

# **CUMHURİYETİN YÜZÜNCÜ YILINDA TÜRKİYE'DE MEDYA VE İLETİŞİM**

**Editörler**

**Prof. Dr. Şakir EŞİTİ**  
**Doç. Dr. Serhat ÇOBAN**



# CUMHURİYETİN YÜZÜNCÜ YILINDA TÜRKİYE’DE MEDYA VE İLETİŞİM

Editörler

Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ - Doç. Dr. Serhat ÇOBAN

ISBN: 978-625-6714-50-2

PA Paradigma Akademi Yayınları  
Sertifika No: 69606

PA Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım  
Fetvane Sokak No: 29/A  
ÇANAKKALE  
e-mail: fahrigoker@gmail.com

Yayın Sorumlusu: Nevin SUR

Tasarım&Kapak: Himmet AKSOY

Matbaa: Meydan Baskı | Sertifika No: 70835

Kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.

Bu Kitap T.C. Kültür Bakanlığında alınan bandrol ve  
ISBN ile satılmaktadır. Bandrolsüz kitap almayınız.



Aralık 2023



## BİLİM KURULU

Prof. Dr. Birol AKGÜL	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Metin KASIM	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Hülya ÖNAL	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Deniz YENGİN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Can Cemal CİNGİ	Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi
Doç. Dr. Selahattin ÇAVUŞ	Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Alaaddin Faruk PAKSOY	Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi



## ÖNSÖZ

Çoğunluğu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi Öğretim Üyeleri'nden oluşan akademisyenlerce “Cumhuriyetin Yüzüncü Yılında Türkiye’de Medya ve İletişim” teması ile hazırlanan bu kitap, gazeteden sinemaya, sinemadan sosyal medyaya farklı iletişim mecralarını irdelemiş; kadın, gözetim, demokrasi, kimlik, imaj ve emek gibi birçok soruna ışık tutmaya çalışmıştır.

Prof. Dr. Mehmet IŞIK, “Yunan Medyasında Türkler ve Türk Kurtuluş Savaşı” adlı çalışmasında tarihsel süreç içerisinde Yunan sinemasında Türklerin ve Türk Kurtuluş Savaşının nasıl temsil edildiğini incelemiştir. Işık çalışmasında, Yunan savaş filmlerinde Türklerin genellikle kötü karakterler olarak temsil edildiğini, bununla birlikte Yunanistan-Türkiye ilişkilerinin yumuşadığı dönemlerde Türklerin daha olumlu karakterler olarak gösterildiğini tespit etmiştir.

Prof. Dr. Gökhan GÖKGÖZ, “Erken Cumhuriyet Dönemi Yerel Basınında Kadın Temsilleri: Gaziantep Yazılı Basını Üzerine Bir İnceleme” adlı çalışmasıyla Cumhuriyetle beraber kadınlığın toplumsal konumundaki değişimleri irdeleyerek 1940’lı yıllar Gaziantep yazılı basınında kadın imgesinin nasıl temsil edildiğini araştırmaktadır. Gökgöz, 1940’lı yıllar Gaziantep yerel basınında kadınların ancak adli olayların tarafı olduklarında ve/veya çocuk bakımı ve terbiyesi, iyi ev kadını olma halleri gibi özel alana ilişkin meziyetler üzerinden tarif edildiklerinde ancak medyada kendilerine yer bulabildiklerini vurgulamaktadır.

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa MAYDA, “Cumhuriyet’ten Günümüze Gazetelerin Kurumsal Görsel Kimliklerindeki Dönüşümün Tasarımsal Analizi” çalışması ile Cumhuriyet’in ilanı ve sonrasında dönemlerde gazetelerin kurumsal kimliklerinde yaşanan dönüşümlere yoğunlaşmıştır. Mayda, Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze - dijitalleşmenin de etkisiyle- ulusal gazetelerin kurumsal kimliklerinde önemli değişimlerin yaşandığını belirterek gazetelerin kurumsal

görsel kimliklerindeki göstergeleri yansıtma noktasında tutarlı bir çizgide ilerlediklerini tespit etmektedir.

Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ, “Cumhuriyetin 100. Yılında Türkiye’de Sosyal Medya, Gözetim ve Demokrasi Sorunsalı: Gözetim ve Sosyal Medyaya İlişkin Çalışmalarının Bibliometrik Analizi” başlıklı çalışmasında temelde medya ile siyaset arasındaki sorunlu ilişkiyi vurgulamış, bu sorunlu ilişkinin medya teknolojilerinin gelişmesine rağmen devam ettiğini ileri sürmüştür. Türkiye’de ve dünyada sosyal medya, gözetim ve demokrasi ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini gerçekleştiren Eşitti, entelektüel bilgi birikimi içerisindeki eğilimleri ölçerek, yeni çalışmalara yönelik önerilerde bulunmuştur.

Doç. Dr. Serhat ÇOBAN ile Şevval YENERÖZ ise “Ekonomik Politikalar, Kamusal Yaklaşımlar ve Medya’da Emek Hareketlerinin Temsili” adlı çalışmalarında eleştirel ekonomi politik bir izlekten yola çıkarak uygulanan ekonomi politikalarının medya sektöründe yaşanan dönüşümlerle ilişkisine tarihsel bir perspektifle yaklaşmaktadır. Bu anlamda da neoliberal politikalar ekseninde medya sektöründe yaşanan dönüşümlerin haberi tecimselleştirerek gazeteciliğin kamusal sorumluluk anlayışını törpülediğini, emek haberciliğinden uzaklaştırdığını vurgulamaktadırlar.

Arş. Gör. Dr. Gülseren DİNVAR PEKŞEN ise “‘Ben, Bir Başkasıdır’ - Tayfun Pirseliimoğlu Sineması’nda Kimlik İnşası” adlı çalışmasında Pirseliimoğlu filmlerindeki karakterlerin kimlik yapılarının hangi izlekler üzerinden nasıl temsil edildiğini sosyolojik film çözümlemesi yöntemi ile felsefenin ve psikolojinin başvurduğu tanımlar üzerinden yapmaktadır. Dinvar, modernleşen dünyada kendi varlığına yabancılaşan, yalnızlığı derinleşen, sıklıkla tutarsızlıklar içerisinde temsil edilen, kendini absürt durumlara düşüren, benliğini aşmaya/bir başkası olmaya çalışan, kaygı çukurundan çıkamayan ötekilerin varoluşsal-otantik kimliğini Tayfun Pirseliimoğlu Sineması özelinde deşifre etmeye çalışmaktadır.

Arş. Gör. Zeynep AYER ÖZTOK da “Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu’na Yönelik Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi” başlıklı çalışmasında Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu hakkında yazılan ve Google Akademik veri tabanında yer alan makalelerin bibliyometrik analizini çok yönlü bir perspektifle incelemektedir. Ayer Öztok’un çalışması Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili yapılan araştırmaların eğilimlerini ve literatürün gelişimini anlamak adına değerli bir kaynak niteliğindedir.

Dr. Öğr. Üyesi Engin ÇAĞLAK ise “Yerel Medya” başlıklı çalışmasında yerel basının demokrasinin gelişmesi için önemli olduğuna değinerek yerel basının yaşadığı sorunlara dikkatleri çekmektedir. Çağlak, yerel basının sosyal, ekonomik ve siyasal yapılardan kaynaklı yaygın basına olan öykünmesinin yerel basını negatif bir biçimde etkileyebileceğini de vurgulamaktadır.

