

# KELİMENİN KODLAR DÜNYASINDAKİ SERENCAMI YA DA DİJİTAL BİR ÖYKÜ MÜMKÜN MÜ?

Ahmet M. Karauğuz

- Teknolojik ilerlemenin yeni bir safhasını tecrübe ediyoruz. Dünyada riskler ve fırsatlar yeniden tanımlanırken bireyin durumu da her geçen gün değişiyor. Akıllı cihazlar etrafında dönuşen gündelik rutin, pek çok açıdan kendinden önceki günlere benzemiyor. Nesnelerin interneti, makine öğrenmesi, büyük verinin kullanımı, yapay zekâ derken kafalarımız karışıyor ve içimizi bir korku kaplıyor. Bu kafa karışıklığının yanında her yerden yükselen hikâye anlatımının önemi iddiasıyla dijital dünyada hikâye anlatmanın imkânları yeniden sorulanır hâle geliyor. Pazarlamadan video içeriklere, politikadan sanata, her yerde iyi bir hikâye anlatıcısı olmanın püf noktaları önem kazanıyor.

Dijitalleşme ve hikâye anlatımının popüler konular olduğu günümüzde, en çok tartışma konusu olması gereken kavramların başında sanat geliyor. Sanatın her alanı, yaşadığımız toplu dijitalleşme göçüyle birlikte fazlasıyla dönüşüyor, değişiyor. Eskiden sanatın sınırları dışında bırakılan, görmezden gelinen ya da hiç düşünülmeyen konular, kavramlar, eserler, bugün sanat alanının tartışma öznesi olarak kendisine yer buluyor. Örneğin günümüzde yeni medyanın yükselen pazarlama ağı ve yeni nesil dinleyici kitlesiyle birlikte müzik sanatının icra şekilleri ve müziğin üretiminde yer alan ses üretim araçlarının varlığı, başka türleri doğurmanın yanında birçok türü de ana akıma taşıdı. Bunun yanında görselliği ön plana alan dijitalleşmeyle birlikte bugün resim sanatı da büyük bir dönüşüm yaşamakta ve özellikle müze / müzecilik ve sergi konularında artırılmış gerçeklik, deneyimin dönüşmesi ve sanal gerçeklikle birtakım resimlerin sergilenme düzeneklerinin yeniden düşünülmesi gündemde. Öte yandan henüz yaklaşık iki yüzyıllık bir geçmişe sahip sinema sanatı da dijitalleşmenin olanaklarıyla dönüşürken yeni sanatsal form olup olmadığı tartışılrsa da sanat dünyasında eser bazlı üretimin son

yıllarda arttığı video oyunları başta olmak üzere çeşitli alanlar, teknolojinin bir şekilde dokunarak kendi rengini vermeye başladığı sahalara örnek olarak verilebilir.

Teknolojinin ilerlemesi, şüphesiz son birkaç yüzyıla ait bir gerçeklik değildir. İnsanın ilk anından son anına kadar var olacak bir olgu, bir dönüşüm gerçeğinin ta kendisidir. Bugün her ne kadar bu konu mekanik gelişmeler üzerinden tartışılrsa da insanlığın her bir adımı, dünya teknolojisine yapılan katkıları oluşturmaktadır. Bu dönüşümden en fazla etkilenense şüphesiz sözdür. Hem dağarcığına aldığı yeni kavramlar ve düşüncelerle hem de aktarılma şekilleriyle söz (daha sonraları kelime) hep dönüşmüş, bu dönüşüm kaydı gerekli kılmanın yanında söylenenlerin de mahiyetini değiştirmiştir. Bir anlatı aracı olan söz / kelime yıllar geçtikçe birçok metinsel sanat formunu doğurmuş ve insanlığın hikâyesinin çağlar boyunca yaşamasını sağlamıştır. Bugün de söz / kelime dijitalleşmenin etkisiyle dönüşmekte, (henüz) yeni anlatı formları aracılığıyla olmasa da mevcut formların sınırlarında kendine anlatım imkânı bulmaktadır.

