanlı 1 Mayıs olayı sizin için bir dönüm noktasıdır denilebilir mi?

O gün çekilen fotoğraflar sorgulamanın getirildiği bir olay sonucunda çekildi. Çünkü daha önce de 1 Mayıslar kutlanıyordu. Çalıştığım gazetelerde 1977'nin 1 Mayısına kadar 1 Mayıslar hep kutlandı. 1 Mayıs 1977'de çok kutuplaşan sol siyaset içerisinde çatışma olma olasılığını ben ve rahmetli Arkadaşım Savaş Ay ile yerinde araştırmıştık ve olayın çıkacağına emindik. O gün Savaş Ay ve ben mutlaka bir şeyler olacağını hissettik hatta olayın gecikmesine de şaşırmıştık çünkü hazırlıklar hep o yöndeydi.

Yorum: Aral, Kanlı 1 Mayıs Olaylarındaki çektiği fotoğrafların tesadüfen gerçekleşmediğini ifade etmektedir. Olayların yaşanacağı ana kadar araştırmalarda bulunan Aral, kesinlikle bir kargaşanın yaşanacağını farkına varmıştır. Çektiği fotoğrafların Time ve Newsweek dergilerinde yer alması tesadüf sonucu değil planlı bir araştırmanın sonucudur.

Ara güler ile olan bağlantınızdan bahsedebilir misiniz?

Kendisine Siirt'ten itibaren bir hayranlığım vardı. İstanbul'a yerleşince de onun nerede yaşadığını hep merak ettim, ilk karşılaşmamızda dilim tutuldu ve bir şey söyleyemedim. 1 Mayıs 1977 yılının gecesinde ise kendisi beni arayarak çektiğim fotoğrafları istemişti. Ustamdı, kendisine saygı duyuyorum.

Yorum: Ara Güler'e çocukluğundan itibaren bir hayranlık duyan Aral, yaptığı işler sayesinde onun çırağı olabilmıştır.

Türk Hava Yolları uçağında uçağı kaçırın hava korsanlarıyla gerçekleştirdiğimiz röportajdan bahsedebilir misiniz?

14 Ekim 1980 tarihinde yaptığım bu röportaj hayatımı değiştiren ikinci olaydır. Dünyada ilk olan bu röportajın hala benzeri de bulunmamakta. Korsanlarla yaptığım röportaj beni çok popüler hale getirmişti. Kaçırılan uçağın korsanlarının gülerken, ellerinde silahlarla rehin aldıkları adamın fotoğrafı gibi operasyonun bütün fotoğraflar mevcuttu. O fotoğraf serisi "Life" dergisinde yılın fotoğrafları arasında seçilmişti. Ajansa geldiğimde hayranı olduğum Ara Güler beni alınımdan öperek tebrik etmişti. Fotoğrafımın Life tarafından yılın fotoğrafı seçildiğini o esnada öğrenmiştim. Ayrıca Ara Güler bana "dergide Türk olarak fotoğrafı çıkan ikinci kişisin" demişti.

Yorum: Münih-İstanbul-Ankara seferini yapan Diyarbakır uçağı Ankara'ya inmek üzere iken kendilerine "Akıncı" diyen 4 hava korsanı tarafından Diyarbakır'a kaçırılmıştır. Coşkun Aral'ın 14 Ekim 1980'de kaçırılan uçağın içerisinde hava korsanları ile gerçekleştirdiği röportajı Ara Güler ile usta-çırak ilişkisinin oluşturulmasına zemin hazırlamıştır. Bu olay aynı zamanda Aral'ın ulusal gündem de daha fazla yer almasını sağlamıştır.



Yeni medya ve YouTube hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

Senin yaş grubunla (20-25 yaş aralığı) belgeselle hiç ilgisi olmayan yeni kuşağın zaman sorunu var. Belgesel izleyicisini içine çekebilecek bir zenginliğe sahip olsa bile yeni kuşağın zaman sorunu belgesel izlemelerinin önüne geçmekte. Özellikle akıllı telefonlarla beraber ilgiye erişim çok çabuklaşınca her şey çabuk tüketilmeye tercih edilmeye başlandı. Bir saatlik belgeseli cep telefonundan izlemek yerine onun daha yoğunlaştırılmış hali olan küçük kısa anlatımlara rahat anlaşılabilir ölçüde bugün daha çok tercih ediliyor.