“Cumhuriyetin Yüzüncü Yılında Türkiye’de Medya ve İletişim” teması ile hazırlanan bu kitabın yazarları düşüncelerini, alanla ilgili çalışmalarını farklı bakış açılarıyla aktarmış, gazeteden sinemaya, sinemadan sosyal medyaya farklı iletişim mecralarını irdelemiş; sosyal medya hukuku, toplumsal cinsiyet, kadın, gözetim, iktidar, demokrasi, kimlik, imaj ve emek gibi birçok soruna ışık tutmaya çalışmıştır. Kitabın hazırlanış sürecinde desteğini esirgemeyen Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi yönetici ve akademisyenlerine teşekkürlerimizi sunar, kitabın okuyucuların düşün dünyasına ve bilgi birikimine katkı sunmasını dileriz.

**Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ**  
**Doç. Dr. Serhat ÇOBAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,  
İletişim Fakültesi,  
Aralık 2023, Çanakkale





# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	ix
Yunan Sinemasında Türkler ve Türk Kurtuluş Savaşı.....	1
<i>Mehmet IŞIK</i>	
Erken Cumhuriyet Dönemi Yerel Basınında Kadın Temsilleri: <i>Gaziantep Yazılı Basını Üzerine Bir İnceleme</i> .....	23
<i>Gökhan GÖKGÖZ</i>	
Cumhuriyetin 100. Yılında Türkiye’de Sosyal Medya, Gözetim ve Demokrasi Sorunsalı: Gözetim ve Sosyal Medyaya İlişkin Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi .....	53
<i>Şakir EŞİTTİ</i>	
Cumhuriyet’ten Günümüze Gazetelerin Kurumsal Görsel Kimliklerindeki Dönüşümün Tasarımsal Analizi .....	85
<i>Mustafa MAYDA</i>	
Ekonomik Politikalar, Kamusal Yaklaşımlar ve Medya’da Emek Hareketlerinin Temsili .....	111
<i>Serhat ÇOBAN, Şevval YENERÖZ</i>	
Yerel Medya .....	135
<i>Engin ÇAĞLAK</i>	
‘Ben, Bir Başkasıdır’ - Tayfun Pirselimoglu Sineması’nda Kimlik İnşası .....	161
<i>Gülseren DİNVAR</i>	
Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu’na Yönelik Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi .....	193
<i>Zeynep AYER ÖZTOK</i>	



# YUNAN SİNEMASINDA TÜRKLER VE TÜRK KURTULUŞ SAVAŞI

Mehmet IŞIK<sup>1</sup>

## Giriş

Yunanistan'ın bağımsızlığını Osmanlı İmparatorluğuna karşı yürüttüğü mücadele sonucunda elde etmesi, başlangıç yıllarından itibaren Türklerin, Yunan sinemasında genellikle olumsuz bir figür olarak temsil edilmesini beraberinde getirmiştir. İki ülke ilişkilerinin iyi olduğu dönemlerde bu olumsuz temsil büyük ölçüde ortadan kalksa da ilişkiler bozulduğunda Türklere yönelik önyargılar yeniden güç kazanır. Özellikle Yunan Bağımsızlık Savaşını (1821-1829) ve Yunanlıların “Küçük Asya Felaketi” (Mikrasiyatiki Katastrofi) olarak isimlendirdikleri Türk Kurtuluş Savaşı'nı konu alan filmlerde Türkler ezeli baş düşman olarak konumlandırılır. *Bir Tutam Baharat* (A Touch of Spice, 2004) ve *Ege'nin Sirenleri* (Loafing and Camouflage: Sirens in the Aegean, 2005) gibi filmler 2000'li yıllardan itibaren Yunan sinemasında Türklere yönelik olumsuz bakışın yumuşadığına ilişkin görüşlere güç kazandırsa da 2021 yılında çekilen *Sevgili İzmir'im* (Smyrna My Beloved) eski önyargıları daha da güçlü şekilde tekrarlayarak bu görüşleri zayıflatmıştır. Bu çalışmada tarihsel süreç içerisinde Yunan sinemasında Türklerin ve Türk Kurtuluş Savaşının nasıl temsil edildiğinin izleri sürülecektir.

## Yunan Sinemasının İlk Yıllarında Türklerin Temsili

Savaş, özellikle de Türklerle yapılan savaşlar Yunan sinemasında önemli bir yere sahiptir. Frederic Villiers (1852–1922) ve George Méliès'in (1861–1938) 1897 Yunan-Türk savaşı sırasında çektiği bir dizi haber filmi, Yunanistan topraklarında çekilen en eski film kayıtları olarak kabul edilir. Propaganda yönü ağır basan bu

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, mehmet.isik@artuklu.edu.tr

filmlerde amaç sadece bir dizi tarihi olayın sinema yoluyla kayda geçirilmesi değildir. Bu filmlerle "Türk mezalimini" Avrupa'ya kanıtlayacak görsel bir propagandanın da alt zemininin hazırlanması ve Türklere karşı oluşturulacak olumsuz imajın sinema aracılığıyla tüm Avrupa'ya yayılması amaçlanır. Anılan filmlerden yalnızca *Yunanistan'da Deniz Muharebesi* (Sea Fighting in Greece, 1897) günümüze kadar varlığını koruyabilir. Diğerleri George Méliès'in iflas etmesi ile birlikte ya kaybolur, ya yanar, ya da üstlerine yeni filmler çekilmek için kullanılır (Özsüer, 2017: 119-120).

Yunanistan ve özellikle başkent Atina 1900’lerin başında sinemacıların ilgi duyduğu bir mekan haline gelir. Adı bilinmeyen bir Amerikalı kameraman Atina'yı ilk kez 1904'te filme alır. Onu Pathé'nin en büyük rakibi Gaumont için çalışan Leon (veya Leons) adında bir Fransız kameraman izler. Leon, 1906 Ara Olimpiyatları'nı görüntülemek için Atina'ya gelir ve oyunları filme alır. Leon'un çektiği filmler, Yunan topraklarında yapılan ilk görsel kayıtlar arasındadır (Karalis, 2012: 5). Özellikle son yıllarda Türk sinemasının da öncüleri arasında gösterilmeye başlanan Manaki Kardeşler<sup>2</sup> (Evren, 1995: 59; Şentürk, 2020: 276; Orakçı, 2023: 594-595; Çeliktemel-Thomen, 2010: 4-6), Yunan sinema tarihinde önemli bir yere sahiptir. Yannakis (Ioannis) (1878–1954) ve Miltiadis (1882–1964) Manaki kardeşler, 1905 yılında o sırada Osmanlı toprağı olan Makedonya'da sıradan köylülerin hayatından kırsal sahneleri kaydederek etnografik belgesel türünün temelini oluşturan bir dizi film yaparlar. Bunlardan *Sultan V. Mehmet'in Selanik ve Manastırı Ziyareti* (1911), *Türk Esirler* (1912), *Mülteciler* (1916) ve *Manastır Bombardımanı* (1916) vb.leri sonraki yıllarda Yunan sineması tarafından kalıcı sanatsal miras olarak algılanır. 1910/11’de ülkeye ilk kayıt kamerasının ithal edilmesinin ardından, Harilaos Mavrodimakis böceklerin ve sürüngenlerin yaşamlarını konu alan çok sayıda kısa film çeker ve bu filmler

---

<sup>2</sup> Janaki Manaki (1878-1954) ve Milton Manaki (1882-1964), günümüzde Yunanistan sınırları içerisinde kalan Vlah kökenli Makedonlar’ın yaşadığı Avdela köyünde doğdu. Bazı Yunan kaynaklarında Manaki Kardeşler’in Yunan olduğu iddia edilmekteyse de, Makedonlar bu varsayıma karşı çıkmakta ve Manaki Kardeşler’in Vlah kökenli Makedon olduklarını savunmaktadırlar (Çeliktemel-Thomen, 2010: 4).

Yunanistan'da çekilen ilk bilimsel belgeseller olur (Karalis, 2012: 5-8).