Aydınlanmanın bize bir armağanı romandan ayrı olarak çok yeni bir tür diyebileceğimiz öykü, teknik ilerlemenin doğurduğu form olarak karşımızda durmaktadır. Sanayi Devrimi yıllarına denk gelen, üretim biçimlerinden ziyade kentlerin mekânsal ve ruhsal olarak dönüşüme uğradığı, insanların gündelik hayat pratiklerinin eskiye kıyasla bambaşka bir hâle geldiği yıllarda bir tür olarak ortaya çıkan öykü, Avrupa ve Amerika'da 1950'lerden itibaren altın çağlarını yaşamıştır. Ülkemizdeki ilk örnekleri Tanzimat Dönemi'yle birlikte verilen bu anlatı türü, emek yoğun üretimden bilgi yoğun üretime geçtiğimiz şu günlerde yeniden tanımlanma ya da kendini yeniden şekillendirme ihtiyacı hissediyor gibi gözükmektedir. Modern ve görece yeni bir anlatı formu olarak öykünün dijitalleşmenin yükselişe geçtiği günümüzde neye evrilebileceği veya dijital kodlar dünyasında kelimelerle bir öykü formunun oluşup oluşmayacağı yazının bundan sonraki kısımlarının ana tartışma noktasını oluşturacaktır.

### **Yeni Bir Anlatım Formu Olarak Öykünün Kısa Bir Hikâyesi**

Öykü, 1842 yılında Edgar Allan Poe'nin kuramsal sınırlarını çizmesi ve ardından Brander Matthews'ün geliştirmesiyle ayrı bir form olarak ortaya çıkmıştır. Poe'ya göre, "öykü, bir oturuşta okunabilecek veya anlatılabilecek kadar kısa olmalı ve tek bir etki yaratacak biçimde yazılmalıdır. Öyküdeki bütün sözcükler bu tek etkiyi yaratmaya yönelmelidir."

İlk başlarda bu kuramsal tartışmalar uzun süre ciddiye alınmamışsa da yıllar ilerledikçe öykünün sınırları ve sınırlılıkları kabul edilmiştir. Ülkemizde Tanzimat'la edebiyatımıza giren öykü formunun farklı bir anlatı biçimi olduğu tartışmalarını Ahmet Mithat Efendi yürütmüş ve öyküyle roman arasındaki farklılıkları açıklamaya çalışmıştır. Yine Recaizade Mahmut Ekrem de Fransa örneğinden hareketle öykünün ayrı bir form olduğunu iddia edecek-

tir. 1891'de Edgar Allan Poe'den çok değil bir elli yıl sonra Nabizade Nazım da *Hasba*'nın ön sözünde ayrı bir form olarak öykünün varlığına dair tartışmalar yürütecektir. Tanzimat'la başlayan bu tartışmalar elbette sona ermeyecek ve günümüze kadar sürecektir. Günümüzde ayrı bir tema olarak birçok öykü dergisi çıkmaktadır. Söz konusu dergilerde, öyküye dair kuramsal tartışmalar yürütülmekte ve hâkim öykü anlatısının örnekleri bu mecralarda görülmektedir.

Ülkemizdeki dergilerde hâlâ “Öykü mü hikâye mi?” tartışmaları yürütülmekte ve türün adının ne olduğuna dair net bir uzlaşuya varılamamaktadır. Ancak çeşitli açıklamalarda türün neden “öykü” olarak adlandırılması gerektiğine değinmekte yarar görülmektedir. M. Kayahan Özgül'ün “Hikâyenin Romanı” başlıklı yazısında yapmış olduğu “*Hikâye* (story, geschichte) kelimesi, sanki bir formun adı imiş gibi gösterilse de aslında *narration* ve *fiction* özelliği taşıdığı için *tahkiyeli* diye anılan metinlerin müşterek adı *hikâye*'dir. *Hikâye* kelimesi; destandan masala, fıkradan menkıbeye, romandan tiyatroya, hatta senaryoya varana kadar bütün tahkiyeli metinleri kucaklar.” açıklamasıyla iki türün de benzer şeyler olduğu iddiası dile gelmektedir. “Öykü” kelimesi, bizlere Nurullah Ataç'ın armağan ettiği kelimelerden bir tanesidir. Kavram, özünde öykünmekten gelmektedir. Hikâye ise tahkiye etmek, benzetmekten gelir ve Arapça kökenlidir. Avrupa ve Amerika'da da ciddi anlamda üzerinde durulan bir kavram olan “öykü” ve “hikâye” kavramları üzerine tartışmaların 20. yüzyıla birlikte başladığını görmek mümkündür. Batı edebiyatlarında “kısa hikâye” olarak adlandırılmaya başlanan ve romandan ayrılan öykü; Fransızcada *conte*, İngilizcede *short-story*, Almandada *kurzgeschichte* kelimeleriyle karşılanmaya başlanmıştır. Güncel edebiyatımızda eleştirileriyle öne çıkan Ömer Lekesiz ve Necip Tosun, M. Kayahan Özgül'den ayrılarak öyküyü ayrı bir form olarak ele alıp hemen hemen ortak bir noktada birleşerek öykünün kurgulanan, hikâyeninse anlatılan bir şey olduğunu belirtirler.