Yorum: Sosyal medya, bireylere çabuk tüketim anlayışını aşılayarak kişilere zaman tasarrufu imkânı sunar. Bu çabuk tüketim algısı belgesel izleyicilerinde de değişim yaratmıştır. Yeni kuşağın zaman sorunu olduğunu belirten Coşkun Aral, yeni neslin kısa ve öz içeriklerle bilgiyi elde etme isteğinin belgesel sinemayı sosyal medya üzerinden evrimleştirdiğini ifade eder

YouTube kanalınız belirli bir kesime mi hitap etmekte? Eğer öyleyse yeni izleyici kitlesi çekememenizin sebebi sizce nedir?

Öncelikle çok açık ifade etmeliyim ki bizim YouTube kanalımızın ekonomik getirisi fazla değil. Biz kanalımızdaki videolara çok özeniyoruz. Ben arşivimden de faydalanarak çok ciddi videolar yayınlatabilirim. Kendim kırmızı çizgilerimi “vicdan” ve “etik” anlayışından ötürü sınırladığım için o şekilde videolar yayınlamıyorum

Yorum: Coşkun Aral’ın arşivinde sosyal medyada etkileşime yol açacak görüntüler bulunmaktadır. Sosyal medyaya uygun bir anlatımla gündeme oturabilir. Bu durumun ekonomik getirisi de olumlu anlamda yadsınamaz bir gerçektir. Coşkun Aral ve ekibi, bu yöntemi “ahlaki” açıdan uygun bulmadıkları için tercih etmemektedir.

Kanalınızın izlenme oranını benzer içerik üreten kanallara da kıyasladığınız da yeterli buluyor musunuz? Cevabınız olumsuz ise sizce bu durumun nedeni ve sizin çözüm önerileriniz nelerdir?

Hayır, yeterli bulmuyorum. Çözüm olarak ilk önce buna ilişkin bir altyapı kurmam gerekli. Biz çok ciddi bir ekonomik krize girdik ve YouTube’u Timur Akkurt boşta kalan zamanlarında yapıyor. Ekonomik olumsuzluğun yanı sıra çekim yapmakta ciddi bir maliyet gerektiren bir olay. Örneğin “Türkiye’nin Pazarları” serimizde üç sponsorumuz vardı ikisi çekildi ve biz ortada kaldık. Ulaşımınızı sağlayan araç elinizin altında olmadığı anda bitiyorsunuz. Biz gelirimizi arttırmayı düşünürken ülkede var olan ekonomik kriz bizi tamamen etkiledi.

Yorum: “Coşkun Aral Anlatıyor” YouTube kanalı, Timur Akkurt’un boşta olduğu zamanlarda içerik ürettiği bir kanaldır. Bu durumda YouTube platformu için gerekli altyapı sağlanmamaktadır ki Aral bu durumu ifade etmektedir. Ekonomik olarak iyi durumda olmayan kanalın Türkiye’nin Pazarları serisinde sponsorların desteği çekmesiyle seri durma noktasına gelmiştir. Belgesel hazırlamak belgeselin yapısı gereği maliyetli bir olaydır. YouTube’da yayın yapmak ve yapılan yayını daha çok izleyiciyle buluşturmak da ayrı bir çaba ve ekonomik güç istemektedir. Kanal bu çabayı henüz vermemektedir. Bu yüzden kanalda Coşkun Aral’ın anlarıyla desteklediği içerikler daha ön plandadır.

9. Genel Değerlendirme

Çocukluk döneminde maddi zorluklar yaşamasına rağmen hedeflerinden yılmayan Aral, gazeteciliğe başladığı ilk yıllarından itibaren “insanı” ve “insanın yanlış kullanımını” gözler önüne sermeyi hedeflemiştir. Meslek hayatı boyunca ahlaki çizgilerine uyan Aral, bu tutumunu YouTube platformunda da devam ettirmektedir. “Coşkun Aral Anlatıyor” kanalı, kendi çizgilerini oluşturmuş ve bu çizgiler