Balkan Savaşları (1911-1912), Yunanlı yöneticilerin sinemanın propaganda açısından önemini kavramasını sağlar. Savaş boyunca Avrupa ve Balkanlardaki birçok ülkeden gelen sinemacılar, cephelere akın ederler ve kısa süreli çekimler yaparlar. Dönemin önde gelen büyük film şirketleri de Balkan Savaşlarını kayda geçirmek için metrelerce film harcarlar. Sinemacıların bu ilgisi, Yunanlı yöneticilerin sinemanın kitleler üzerindeki etkin gücünü fark etmesine ve Başbakan Venizelos döneminde Balkan Savaşlarını kayda almak amacıyla devlet bütçesinden hususi olarak bir bütçe ayrılmasına neden olur. Filmleri çekmek üzere Macar asıllı Joseph Hepp görevlendirilir ve kendisinden Yunanların birer vatanperver olarak nasıl cesaretle savaştığını, diğer ülkelerin acımasız taraflarını ve kötü birer savaşı olduğunu gösteren kareler çekmesi istenir. Türkler ve Bulgarlar aleyhine çekilen bazı kurgusal sahneler, Yunan devletinin sinema yoluyla propaganda mekanizmasını nasıl işlettiğinin önemli bir örneğini oluşturur (Özsüer, 2017: 120).

Balkan Savaşı sırasında ve sonrasında Josef Hepp, baskın figür olarak ön plana çıkar. 1912'de sinemanın gelişmesinde önemli bir rol oynayacak olan Başbakan Eleftherios Venizelos'un seçilmesini takip eden büyük iyimserlik döneminde, kraliyet ailesinin hayatını konu alan iki kısa film daha çeker. Saray'ın en sevilen görüntü yönetmeni ve aynı zamanda ülkenin en yüksek maaşlı profesyoneli olarak Balkan Savaşlarını (1912–1913), Yunan ordusunun Selanik'e girişini ve Bulgar ordusunun yenilgisini belgeler. 1911 yılında ilk Yunan film şirketi *Athina Film* kurulur. 1914/15'te ilk uzun metrajlı film olan, kostümlü kırsal drama *Golfo* (1915), şirketin kurucusu Costas Behatoros tarafından Filippo Martelli ile birlikte çekilir (Karalis, 2012: 5-8). I. Dünya Savaşının ardından Yunan Sineması genişleme dönemine girer (Mini, 2017: 57) ve 1920'li yılların ikinci yarısından itibaren Yunan Bağımsızlık Savaşı'nın yüzüncü yılının yaklaşmasının da etkisiyle Türk-Yunan çatışmalarını konu alan filmler çekilmeye başlar.

Türk-Yunan çatışmaları arasında Yunan sinemasının en çok ilgi gösterdiği olay, aynı zamanda Yunan Devrimi (1821-1829) olarak da bilinen Yunan Bağımsızlık Savaşı’dır. Yaklaşık otuz film bu savaşın tasvirine odaklanırken, 1919-1922 Yunan-Türk Savaşı, 6-7 Eylül 1955 İstanbul olayları veya 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı ve daha sonraki çatışmaları konu alan bir düzineden fazla film yoktur. Bunun en temel sebebi yenilgilere ve sürgünlere yol açan daha sonraki çatışmaların aksine, Yunan Bağımsızlık Savaşı’nın Osmanlı yönetiminden kurtuluşu getirmesi, böylece Yunan film yapımcılarına, acımasız zalimlere karşı kahramanca anlatılar inşa etmeleri için bol miktarda malzeme vermiş olmasıdır (Mini, 2017: 56). Yunan Bağımsızlık Savaşı’nı konu alan filmlerde Türkler her koşulda düşman ve Yunanlıların özgürlüğüne engel teşkil eden kişiler olarak karşımıza çıkar. Filmlerde yer alan Türkler, genellikle şişman, kısa boylu, uzun sakallı, bıyıklı, tıknaz; özetle çirkin gösterilen karakterlerdir. Ayrıca bu filmlerde yoksul Türk’e rastlanmaz. Türkler genellikle bölgenin yönetimini elinde bulunduran güçlü ağalar ya da paşalar olarak temsil edilir. Hemen hepsi de aptal, eğlence ve şehvet düşkün karakterler olarak gösterilir. Sofraları zengindir; içerisinde bol miktarda değerli eşyanın, halıların, bakır sinilerin, pahalı perdelerin ve nadide türden hayvanların (tavus kuşu, maymun, nadir türden kuşlar vb.) yer aldığı lüks mekânlarda yaşarlar (Özsüer, 2017: 140-142).

Yunan sinemasında Türklerle yaşanan çatışmaları ele alan ilk kurmaca film, hiçbir zaman tamamlanamayan (Karalis, 2012: 5-8) *Yunan Mucizesi*’dir (Ellinikon Thavma). Film, 1915 yılında Almanya’ya giderek ülkenin en büyük film stüdyosu UFA’da çalışan Dimitris Gaziadis tarafından çekilir. Gaziadis, 1921’de Yunan Dışişleri Bakanlığı talebi üzerine Anadolu’daki Yunan ordusunun başarılarını gösterecek bir film çekmek üzere Anadolu’ya geçer ve Yunan ordusunu Anadolu’da izleyerek Sakarya Meydan Muharebesi’nden 1922 Eylül’üne kadar yaklaşık bir yıl boyunca görüntüler alır (akt. Orakçı, 2023: 597). Ancak bu görüntüleri kullanarak yapmayı planladığı *Yunan Mucizesi* adlı bu film, Yunan ordusunun aldığı büyük yenilgi nedeniyle hiçbir zaman tamamlanmaz

ve gösterime girmez (Tzavalas, 2012: 21). Yunan sinemasının senaryosu, oyuncularını ve platosu bulunan ilk savaş filmi olan *Yunan Mucizesi*'nin son sahnesinin, Yunan ordusunun Ankara'ya girişi ile sonlandırılması planlanır; fakat Yunan ordusu senaryoya uygun şekilde hiçbir zaman Ankara'yı işgal edemediğinden film tamamlanmadan yarıda bırakılır (Özsüer, 2017: 122).

Aynı dönemde, Joseph Hepp de Anglo-Greek Film Company için Yunanistan'ın Küçük Asya Seferini (1919-22) konu alan bir dizi haber filmi hazırlar. Benzer filmler Achilleas Madras ve özellikle Giorgos Prokopiou ve yeni kameraman Dimetris Gaziadis tarafından da çekilir. Örneğin Giorgos Prokopiou ve Dimetris Gaziadis, Yunan kuvvetlerinin İzmir'e girişini filme alır ve Yunan ordularının "Küçük Asya'nın içlerindeki muzaffer yürüyüşünü" takip eder. Dimetris Gaziadis'in Yunan hükümetinin emriyle, Giorgos Prokopiou'nun ise "...kendi kamerasıyla" kendisi adına çektiği Sakarya Savaşı'nı konu alan filmler Amerika Birleşik Devletleri'nde gösterilir (Tzavalas, 2012: 21-22). Ayrıca Tzavalas'a (2012: 22) göre "Giorgos Prokopiou, Yunan savaş esirlerine yapılan işkence ve infazları ve Türklerin yaptığı diğer zulümleri de" filme almıştır. Hatta bu filmlerde Türklerin kurbanı öldürmeden önce ayaklarına nal çivilediği sahneler yer almaktadır. Prokopiou, çekimler sırasında Türkler tarafından yakalanıp hapsedilir ve idama mahkûm edilir. İdam edilmekten bir Fransız konsolosluk memurunun müdahalesiyle kurtulur ve sonrasında da Yunanistan'a kaçar. Kaçarken çalışmalarının çoğunu kurtarır ve bunları daha sonra izlenmek üzere 1923 ve 1924 yıllarında bir araya getirir. Bu görüntülerin tamamı, Atina'daki Yunan film kütüphanesinde muhafaza edilmektedir.