Günümüzde hikâye romandan tamamen ayrı olarak tanımlansa da Amerika ve Avrupa edebiyatlarında öykü ve hikâye arasındaki ayrımın net olarak yapılamadığı görülmektedir. William Randall, Ursula K. Le Guin, James Cooper Lawrence gibi isimler hikâyenin ve romanın ne olduğuna dair net bir tanım yapamadıklarını söylemektedirler.

Her ne kadar “Öykü mü hikâye mi?” tartışması bir netliğe kavuşmasa da bu anlatı türünün sınırları belirgindir. Romana göre daha kısa olarak yazılması gerektiği düşünülen öykü / hikâye; bir veya birkaç kişinin başından geçen, onların özünde yaşanarak anlatılan olayları konu alan, düz yazı biçiminde yazılan, kısa ve kurgusal anlatıdır. Öykü; bir izlenimden, gözlemden yola çıkılarak bir anın anlatıldığı sanatsal bir anlatı formudur.

Öyküyü doğuran etken olarak Sanayi İnkılabı'nı görmek yanıltıcı olmayacaktır. Sanayi İnkılabı'yla birlikte kente akan yüz binler, zamanla kendi rutinlerini ve ihtiyaçlarını doğuracak, halk yaşadıkça içinde bulunduğu yetersizliklerden yakınacak ve belli başlı iyileştirmelerle hayatlarında birtakım düzeltme-

ler yapacaklardır. Mesai hakkı, izin, maaş, emeklilik ve eğitim gibi niteliksel talepler zamanla karşılanacak ve işçi sınıfı arasında okuryazarlık artacaktır. Sayısı giderek artan bu okuryazar sınıfın kitaba talebi artacak ve bu talepleri karşılamak için daha çok metin kaleme alınacaktır. Öykü de bu talep karşısında arz edilen yeni bir form olarak bir ihtiyaçtan doğmuştur.

### **Web 2.0'la Değişen İnternet Yapısı ve Metinsel İçeriğin Önemi**

Bugün içinde yaşadığımız “dijitalleşme günleri” olarak adlandırılan günlerin temelleri 2004 yılında atılmıştır desek zannediyoruz yanılmayız. 2004 yılıyla birlikte kullanıma giren Web 2.0'la birlikte, internet teknolojisinde büyük bir devrim gerçekleştirilmiştir. 2004 öncesinde sadece tüketici konumunda olan internet kullanıcıları, artık internette hem tüketici hem üretici konumuna gelecek; forumlar, sohbet ağları, sosyal medya yapılarıyla birlikte internet şimdi kullandığımız hâline ulaşmak için geçirdiği sürecin ilk aşamasına gelecektir. Etkileşimli bir medyayı mümkün kılan Web 2.0 yapısı, bugün hepimizin kullandığı sosyal ağları doğuracak; sosyal ağlara ilginin artmasıyla birlikte veri yönetimi, gizlilik, kişi manipülasyonu, SEO, içerik yönetimi, sosyal medya danışmanlığı, ucuz internet, veri gizliliği gibi daha önce hayatımızda olmayan pek çok kavram ve durumu yaratacaktır. Bunun yanında sosyal ağlara duyulan ilgi ve bireylerin yoğun içerik paylaşımıyla birlikte, uzun zamandır karanlık çağını yaşayan ve gelişmesi bebek adımlarıyla olan yapay zekâ sistemleri bu verilerle beslenecek ve makine öğrenmesiyle birlikte yapay sinir ağlarının da geliştirilmesi sayesinde içinde bulunduğumuz makine hükümlerliği iddiası altındaki günler doğacaktır.