doğrultusunda ilerleyen bir kanaldır. Kanal ekonomik sıkıntılar çekse dahil kendi çizgilerinin dışına çıkmayı reddeder Yeni bir kitle kazanmak için kendi çizgisinden ödün vermeyen Coşkun Aral ve ekibi kendi kitlesini ön planda tutarak içeriklerini üretmektedir. Aral, genel kaniya göre hareket etmemektedir. Kanal üzerinde tarihi olaylara ilişkin belgesellerin varlığı dikkat çekmektedir. Aral'ın bu belgesellerinde yıllarca yapmış olduğu savaş muhabirliği ve savaş fotoğrafçılığının etkileri görülmektedir. Aral'ın YouTube kanalında anı videolarına da rastlanmaktadır. YouTube'u yeni kuşağın daha fazla kullandığını ifade eden Aral, yeni kuşağın yani gençlerin zamanı daha fazla tükettiğini söyler. Aral'a göre YouTube daha çok genç kesime yöneliktir. YouTube'u genç kitlenin daha fazla kullanması ve platformun yeni medya aracı olması, YouTube'u geleneksel medya araçlarından farklı kılmaktadır. Bu farklılığın en başında zamanın hızlı tüketimi YouTube üzerindeki içeriklerini geçmişten itibaren kendisini takip edenlerinde izlediğini bilen Aral, buna rağmen içeriklerini biraz daha kısa tutmaya başlamıştır. Aral'ın yeniliğe açık tavrı sayesinde ürettiği yeni belgeselleri de bu değişimden pay sahibi olmuştur. YouTube, belgesel sinemayı özellikle süre açısından etkilemiştir ve bu etkileşime Aral'ın da kendi çizgisi doğrultusunda uyum sağlamaya çalıştığı görülmektedir. Aral, belgesellerini YouTube kullanıcılarının özelliklerini göz önünde alarak yayınlamaktadır. Aral, yayınladığı içerikleri YouTube kullanıcıların isteklerine göre değil, özelliklerine göre düzenleyip servis etmektedir. Bu ayırım, Coşkun Aral ile yapılan görüşmede öne çıkan önemli bir noktadır.

SONUÇ

Her gelişiminde yeni olguları beraberinde getiren teknoloji yaygın kitle iletişim araçları olan gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinemayı geleneksele indirger. Teknolojiyle paralel gelişen medya araçları ise yeni medya araçları olarak tanımlanmaktadır. Gelişen internet teknolojisinin sunduğu web 2.0 teknolojisi de sosyal medyanın temelini oluşturmaktadır.

Sosyal medya, hızlı kullanımı ve geri dönüş olanağı sağlaması sayesinde bilgiye ulaşma anlayışını değiştirir. Sosyal medya ile kısa ve öz içerikliler günden güne daha fazla tercih edilmektedir. YouTube ise sosyal medyanın video deposu olarak görülmektedir. Platforma yüklenen içeriklerin izlenmelerini arttırmak için çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında öne çıkan etmenler özgün içerik üretmektir. Sponsor desteği sağlanması da önemli bir diğer etkindir.

Belgesel sinema sinemanın doğuşuyla birlikte ortaya çıkmıştır. Belge niteliği taşıyan yapımları ifade eder. İlk sinema yapımları da belge niteliği taşıdığı için belgesel olarak kabul görmektedir. Belgesel yapımcıları anlatmak istediği gerçeği estetiği göz önünde bulundurarak işlerler. En genel anlamıyla belgesel, insan duygularının ağırlıkta olmadığı ve eğlenceden uzak bir türdür. Belgesel, film literatüründe haber filmlerinden özel televizyon yapımlarına kadar uygulanan bir kavramdır. Belgesel sözcüğü kullanım açısından çok istismar edilen bir sözcüktür. Belgesel kavramı bireysel çalışan film tarihçilerinin, yönetmenlerin ve eleştirmenlerin çabasıyla ortaya çıkar (Can, 2020: 22).

Gazeteci ve savaş muhabiri olan Coşkun Aral, Türkiye'deki belgesel sinema alanında önemli isimlerin başında gelmektedir. Birçok tarihi olaya tanıklık eden ve bu olayları Türk halkıyla buluşturan Aral Türk televizyon tarihinde de önemli bir yere sahiptir. Belgesel kavramının ülkemizde temelini atıldığı dönemlerde Haberci programını sunan Aral, bu programla 1995'ten itibaren hafızalarda yer edinmeyi başarmıştır. Coşkun Aral belgesel sektörüne girmeden önce de çektiği fotoğraflar ve yaptığı röportajlar ile dünya üzerinde ses getirmeyi başarmıştır. Aral, "Haberci" programından sonra da belgesel yapımlarına ağırlık vermiştir.