Yunan sinemasında Türk karşıtı kurmaca filmlerin ilk iki örneği Yunan Bağımsızlık Savaşı'nın yüzüncü yılı vesilesiyle 1929 yılında çekilen Kostas Leloudas'ın *The Banner of 1921*<sup>3</sup> ve The Dimitris Kaminakis'in *Last Days of Odysseas Androutsos* (Odysseas

---

<sup>3</sup> Frixos Eliadis'e göre *The Banner of 1821* filmi ilk başta *The Banner of 1821* adıyla gösterime girmiş, daha sonra *The 25 Mart* olarak yeniden adlandırılmıştır. Hâlbuki film ilk başta *The 25 Mart* adıyla vizyona girmiş adı sonra değişmiştir (Tzavalas, 2012: 9).

Androutsos'un Son Günleri) filmleridir. Her iki film de Yunanlıların moralini güçlendirmeyi ve Türklere ilişkin basmakalıp tanımlamaları sürdürmeyi amaçlar. Filmler kaybolmuş olsa da onlar hakkında yazılanlar ideolojileri konusunda ipuçları verir. Örneğin, *The Last Days of Odysseas Androutsos* üzerine yapılan bir basın açıklamasına göre film, Yunan kahramanlığını tasvir etme açısından benzeri görülmemiş bir filmidir. Bazı Yunanlı genç kadınların Türkler tarafından zorla kaçırılıp Ali Paşa'nın sarayına götürülmesini ve kadınların İslam'a geçmek yerine cesaretle ölümü seçmesini anlatır (Mini, 2017: 57). *The Banner of 1921* filmi ise Peloponnesos'ta bulunan Aya Lavra Kilisesi'nde metropolit Paleon Patron Germanos'un 25 Mart 1821 tarihinde Yunan bayrağını sallayarak Mora İsyanını başlatmasını (Özsür, 2017: 133) konu alır.

Kısa süre sonra Türkiye ile Yunanistan yakınlaşma sürecine girer. 10 Haziran 1930'da imzalanan Ankara Sözleşmesi ile mübadillerin geride bıraktıkları taşınmazlarla ilgili sorunlar kesin olarak çözülür. Ardından 30 Ekim 1930 tarihinde Türkiye ve Yunanistan arasında siyasi, ekonomik ve askeri nitelikli işbirliğini amaçlayan *Dostluk, Tarafsızlık, Uzlaşma ve Hakemlik Antlaşması* imzalanır. Taraflar 1933'te imzalanan *Samimi Anlaşma Belgesi* ile “ortak sınırlarının karşılıklı olarak saldırıdan korunmasını güvence altına” alırlar ve ortak çıkarları ilgilendiren konularda önceden birbirlerine danışmayı taahhüt ederler (Oran, 2002: 344-350). Bu gelişmeler sinemada da hemen etkisini gösterir ve Türk karşıtı milliyetçi Yunan filmleri ortadan kaybolur (Mini, 2017: 57).

İlişkilerin yumuşamasıyla birlikte Türk-Yunan ortak yapım filmler de çekilmeye başlar. Bu noktada ilk adım 1931 yılında Türkiye, Yunanistan ve Mısır ortak yapımı *İstanbul Sokaklarında* filminin çekilmesiyle atılır. Yönetmenliğini ve senaryo yazarlığını Muhsin Ertuğrul'un üstlendiği filmin çekimleri İstanbul, Bursa, Kahire, İskenderiye ve Atina'da gerçekleştirilir (Onaran, 1994: 28). Aynı zamanda Türk sinemasının ilk ortak yapımı ve ilk sesli filmi olan *İstanbul Sokaklarında*, gazetecilerden yoğun eleştiriler almakla birlikte halk tarafından beğenilir ve iyi gişe yapar. İçerisinde Yunanca



şarkıların yer aldığı film, Yunanistan'da *İstanbul Dilencisi* adıyla gösterime girer ve orada da seyirciden geniş ilgi görür (Orakçı, 2023: 607). Pekman'a (2013: 36-37) göre aynı kadına âşık olan iki erkek kardeşin başından geçen olayları anlatan *İstanbul Sokaklarında*, sonraki yıllarda Türk sinemasında sıklıkla karşılaşılaçağımız şarkılı melodramlara ve arabesk filmlere zemin hazırlar.

Türk-Yunan ortak yapımı ikinci film yönetmenliğini yine Muhsin Ertuğrul'un yaptığı 1933 yılında vizyona giren *Fena Yol* olur. Grigorios Ksenopoulos'un aynı adlı romanından sinemaya uyarlanan filmin senaryosu Nazım Hikmet (Mümtaz Osman) tarafından kaleme alınır. Zante adasında yaşayan biri güzel diğeri çirkin iki genç kızın öyküsünü anlatan filmin oyuncu kadrosunda Necdet Mahfi Ayral, Marika Kotopouli, Kiveli, Giorgios Papas, Gavrilidis, Dimitri Murai gibi isimler yer alır. *Fena Yol*, bir Türk filminden çok ilk Rumca sözlü, şarkılı film niteliği taşır (Scognamillo, 2014. 58). Film genel olarak Türk film eleştirmenleri tarafından beğenilir. Özellikle iki başrol oyuncu, Kiveli ve Kotopouli'nin oyunculuğu başarılı bulunur. Yerelliğin iyi yansıtıldığı belirtilir; iç sahneler beğenilir ve dış çekimler temiz bulunur (Orakçı, 2023: 613).

### **Kıbrıs Sorununun Ortaya Çıkışı Sonrasında Yunan Sinemasının Türklerin Temsili**

Kıbrıs nedeniyle yaşanan gerilimin artmasıyla birlikte 1950'lerin ortalarından itibaren Yunan sinemasında Osmanlı dönemini konu alan filmler yeniden popüler hale gelir. 1955-1959 döneminde dört Türk karşıtı film gösterime girer. *Zalongo: Özgürlük Kalesi*//*Zalongo: The Fort of Freedom* (Stelios Tatassopoulos, 1959), *Bouboulina* (Kostas Andritsos, 1959), *The Lake of Sighs* (Grigoris Grigoriou) ve *Ali Pasha and Lady Frosini* (Stefanos Stratigos, 1959). Filmler, Osmanlı döneminin bilinen olay ve şahsiyetlerini konu alır: Yunan asilzadesi Frosini'nin Ali Paşa'nın emriyle Yanya Gölü'nde boğulması (*The Lake of Sighs* ve *Ali Pasha and Lady Frosini*), Souli belediyesinin Türkler tarafından ele geçirilmesi ve Yunanlı kadınların kölelikten kaçınmak için kendilerini ve çocuklarını Zalongo Dağı'ndaki kayalıklardan atarak toplu intiharları (*Zalongo: Özgürlük Kalesi*) ve efsanevi

kahraman Laskarina Bouboulina'nın maceraları. Çoğu filmde Türk karakterler açgözlü, şehvet düşkün (bunların en kötüsü Yanya'nın heybetli Ali Paşa'sıdır), paralı askerler ve casuslar olmadan askeri bir zafer kazanmaktan aciz kimseler olarak temsil edilir (Mini, 2017: 58).

Yine de 1960'ların ortalarına kadar Yunan sineması ortalama Türkleri nadiren şiddete başvuran kişiler olarak gösterir. Filmlerdeki Türk karakterler açgözlülükleri, kurnazlıkları ve korkaklıkları nedeniyle Yunanlılara göre aşağılık görünseler de tehlikeli olmak yerine gülünçtürler. Ayrıca bazı Türkler takdire şayandır. *In The Lake of Sighs* (1959) filminde Ali Paşa'nın oğlu ve Frosini'nin sevgilisi Muhtar, tipik bir romantik kahraman, dürüst bir adam ve babasının kötülüğünün kurbanıdır. Spyridon Peresiades'in popüler pastoral oyunu *Esmé: Türk Kızı*'ndan (The Turkish Girl, 1896) uyarlanan *Yaşamda ve Ölümde Birlikte* (Together in Life and Death, 1964), bir Yunanlı genç ile herhangi bir Yunanlı kızı kadar saf bir Türk kızı arasındaki romantizmi konu alır (Mini, 2017: 58).