Tüm sistemi değiştiren yapı olan Web 2.0, şüphesiz iş yapış tarzlarını da dönüştürüp artık emek yoğun yerine bilgi yoğun bir zamana geçmemize sebep olacaktır. Bu da Toffler'in ortaya attığı üçüncü dalgayı evrensel olarak yaşamaya başlayacağımız sistemleri organize ederek hayatı dönüştürmeye başlayacağımız anlamına gelmektedir. Bugün, üretim ve tüketim şekillerinin bu yeni teknolojiler etrafında dönüşmesiyle mekânların yeniden kurgulanarak bireysel bir hayatın ön plana alındığı, eğlence sektörünün herkesi kapladığı, bilgi üretiminin yerini içerik üretiminin aldığı ve içerik üretmenin de bir sanat ya da meslek hâline gelmesiyle yarını düşünmeye hatta kurgulamaya başladığımız bir gerçeklikle yaşamaktayız.

Bu gerçeklik etrafında Sanayi İnkılabı'nın bir armağanı olan öykü formunun ne olacağını tartışmak da gereklilik arz etmektedir çünkü sadece öykü değil, düşünce üretme ve aktarma şekilleri de bugün dönüşmekte, araç tüm hâliyle mesajı belirlemektedir. Metinsel yapıyla dijital dünyanın yapısına uygun olan öykünün yapısını tartışmak, diğer metinsel türlerin yanında meseleyi daha anlaşılır kılacak gibi gözükmektedir çünkü dijital ortamda üretilen metinlerde de aranan temel özellikler, bir öykü metninde aranan biçimsel ölçütlerle çok benzemekte ve bir form olarak öykü, dijital uyum sağlamaya en yakın tür olarak öne çıkmaktadır.

## SEO'yla Bir Öykü Yazmak Mümkün mü?

Öykü, kuramsallaştığı ilk andan günümüze kadar sürekli kâğıda yazılan, kâğıt üzerinde okunabilecek en ideal hâliyle kaleme alınmış ve metin, bir araç olarak kitabın kodlarına uygun inşa edilmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte her şeyin doğasının değişmesi gibi metnin de doğası değişmekte, sayısal bir ekrandan en yüksek düzeyde okurun verim alması için metinler belli kural ve biçimlere göre yazılmaktadır. Günümüzde öyküler her ne kadar ağırlıklı olarak hâlâ kâğıda yazılıp dergi ve kitap vasıtasıyla okura ulaştırılsa da internet portalleri ve edebiyat sitelerinin sayısında yaşanan yükselişle birlikte dijital ortama uygun yöntemlerle yazılan öykülerin sayısı artmakta ve öykü de dijital bir içerik olarak yer almaya başlamaktadır. Bu da dijital bir içerik olarak öykünün bugünü ve yarınını düşünmeyi zorunlu kılmaktadır.

Ülkemizde hâlihazırda yayın faaliyetini sürdüren öykü dergilerinin yanında, içindeki öykü ve edebiyat içeriği hızla artan öykü siteleri de mevcuttur. *Notos Öykü'*nün bir projesi olan *Oggito Öykü*, *İzdiham*, *Edebiyat Haber*, *K24* gibi birçok edebiyat sitesi, artan kullanıcı sayısı ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Birkaç yıl içerisinde internet üzerinden yayın yapan edebiyat portallerinin sayısının artacağını öngörmek de zor değildir. Bu bağlamda aslında üretilen her metin; dijital içerik olarak karşımıza çıkacak, dijital içerik üretiminin temel kodlarını yavaş yavaş benimseyerek internetin ruhuna uygun metinler hâline gelecektir.