Türk belgeselinin önemli simalarından olan Coşkun Aral'ın yaklaşık 45 yıllık belgeselcilik deneyimi bulunmaktadır. Birçok önemli projeye imza atan Aral aynı zamanda Türkiye'de renkli televizyonların ve özel kanalların hayatımızda yer almaya başladığı dönemdeki ilk belgesel yapımcılarından birisidir. Türk televizyonlarında belgesel alanında ilk olması sebebiyle geçmişten bu yana kendi kitlesini oluşturan Aral, belgesel projelerini uzun yıllar televizyon için üretmiştir. 1980'li yıllarda savaş muhabirliği ile medya sektörüne adım atan Coşkun Aral, 2018 yılında YouTube platformuna giriş yapmıştır. Aral, YouTube üzerinden daha çok genç yaştaki kitleye ulaşma amacındadır. Bu durumun en önemli nedeni YouTube'u yaşça daha küçük bir kitlenin kullanmasıdır. Yeni kuşağa belgesel yapımları sunmak ise yeni durumları beraberinde getirmektedir. Bu durumların en başında uzun süreli içeriklerin tercih edilmemesi yer almaktadır. Coşkun Aral da bu duruma uyum sağlamaya çalışarak belgesel içeriklerini daha kısa sürede tutmaya çalışmaktadır.

Gelişen teknoloji zamanı kullanım anlayışını değiştirmiştir. YouTube ise daha genç kesime hitap etmektedir ve bu kesim zamanı hızlı tüketen bir anlayışa sahiptir. Böylelikle belgesellerin YouTube üzerinde daha fazla izleyiciye ulaşması için genç kesime daha fazla hitap etmesi, sosyal medya ve popüler kültürü takip ederek gündeme ilişkin konular işleme gerektirdiği araştırmada öne çıkan sonuçlardandır. "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalı ise kendi çizgisinden taviz vermemektedir. İçeriklerini "çarpıtmadan" sunmaya özen gösteren kanal, daha çok izleyiciye ulaşarak ekonomik anlamda kalkınmanın bilincinde olmasına rağmen kendi kitlesine kendi sınırlarını çiğnemediği içerik üretmektedir. "Coşkun Aral Anlatıyor" kanalı, yaygın olan popüler kültür anlayışını kullanmadan kitlesinin büyümesinin zor olduğunu farkında kendi kurallarını aşmadan yayınlar yapmaya devam etmektedir.

Yeni medyanın yeni özellikleri de beraberinde getirmiştir. Bu özelliklerin başında karşılıklı etkileşim gelmektedir. YouTube'u genç kitlenin daha fazla kullanması ve platformun da yeni medya aracı olması, YouTube'u geleneksel medya araçlarından farklı kılmaktadır. Bu farklılığın en başında zamanın hızlı tüketimi gelmektedir. YouTube, belgesel sinemayı özellikle süre açısından etkilemiştir. Zamanın yeni tüketim anlayışı Aral'ın yeni belgesellerinde de değişime neden olmuştur. Coşkun Aral Anlatıyor kanalındaki içerikler YouTube'daki çoğunluğun isteklerine göre değil, kanalı takip eden kesimin özelliklerine göre yayınlanmaktadır.

Kaynakça

- Akman Dömbekci, H., Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 22 (2): 141-160.
- Altın, Ş. (2019). *Sosyal medya ve şöhret kültürü: YouTube Örneği*. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Altunay, U. M. C. (2010). Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da "Pıt Pıt Net". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 31-56.
- Atatunç, F. (2019). *Video İçerik Üretimi ve Üreticileri: Youtube Türkiye'de Popüler Olan Youtuber İçeriklerinin Analizi* Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Avlar, A. (2022). Belgesel Film Çalışmaları: Ertuğrul Karşlıoğlu, Coşkun Aral ve Hakan Aytekin Üzerine Bir Vaka Çalışması. İçinde, *A'dan Z'ye İletişim Çalışmaları-8* (ss. 277-293), Ankara: İksad Yayınevi.
- Aytekin, C. (2020). *Kısa Film (5. Baskı)*. Konya: Atlas Akademi Yayınevi.
- Aziz, A. (2008) *İletişime Giriş*, İstanbul: Aksu Kitapevi.