Panos Kontellis'in aynı adlı romanından uyarlanan *Kovuşturulma/Persecution* (1964), Türkleri açgözlü ve kurnaz gösteren filmlerden bir diğeridir. Yönetmenliğini Grigoris Grigoriou'nun ve senaryo yazarlığını James Paris'in yaptığı dram türündeki film, “Küçük Asya felaketinin” ardından üç yaşındaki oğlu Konstantin'i kaybeden Katerina Rodeli adındaki bir kadının, yıllar süren bir arayış sonunda oğlunu bulmasını konu alır. Yüz dakika uzunluğundaki filmde Katerina'nın yıllar önce kaybettiği oğlu; açgözlü, menfaatçi bir Türk subayı olarak karşımıza çıkar (Süar, 2011: 83-86).

Türk temsilleri 1960'ların ortalarına kadar genel olarak Yunan üstünlüğünü ima etse de aynı zamanda Yunan-Türk uyumunun tasviri olasılığını da açık bırakır. Pek çok Yunan film izleyicisinin 1919-1922 savaşı, Yunanistan ile Türkiye arasındaki 1923 nüfus mübadelesi ve 1955 İstanbul olayları sonrasında Türkiye'yi terk eden göçmenler olduğu göz önüne alındığında, film yapımcılarının, filmlerini oluştururken bu izleyicilerin isteklerini dikkate aldıkları sonucuna

varılabilir (Mini, 2017: 58). Bu nedenle filmlerde sıklıkla Anadolu'ya ilişkin görüntülere ve müziklere yer verilir.

Türk'ün Yunan sinemasındaki “bazen bir tiran ve aşağılık, bazen de 'biz' gibi asil bir insan” şeklindeki bu çifte imajı, sağcı Yunan Askeri Diktatörlüğü (1967-1974) döneminde büyük ölçüde ortadan kalkar. 1967 askeri darbesinden sonra, güçlü Yunan milliyetçi fikirlerinin propagandasını yapan savaş filmi türü gelişir. Daha önceki siyah beyaz savaş filmlerinden farklı olarak, 1967 sonrası olanlar, rejim tarafından finansal olarak desteklenen, gösterişli ve renkli yapımlardır. Çoğu İkinci Dünya Savaşı ile ilgili olan bu filmlerden 1971-1972 döneminde çekilen üçü Yunan Bağımsızlık Savaşını dramatize eder: *Manto Mavrogenous* (Kostas Karagiannis, 1971), *Papaflissas* (Errikos Andreou, 1971) ve *Souliotes* (Dimitris Papakonstantis, 1972), ilk ikisi ünlü kahraman figürlerin hikâyelerini anlatırken üçüncüsü “Zalongo trajedisini” dramatize eder. 1821 ayaklanmasının 150. yıl dönümüne denk gelecek şekilde gösterime giren bu filmler, ülkeyi muzaffer bir devrime götüren Yunan ordusunun cesaretini vurgular. 1967 diktatörlerinin ve onların (darbelerine verdikleri adla) “devrimlerinin” dolaylı bir değerlendirmesini yapar. Anılan filmler, Türklere son derece aşağılayıcı özellikler atfeder. Türkler güvenilmez ve açgözlü olmalarının yanı sıra son derece şiddet yanlısı, evleri ve köyleri yakan kişiler olarak gösterilir (Mini, 2017: 59).

Askeri yönetim, özellikle 1821 dönemiyle ilgili filmlerin çevrilmesine özel bir önem verir. Yunan kolektif belleğinde “milli öteki” olarak görülen Türklere karşı verilen bu bağımsızlık mücadelesi, Yunan ulusunun yeniden doğuşunu simgeleyen önemli bir tarih olarak işaretlenir. Neredeyse tüm ulus- devletlerin resmi tarih yazımında sıkça tekrarlanan “şanlı dönem algısı”, Yunan tarihinde de 1821 Bağımsızlık Savaşı süreci ile bağdaştırılır. Anılan dönemde çekilen filmlerde kullanılan "Düşman Türk" kavramı, Türklerin yeniden Yunanistan'ı işgal etme korkusunu yaratma amaçlı değildir. Asıl amaç, Türk metaforunu kullanarak dış kaynaklı "düşman" algısını oluşturmaktır. Başka bir ifadeyle hedeflenen, Türklerin kötü imajını göstermekten ziyade Yunan kimliğine sahip çıkarak dış düşmanla

mücadele etmektedir. 1821 Mora İsyanında ortak düşmana karşı birlikte hareket eden Yunanlılar, gene aynı birlik duygusuyla dönemin düşman(lar)ına karşı hareket etmelidir. Kısacası “Türk, birliğin öteki sağlayıcısıdır”. Cunta döneminde çekilen filmlerde göze çarpan bir diğer önemli ayrıntı, Osmanlı egemenliği altında yaşayan Yunanlıların neredeyse tamamının etnik kimlik bilincine sahip olmasıdır. Bu bilinç etrafında Türklere karşı özgürlük mücadelesi verilir. Yunanlılar, hiçbir toplumsal sınıf ayırımı gözetilmeksizin ortak düşman sayılan Türklere karşı canla başla mücadele eder. Filmler boyunca Yunanlıların homojen bir ulus olduğunun altı çizilir (Özsüer, 2017: 127-132).

Yönetmenliğini Apostolos Tegopoulos’un yaptığı *Köklerden Sökülmüş Nesiller* (Xerizomeni Genia, 1968) Kıbrıs’ta yaşanan olaylar nedeniyle Türk-Yunan ilişkilerinin gerilimli olduğu bir dönemde çekilir. Film, İzmir’in Türkler tarafından geri alınmasının ardından öksüz bir çocuk olarak Atina’ya gelen Vasilis’in hikâyesini anlatır. Buzuki çalan rebet Barba Mantho tarafından büyütülen Vasilis, ondan buzuki çalmasını öğrenir ve büyüyünce başarılı bir rebet olur. Filmde buzuki ustası Barba ile büyüyen Vasilis’in ailesini bulma çabaları, Naziler yüzünden Anadolu’ya kaçması ve sonrasında başına gelen olaylar anlatılır. Süar’a (2011: 89) göre sanatsal yönü hemen hiç olmayan, ancak halk nezdinde beğeni toplayan *Köklerden Sökülmüş Nesiller*, Türklerin yaptıkları kovma sonucunda halkın ne çektiğini mübadele filmlerinin olmazsa olmazı Rembetiko şarkıları üzerinden ajitasyon yaparak anlatmış ve o dönemin toplum sorunsalını ilkel bir opera tarzında olan müziklerle, basit bir üslupta aktarmaya çalışmıştır.