Dijital içerik dediğimizde internet evreninde yer alan her şeyi anlayabiliriz. Metinler, resimler, sesler, videolar ve daha nice dijital içeriğin öğeleri içine girmektedir. Dünyada -başta akıllı telefon pazarı olmak üzere- mobil cihazların satışının ve kullanım oranının artması, internet bant genişliklerinin her geçen gün genişlemesi ve ucuzlamasıyla birlikte dijital içerik üretimi ve tüketiminin artması beklenmekte; hatta birçok sosyal ağ, bu içerikleri depolayabilmek için şimdiden milyarlarca liralık yatırımlar yapmaktadır. Dijital içeriklerden biri hâline gelmeye başlayan öykü formu, metinsel tabanlı içerik yazımına benzer özellikler taşımaktadır. Metinsel tabanlı içeriklerde yer alması gereken temel araçlar, öykülerde de yer alan araçlarla aynıdır. Bir başlık, tutarlı bir anlatım, orijinallik, gerçekliğin yansıtılması, dil bilgisine özen, sağlam bir kurgu, bu araçlardan birkaçı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijitalleşmeyle birlikte artan rekabet ve aynı konuda içerik üreten sitelerin benzerleri arasından sıyrılarak tıklanma oranlarında yukarıya çıkma arzusu, yazılan metinlerde belli başlı kuralları gerekli kılmaktadır. Yukarıda saydığımız özelliklerin yanı sıra ana arama motoru olarak faaliyet gösteren *Google*'ın arama araçları ve sistemlerine tam uyum, bu rekabet içindeki oluşumlara avantajlar sağlamaktadır. Geleceğin dünyasında edebiyat portallerinin sık sık kullanacağı bu araçlar sayesinde, artık yazarların ya da metinlerin değil, doğru arama kelimeleri kullanılarak oluşturulan öykü / içeriklerin öne çıkacağını görmemiz muhtemeldir. SEO olarak adlandırılan arama motoru optimizasyo-

nu sistemleri sayesinde, bir konu hakkında yapılan aramada sizin içeriğiniz öne çıkmaktadır. Örneğin Google arama motoruna “Türk Dili” yazdığımızda *Türk Dili* dergisi ilk sırada yer almamakta; yıllardır edebiyat ve kültür hayatında yer alan bir oluşum, daha amatörce hazırlanmış bir hazırlık sitesinin gerisinde görülmektedir. SEO optimizasyonu tam sağlanan bir site, aramalarda en üstte yer almakta ve bu sayede mevcut trafiğin en yükseğini elde etmektedir. Dijitalleşen bir dünyada her şeyin pazarlama ve rekabet temelli olması kaçınılmazdır ve bundan edebiyat siteleri de etkilenecektir. Öykü de yapısı ve anlatımı itibarıyla buna en uygun edebî türdür.

Bu alanda yapılan eğitimlerde öne çıkan tavsiyeler, günümüzdeki dergi editörlerinin yazarlara yaptığı tavsiyelere çok benzemektedir. Entelektüel bilgi, dile hâkimiyet, yaratıcılık ve SEO bilgisi, başarılı bir içerik yazarlığının vazgeçilmezleridir. Bu nitelikler öykü yazarlarında da aranmakta ve eleştiri metinleri genellikle bu noktalara odaklanmaktadır.

### “Hawai Şort” Anahtar Kelimesi Kullanılarak Yazılan Dijital İçerikli Bir Öykü Örneği:

#### **Hayatta Kalmak mı Yoksa Hawai Şortla Plajlara Koşmak mı?**

Bundan iki yıl önceydi. Bir iş görüşmesine gitmek için bir gece önceden giyeceğim her şeyi hazırlamıştım. Mahallenin bitirim çocukları jilet gibi olduğumu söylerlerdi beni görseler. Sabahın erken bir vakti yola çıktığım için kimseler görmedi. İş görüşmesi için binaya geldiğimde kocaman bir reklam panosu beni karşılıyordu. Reklamda şunlar yazılıydı:

#### **Hawai şort ile tercih tarzınızı kendiniz söylersiniz.**

*Belden lastikli, uçlarında şık detaylar bulunan plaj şortu her erkeğin dolabında olması gereken temel bir parçadır.*