- Babacan, H. (2021). *Türkiye'de Yapay Zekâ Destekli Gazetecilik: Robot Gazeteciliğine Yönelik Yaklaşımlar*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Belet, T. (2018). *Türkiye'de Belgesel Sinema ve Türk Belgeselciliğinde Ertuğrul Karşlıoğlu Belgesellerinin Yeri ve Önemi*. Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 22-29.
- Can, G. (2019). Yeni Medya ile Geleneksel Medya Çerçevesinde Sayfa Tasarımın (Mizanpajın) Dönüşümü: Hürriyet Gazetesi Örneği. *Yeni Medya*, 2019 (6), 20-31.
- Cerici, S. (1997). *Belgesel Film*. İstanbul: Şule Yayınları.
- Çelik, Y. G. (2018). *Youtube Sosyal Paylaşım Ağının Popüler Müzik Üzerine Etkisi: 2010 Yılı Sonrası Dönemde Türkiye Örnekleri İncelemesi*. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çelikcan, P. (2020). Türkiye'de Belgesel Sinemanın Kısa Bir Tarihçesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 18 (36), 529-542.
- Demirci, D. (2019). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri; Youtube Fenomeni Danla Biliç Takipçileri Üzerine Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Duran, K. N., Yeniciler, İ. (2019). Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3 (3), 200-212.
- Durmuş, K. S. (2020). Sosyal Medya Kaynaklı Olayların Geleneksel Haber Mecralarında Kullanımı. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 218-236.
- Ergün Özdel, Z. M. (2019). *Türkiye'de En Çok İzlenen, Youtube Video Kanallarında Çocuklara Yönelik Olumsuz İçerikler Açısından Analizi*. Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Gazali Demirtaş, Z. (2019). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Kanaat / Kamuoyu Önderleri Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara*.
- Gider, N. (2007). Yapısal Özellikleri Açısından Belgesel Sinema. *Marmara İletişim Dergisi*, 12 (12), 134-140.
- <https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.mtvfilm.com/tr/yazi-sa/suha-arinla-bir-roportaj/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.statista.com/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- <https://www.youtube.com/> (21 Haziran 2023 tarihinde erişim sağlanmıştır).
- Karaca Özcan, Ö. (2022). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Eğlence Algısının Dönüşümü: Güldürü Örnekleri Üzerine Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma*. Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karabük.
- Kırık, A. M. (2013). Televizyonun Gelişim Çağı Çocukları Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Ebeveynlerin Kontrol Sorunu. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 2 (4), 189-198.
- Kurt, G. (2022). Youtube Gazeteciliği Ekseninde Dönüşen Geleneksel Gazetecilik: Gerçektivi Örneği. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 184-201.



- Musser, C. (2021). Tarih yazım Problemleri Kuzeyli Nanook Öncesinde Belgesel Geleneği. Brian Winston (Çev.), İçinde, *Belgesel Sinema Kitabı* (ss. 243-260), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Onat Kocabıyık, O. (2016). Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 55-66.
- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 1 (28), 125-167.
- Özgün Kehya, R. (2018). *İtalya ve Türkiye'ye Göç Etmiş İnsanlarla İlgili Youtube Video Yorumlarında Nefret Söylemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz*. Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özpinar, B. (2016). *Geleneksel Medyanın Gündem Belirlemede Sosyal Medyanın Etkisi: Soma Örneği*. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Polat, H. (2018). Geleneksel Medyada Temsil Sorunu: Alternatif Bir Mecra Olarak Yeni Medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 38 (38), 45-60.
- Sarı, G. (2018). Sosyal Medyanın Yeni Starları: Youtuberlarla Değişen Popülerlik. İçinde, *Yeni Medyaya Yeni Yaklaşımlar* (ss. 277-297), Konya: LiteraTürk Academia.
- Smith, N., Rock J. (2014). Documentary as a Statement: Defining Old Genre in a New Age. *Journal of Media Practice* 15 (1), 58-62.
- Sözen, M. (2010). Belgesel Filmin Tasarım Boyutu ve Türk Belgesel Sinemasından Örnek Uygulamalar. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6 (11), 241-266.
- Susam, A. (2021). *Toplumsal Bellek ve Belgesel Sinema* (2. Baskı). İstanbul
- Topçu, A. (2020). *Yeni Medyanın Marka Kültürü Üzerindeki Rolü*. Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Wasko, J. ve Erikson, M. (2020). YouTube'un Ekonomi Politikası. Erdem Yedekci (Çev.), İçinde, *Yeni Medya Kuramları 2* (ss. 129-144), İstanbul: DER Yayınları.
- Yüksel, H. (2022). Yeni Medya Alanında Siyasal İletişim Faktörü "Twitter Platformu". *TroyAcademy*, 7 (1), 67-96.