Mini’ye (2017) göre Askeri Diktatörlük döneminde (1967-1974) çekilen *Köklerden Sökülmüş Odysseus’un Maceraları/The Odyssey of an Uprooted Man* (Apostolos Tegopoulos, 1969), diğerlerinden farklı olarak Yunanlılar ve Türkler arasındaki benzerliklerin altını çizer. Melodram türündeki film, “1922’deki sözde Küçük Asya Felaketi’nin sonuçlarına” odaklanır. Yapımcılığını entrikalarla dolu melodramlarda uzmanlaşmış Klak Filmin üstlendiği *The Odyssey of an Uprooted Man*, kırsal kesimdeki ve şehrin daha az varlıklı banliyölerindeki izleyicileri hedef alır. Dört saat uzunluğundaki film,

çok küçük yaşta Anadolu'dan Yunanistan'a göç etmek zorunda kalan Vasilis'in, 1922'de Türk birlikleri tarafından esir alınan babasını bulmak için Türkiye'ye dönmesini ve sonrasında başından geçen olayları konu alır. Bizans döneminin, antik Yunanistan ile modern Yunanistan arasında bir ara aşama olduğu ideolojik noktasını yineleyen film, İstanbul'u kayıp bir cennet, "Romiosini'nin (Yunan ruhunun) beşiği olarak" sunar. Ancak filmin Türk karakterleri, aynı zamanda Vasilis'in acısını duyumsar, ona yardım eder ve 1919-1922 çatışmasını her iki tarafa da zarar veren bir talihsizlik olarak görür. Film, özellikle müzikler üzerinden iki toplum arasındaki kültürel bağların altını çizer. Vasilis, orijinal oryantal şarkıları dinler ve söyler. İki kez Türkçe ve Yunanca dizeleri karıştırarak (Yunanlı mülteciler arasında popüler olan) "Bekledim de Gelmedin" isimli Türkçe şarkıyı seslendirir. Türk oryantal dansı ise samimi duyguları yansıtır. Her ne kadar Türk karakterlerin çoğu, izleyicilerde hayranlıktan ziyade acıma duygusu uyandırsa da *The Odyssey of an Uprooted Man*, Yunan Devrimi'ni konu alan yüksek bütçeli savaş filmlerinin yaptığı gibi Yunan-Türk nefretini yeniden üretmez; bir tür kardeşliği ve ortak talihsizliği çağırıştırır (Mini, 2017: 60).

Mini'nin bu tespitlerine rağmen *Köklerinden Sökülmüş Nesiller*'in (1968) devamı niteliğindeki filmin çok da Türk dostu olduğunu söylemek mümkün değildir. İlk filme göre daha ılımlı bir yaklaşım benimsese de bu filmde de Türklere yönelik önyargılara yoğun şekilde yer verilmiştir. Nitekim Süar'a (2011: 89) göre "Türklerin düşman niteliğinde Yunanlıların hayatına yeniden girdiği zamanlar içerisinde yapılan bu iki film, Kıbrıs'ta yaşanan olaylara ve Kıbrıs topraklarındaki Vasilislere de işaret etmektedir. Türkler, buradaki kuşakları da köklerinden sökmek için adeta hazır bekley(en)" barbarlar olarak gösterilmiştir.

Askeri Cunta döneminde çekilen bir diğer Türk karşıtı film, yönetmenliğini Hristos Kyriakopoulos'un yaptığı, senaryosu Nikos Foskolos tarafından kaleme alınan *Göçmen*'dir (O Prosfigas, 1969). Dram türündeki film, 1922 yenilgisi sonrasında dağılan aileleri, bozulan yuvaları ve kimlik edinme süreci içerisinde yeniden başlanan

hayatları ikiz kardeşler üzerinden anlatır. Film, İzmir yangını sırasında babalarının Türk subayları tarafından öldürülmesi üzerine birbirinden ayrı düşen ikiz kardeşler Yorgos ve Leonis’in, komşu kızları Fani’nin yardımıyla yıllar sonra karşılaşmalarını ve sonrasında yaşanan dramatik olayları konu alır (Bayındır ve Işık, 2016: 106). Filmin özellikle başlangıç kısmında yoğun şekilde Türkleri barbar olarak gösteren görüntülere yer verilmiştir.

Yunan Askeri Diktatörlüğü (1967-1974) dönemi, milli duyguları harekete geçiren ama bir taraftan da nostaljik yönüyle kendi kimliğini keşfettiren sinema filmlerinin çekilmesine olanak sağlar. Anılan dönemde Yunan sinemasında, tarih yeniden kurgulanarak düşman "Öteki" ile pekiştirilmiştir. Özellikle Yunan 1821-1829 Bağımsızlık Savaşını konu alan filmlerde, Türkler üzerinden barbar ve her an saldırmaya hazır düşmanlar olarak gösterilerek İç Savaş vb. sebeplerle bozulan milli birlik ve beraberliğin sağlanması hedeflenmiştir. Başka bir ifadeyle amaç sadece Türklerin olumsuz imajlarını kullanarak anti-Türk propagandası yapmak değildir; aynı zamanda dönemin siyasi bir tehdidi olarak gösterilen komünizmin aleyhinde de politik mesajlar vermektir. Siyasi otoritesini meşru kılmak isteyen cunta yönetimi, komünizm tehdidi gibi yapay bir gündem etrafında ulus birliğini sağlama çabasına girmiş ve bunu da Yunan Bağımsızlık Savaşı temalı filmlerde dış düşman gösterilen Türk ile bağdaştırmıştır. Dolayısıyla bu tür filmlerde Türk, ebedi düşman metaforuyla karşımıza çıkan sembol bir "Öteki" rolünde temsil edilmiştir (Özsüer, 2017: 154).

### **Kıbrıs Barış Harekâtı Sonrasında Yunan Sinemasının Türklerin Temsili**

Kıbrıs Barış Harekâtının (1974) hemen sonrasında, Askeri Diktatörlüğün ve buna paralel olarak Yunan film stüdyo sisteminin çöküşünden sonra, Yunan auteur sineması, ana akım sinemanın ilişkilendirildiği savaş temalarından uzak durur. Ancak 1978 yılında Nikos Koundouros tarafından çekilen *İzmir 1922* adlı film, Yunan sinema tarihinin en acımasız Türk tablosunu çizer (Mini, 2017: 61). Film, 1922 tarihinde Türk Ordusunun İzmir’e girmesinin ardından

henüz Anadolu'yu terk etmemiş olan Rumlara ve Ermenilere Türk çetelerinin uyguladığı şiddet ve zulüm çarpıcı görüntülerle anlatılır. Evlerinin önünde kurşuna dizilen çocuklu aile, ırza geçme ve işkence olayları, esir alınan bir grup erkek ve birkaç kadının günlerce yaz sığağında aç susuz yürütülmesi, bu yürüyüş esnasında kiminin su içmek istediği için kiminin nedensiz yere öldürülmesi, esir kadınların ırzına geçilmesi gibi sahneler yoluyla Türkler adeta kana susamış canavarlar olarak resmedilir. Film boyunca Yunan izleyicide, Türkler hakkında öfke, kin ve düşmanlık duygularını uyandıracak sahnelere yer verilir. Şehirdeki büyük güçlerin Rumlara yapılanlar karşısında tepkisiz kalması da filmde eleştirilen bir diğer noktadır (Sapaz, 2019: 119).

Ilias Venezis'in otobiyografik romanı *The Number 31328*'den (1931) sinemaya uyarlanan film, Yunanlıların Türklerin yönetimi altında maruz kaldığı iddia edilen mezalimi romandan çok daha acımasız ve dehşet verici bir biçimde anlatır. Film ilk vizyona girdiği dönemde Yunanistan ile Türkiye arasındaki dostane ilişkilerin korunması adına Yunan hükümeti tarafından yasaklanır (Gedgaudaitė, 2021: 80). Koundouros'un Mustafa Kemal'in askerlerinin kadınlara tecavüz etmesini, evleri yakmasını ve insanları katletmesini tasvir etmesi, 1978 Selanik film festivalinde *İzmir 1922*'yi izleyen izleyiciler ve eleştirmenler arasında hararetli tartışmalara ve ayrıca yabancı büyükelçiliklerin tepkilerine yol açar. Bu tartışmalar üzerine film Yunanistan'da yasaklanır ve 1982 yılına kadar gösterime girmez (Mini, 2017: 61). Tartışmalara rağmen 1978 yılında Uluslararası Selanik Film Festivalinde en iyi yönetmen ödülü ve Yunan Film Merkezi'nin en iyi orijinal senaryo ödülleri bu filme verilir. Film 1982'de Cape-Town Dünya Sinema Festivalinde en iyi yönetmen ödülüne layık görülür ve pek çok uluslararası festivalde de yer alır (Süar, 2011: 97). Bu ölçüde Türk düşmanlığına yer veren bir filmin Yunanistan'da ödüllere layık görülmesi, Yunan sinemasının Türklere yönelik bakışı konusunda önemli ipuçları verir. Türkleri düşmanlaştıran, propaganda yönü baskın bir filmin çekilmesinden daha problemlili olan, böylesi bir filmin

Yunanistan’ın en önemli film festivallerinde ödüllere layık görülmesidir.