Reklamda kullanılan manken dikkatimi çekmişti. Boyu benim boyumdaydı. Saçları benim saçlarım gibiydi. Tek farkımız onun yüzünde sakal yoktu benimse vardı. Aylardır kesilmemiş bir sakalla iş görüşmesine geldiğimi işte o an fark ettim. Mankenin üstünde siyah renkli, her beden rahatlıkla kullanabileceği, muhtemelen onun da çok rahat ettiği, üzerine giydiği her şeyle tamamlanabilecek güzel bir Hawai şort vardı. Bu şortun benim üzerimde olduğunu hayal ettim bir an. Muhtemelen %100 viskon, sıcak havalarda serin tutan, ince, iç göstermeyen kumaştan şortu yazın en sıcak günlerinde bile rahatlıkla giyebileceğimi hayal ettim. O an üzerimdeki pantolona baktım ve bir de reklamdaki mankenin giydiği Hawai şorta. Düz kesimi ve yüksek beli ile ince bir görünüm elde edilmişti. Her renkten gömlekle birleştirerek yaz aylarında kullanır, özgürce hareket edip çocukluğuma dönmeyi çok istedim. O an saatimden tiz bir ses geldi. İş görüşmesine son beş dakikam kalmıştı. Binaya girmeden önce panoda gördüğüm Hawai şortu eve gidince sipariş etmeliyim dedim kendime.

**Anahtar Kelime:** Hawai Şort.

**Uzun Kuyruklu Kelimeler:** Plaj şortu, belden lastikli, %100 viskon.

### **Öngörülebilirlik Amacı Etrafında Sanat ya da İnsan ve Sanat Öngörülebilir mi?**

Yukarıdaki metin daha önce SEO kuralları çerçevesinde yazılmış bir pazarlama içeriğinin öykü kalıbında yeniden düzenlenmiş hâlidir. Elbette metinde estetik ve kuramsal açıdan eksikler göze çarpmaktadır ancak buradaki asıl amaç; SEO temelli, anahtar kelime etrafında bir öykü kurgulamanın kolaylığı ve geleceğin dijital dünyasında kurgulanan dijital içerikli öykülerin üretilmesinin çabukluğunun gösterilmesidir.

Dijital teknolojilerin gelişim şeması içerisinde yer alan öngörülebilirliğin arama araçlarında en yukarıda yer almayı sağlayacak şekilde kurgulanan metinlerin sanatsal olup olmayacağı tartışması, bu durumda karşımıza çıkan bir diğer sorundur. Sanat eseri ya da metni, birtakım manipülatif etkilerle oluşturulursa oluşan metin, ideal düzlemde kusursuz olsa da sanat metni olabilir midir? Dijital dönüşümün kendi kültürünü oluşturacağı muhakkaktır. Sözlü ve yazılı kültürün kendi sanatsal eserlerini oluşturması gibi dijitallik de kendi sanatsal eserlerinin ilk örneklerini yakında verecektir. Öykü üzerinden göstermeye çalıştığımız, öykü formu bozulmadan, dijitalin metinsel araçları eşliğinde oluşturduğumuz metin ne kadar edebî bir metin olabilir? Arama ekranındaki bir anahtar kelime neticesinde karşımıza çıkacak olan öykü metni, şayet SEO optimizasyonuna göre düzenlendiyse bu metin öykü olabilir mi?

Dijitalliğin sağladığı imkânlar zaman zaman manipülasyona yol açıp, var olanı farklı şekilde sunarak yapısını bozabilmektedir. Bugünlerde tartıştığımız hakikatin değersizleşmesi meselesinin yakın gelecekteki bir benzerinin de metne dayalı sanat eserlerinin dijitalleşmeyle manipüle edilmesiyle ortaya çıkabileceğini ileri sürebiliriz. Bu durum, hâkim popüler edebiyat eleştirisinin de bu alana yönelmesini beraberinde getirecektir. Sormamız gereken soru, dijitalleşmenin tek başına bir sanat eseri var edip edemeyeceği ve bunun etrafında yeni bir okuma yapmanın gerekli olup olmadığıdır.

#### **Kaynaklar**

Dalgaldere, Sertaç, *Uzmanlar ve Yeni Başlayanlar İçin Yeni Nesil İş Modeli Online İçerik Yazarlığı*, İskenderiye Kitap, İstanbul 2019.

Hakverdi, Sezer, “Adam Öykü Dergisindeki Öykü Teorisi İle İlgili Yazıların İncelenmesi”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir 2014.

Özgül, M. Kayahan, “Hikâyenin Romanı”, *Hece Türk Öykücülüğü Özel Sayısı*, S 46/47 Ekim-Kasım, Hece Yay., Ankara 2000, s. 31-39.