1974 yılından sonra çekilen Yunan Bağımsızlık Savaşı temalı filmlerde de önemli bir değişim gözlenir. Kahramanlık ve savaş hikâyeleri yerine bağımsızlık mücadelesinde yer almış kahramanların kendi iç dünyalarını anlatan ve daha çok psikolojik çözümlerinin yapıldığı filmler çekilmeye başlar. Nikos Koundouros'un 1992 yılında çektiği *Byron: Şeytan İçin Bir Ezgi* bu türden bir filmidir. Yunan Bağımsızlık Savaşında etkin rol almış İngiliz şair Lord Byron’un yaşam öyküsünü konu alan filmde, tarihi olaylara ve kahramanlıklara değinilmeden Byron'ın iç dünyasına yönelik çeşitli çözümler yapılır. Benzer şekilde Yannis Smaragdis tarafından 2012 yılında çekilen *Tanrı Havyar Sever* adlı filmde de zengin bir tüccar olan İoannis Varvakis'in başından geçen olaylar tarihi bir kurgu içinde izleyiciye aktarılır (akt. Özsüar, 2017: 140).

### **17 Ağustos 1999 Depremi Sonrasında Yunan Sinemasında Türklerin Temsili**

Türk Yunan ilişkilerinin 17 Ağustos 1999 depreminin ardından özellikle Yunanistan ve Türkiye Dışişleri Bakanları Yorgo Papandreu ve İsmail Cem’in katkılarıyla yumuşama sürecine girmesi, sinemada da karşılığını bulur. İki bakanın 22 Haziran 2001’de Sisam adasında sirtaki yapması medya tarafından uzun soluklu bir işbirliğinin başlangıcı olarak görülür. Bu yumuşama ortamında Türkiye – Yunanistan ortak yapımı olarak çekilen *Bir Tutam Baharat* (Touch of Spice, 2003), Yunan-Türk ilişkilerine dair oldukça farklı bir imaj sunar. Yönetmenliğini İstanbul doğumlu Yunanlı yönetmen Tassos Boulmetis üstlendiği film, Yunanistan'ın tüm zamanların en iyi gişe hasılatı yapan filmidir (Ryan ve Wedding, 2013: 340). Yedi yaşındayken ailesiyle birlikte İstanbul’u terk etmek zorunda kalan yönetmenin yaşam öyküsünden izler taşıyan film, 1950’lerde İstanbul’da büyüyen, ailesiyle birlikte Yunanistan’a sınır dışı edilen ve şimdi ölmekte olan büyükbabasını görmek için Türkiye’ye dönen bir Yunanlı gencin (Fanis), başından geçen olayları konu alır. Filmin oyuncu kadrosunda George Corraface (Fanis İakovides), İeroklis



Michailidis (Savas Iakovides), Tamer Karadağlı (Mustafa), Renia Louizidou (Soultana Iakovidou), Başak Köklükaya (Saime), Tassos Bandis (Vassilis), Stelios Mainas (Tío Aimilios), Markos Osse (Pancarbo, 2011: 35) gibi önemli Türk ve Yunanlı oyuncular birlikte yer alır. *Bir Tutam Baharat*, yemek ve diğer kültür unsurları aracılığıyla Türk ve Yunan toplumları arasındaki güçlü bağları öne çıkarır.

*Bir Tutam Baharat*'ın gişe başarısı devamında *Ege'deki Sirenler* (Loafing and Camouflage: Sirens in the Aegean, 2005) isimli filmin çekilmesine zemin hazırlar. Yine Türk ve Yunanlı oyuncuların birlikte rol aldığı komedi türündeki film, Nikos Perakis tarafından yönetilmiştir. Film bir Türk teknesinin Yunan karasularında üç mülteciyi kurtardıktan sonra küçük bir Yunan adası olan Pitta'ya götürmesi sonrasında yaşanan olayları konu alır. Film boyunca iki halk arasındaki önyargıların saçmalığı esprili bir dille seyirciye aktarılır. İyi bir gişe yapan film *Bir Tutam Baharat*'dan sonra en fazla izlenen ikinci Yunan filmi (Karalis, 2012: 277) olur. Bir milyonun üzerinde izlenme rakamına ulaşan film, 11.680.950 \$ gibi inanılmaz bir hasılat elde eder. *Ege'deki Sirenler*, halen beyazperdede en yüksek hasılat yapan Yunan filmi olmaya devam etmektedir (Papadimitriou, 2011: 498). Mini'ye (2017: 61-62) göre *Bir Tutam Baharat* ve *Ege'deki Sirenler*, 1999'da Türkiye'yi vuran ölümcül depremde Yunanlıların komşularına gösterdikleri sempatiyi ve bunun ardından Yunanistan ile Türkiye arasında yeşeren sivil iş birliği ruhunu yansıtan filmlerdir.

Savaşın ve mübadelenin acılarını, Türkleri düşmanlaştırmadan işleyen filmlerden bir diğeri de *İzmirli Roza*'dır (Roza of Smyrna, 2016). Yannis Tanellis-Teodosiadis'in *İsmail ve Roza* adlı Türkçeye de çevrilen romanından sinemaya uyarlanan film, Türkiye'den göç etmiş Rumların eşyalarının sergileneceği bir sergi için İzmir'e giden küratör Dimitris'in, burada bulunduğu 60 yıllık bir gelinlik, fotoğraf ve bir mektubun izlerini sürmesi sonrasında ulaştığı aşk hikayesini ve başından geçen duygu yüklü olayları konu alır. Film, İsmail ve Roza'nın hikâyesi üzerinden, mübadelenin hem Türklere hem de

Yunanlılara benzer acılar yaşattığı, hayatlarını etkilediği, bunu anlayabilmek için karşı tarafın da hikâyelerini bilmek ve onlara önyargılardan uzak yaklaşmak gerektiği (Sapaz, 2019: 119-120) mesajlarını verir.

17 Ağustos 1999 deprem sonrasında Yunan sinemasında mübadeleyi konu alan belgesel sayısında da bir artış yaşanmıştır. Anılan belgesel çalışmalarına bakıldığında büyük çoğunluğunun küçük çaplı, daha çok mübadil kökenli insanlarla yapılan söyleşileri içeren ve terk edilen topraklara ziyaretleri anlatan çalışmalar olduğu görülür. Maria Mavrikou’nun 2000 yılında çektiği ve 2001 yılında Abdi İpekçi ödülünü alan *Yolculuk (To Taxidi)* adlı belgesel bunlardan biridir. Belgesel iki kardeşin doğum yerleri olan Ayvalık ilçesine yıllar sonra yaptıkları ziyareti, orada kendileri gibi zorunlu göçle Ayvalık’a yerleşmiş birinci kuşak Giritli Türklerle karşılaşmalarını ve sonrasında 11 Giritli Türkün, Girit adasının Resmo (Rethimnos) kentini ziyaret etmesini anlatır. Belgesel boyunca mübadillerin atalarının evlerini bulma çabaları, bölgenin sakinleriyle tanışmaları duygulandırıcı bir atmosferle sunulur (Sapaz, 2019: 122-123).

*İzmir: Kozmopolit Bir Şehrin Yıkımı 1900-1922* (Smyrna: The Destruction of a Cosmopolitan City 1900–1922, 2012) adından da anlaşılacağı üzere Türklere olumsuz yaklaşan bir belgeseldir. Belgesel İngiliz yazar Giles Milton’un Türkçeye *Kayıp Cennet: Smyrna 1922 Hoşgörü Kentinin Yıkılışı* (2009) olarak çevrilen *Paradise Lost: Smyrna 1922—The Destruction of Islam’s City of Tolerance* (2008) adlı kitabından uyarlanmıştır. Yönetmenliğini babası İzmir doğumlu olan belgeselci Maria İliou’un üstlendiği film, 20.yüzyılın başlarında kozmopolit, ticaret merkezi, zengin bir şehir olan İzmir’in, 1923 yılına kadar olan hikâyesini Yunanlı bilim insanlarının gözünden anlatmaktadır. Belgesel boyunca tarihçi Aleksandros Kitroeff, yazar Giles Milton, King’s College öğretim görevlisi Dr. Victoria Solomonidis, Atina Üniversitesi öğretim görevlisi Thanos Veremis, New Mexico Üniversitesi öğretim görevlisi Eleni Bastea, Sabancı Üniversitesi’nde öğretim görevlisi antropolog Leyla Neyzi ve 1917 İzmir doğumlu Ermeni uyruklu Jacques Nalbantian’ın anlatımlarına

(Sapaz, 2019: 123) yer verilmektedir. Tarafsız olma iddiasındaki belgeselde görüşlerine yer verilen tarihçi ve uzmanların neredeyse tamamının Yunanlı olması, belgeselin tarafsızlığını zedelemektedir.

Yönetmenliğini Maria İliou'un üstlendiği bir diğer önemli belgesel de 2013 Eylül ayında gösterime giren *Ege'nin İki Tarafından*'dır (From Both Sides of the Aegean). Belgesel, 1922-1924 yılları arasında Türkiye-Yunanistan arasında yaşanan nüfus hareketlerini konu alır. Belgesel boyunca Amerika'dan, Avrupa'dan, Yunanistan'dan ve Türkiye'den tarihçilerin anlatımlarına ve Ege'nin her iki tarafından birinci, ikinci, üçüncü kuşak mübadillerin Batı ve Kuzey Anadolu kıyılarında, Kapadokya'da, Girit'te ve Kuzey Yunanistan'da geçen hikâyelerine yer verilmektedir. Kapadokyalı bir Rum'un kendi hikâyesini Türkçe anlatırken Giritli Müslüman bir Türkün oğlunun hikâyesini Rumca anlatması, belgesele farklı bir hava katar (Sapaz, 2019: 124).

### ***Sevgili İzmir'im* (2021) Filmi ve Sonrası**

*Bir Tutam Baharat* (2003), *Ege'deki Sirenler* (2005) ve *İzmirli Roza* (2016) gibi filmler, Yunan film yapımcılarının Türklere karşı daha duyarlı hale geldiklerini ve Yunan film izleyicilerinin giderek daha büyük bir kısmının, "daimi düşmanlarına" ilişkin basmakalıp imgeleri daha az kabul etmeye ve iki ülke arasındaki kültürel bağları güçlendirmeye istekli olduklarını düşündürmüştür. Ancak Yunan sinemasında Türk temsilinin çarpıcı biçimde değiştiği yönündeki bu görüş, Yunan ordusunun İzmir'den çıkarılmasının yüzüncü yılı sebebiyle çekilen *Sevgili İzmir'im* (Smyrna My Beloved, 2021) filmiyle güç kaybeder. Adeta 1978 yılında Nikos Koundouros tarafından çekilen *İzmir 1922* adlı filmin tekrarı niteliğindeki film, daimi düşman Türk temsilini yeniden canlandırır.

Türkiye'yi 1922'de İzmir'in işgalden kurtarılması sırasında Rum ve Ermenilere soykırım yapmakla suçlayan *Sevgili İzmir'im* (Smyrna My Beloved, 2021) filminin ilk gösterimi 23 Aralık 2021'de Atina'da yapılmıştır. ABD'de 8 Aralık 2022 tarihinde aynı anda 700 sinemada vizyona giren film, yaklaşık 4.5 milyon Euroya mal

olmuştur (Gedgaudaitė, 2021: 135). Yönetmenliğini Grigoris Karantinakis üstlendiği film, Mimi Denissi’nin aynı adlı tiyatro oyunundan sinemaya aktarılmış ve senaryosu Mimi Denissi ile Martin Sherman tarafından ortaklaşa kaleme alınmıştır. Atina, Midilli ve Sakız adalarında çekilen filmin oyuncu kadrosunda Mimi Denissi, Leonidas Kakouris, Krateros Katsoulis, Tamilla Koulieva gibi isimler yanında ailenin şoförü Halil rolünü canlandıran Türk oyuncu Burak Hakkı da bulunmaktadır.

Film, İzmir’in Yunan işgalinden kurtarılması sırasında yaşanan olayları Yunan bakış açısıyla Yunanlı zeytin tüccarı bir ailenin başından geçen olaylar üzerinden anlatır. Film, varsıl İzmirli Rum ailelerden Baltacislerin, 1916-1922 yılları arasındaki lüks yaşamını ve Türk ordusunun İzmir’e girmesi sonrasında Midilli’ye geçişlerini konu alır. Filmde İzmir, kozmopolit bir kentten ziyade nüfusunun ezici bir çoğunluğu Rum olan az sayıda Ermeni ile Türkün yaşadığı bir kent olarak temsil edilir. Arap kıyafetleri içerisinde kâhya, şoför, hizmetçi gibi rollerde karşımıza çıkan Türklerin neredeyse tamamı oldukça ahlaksız, iki yüzlü ve barbar karakterlerdir. Türk ordusu ise giydiği kıyafetler ve davranış örüntüleriyle bir düzenli ordudan çok çeteyi andırır. Türkler sürekli işkence eden, öldüren, yakan, yıkan, tecavüz eden kişiler olarak gösterilir. *Sevgili İzmir’im* bu özellikleriyle bir sanat eserinden çok propaganda filmi niteliği taşımaktadır ve 2000’li yıllarda yapılan aksi yorumlara karşın Yunan sinemasında Türk temsilinin yıllar içerisinde çok da değişmediğine işaret etmektedir.

### **Sonuç**

19 yüzyıl sonlarında gündelik hayatımıza giren ve kısa süre içerisinde bir kitle sanatına dönüşen sinema, kitleler üzerindeki etkisi sebebiyle devlet yöneticilerinin ilgisini çekmiştir. Özellikle propaganda gücünün fark edilmesi bu alana yapılan yatırımları artırmış ve 1. Dünya Savaşı yıllarından itibaren sinema yöneticilerin en sık başvurduğu araçlardan birisi olmuştur. İlk sinema gösteriminin üzerinden henüz bir yıl kadar süre geçtikten sonra başlayan Osmanlı-Yunan Savaşı’nın, Avrupa’da geniş ilgi görmesi sinemacıların ilgisini henüz yeni bağımsızlığını kazanmış olan Yunanistan’a yönlendirmiş

ve Yunanlıların sinemanın gücünün farkına varmasına zemin hazırlamıştır. Frederic Villiers ve George Méliès gibi sinemanın öncü isimlerinin 1897 Yunan-Türk savaşı sırasında çektiği bir dizi haber filmi, günümüzde Yunanistan topraklarında çekilen en eski film kayıtları olarak kabul edilmektedir. Balkan Savaşlarının yaşandığı 1911-1912 döneminde Avrupalı sinemacıların Yunanistan'a yönelik ilgisi daha da artmış ve Avrupalı destekçilerinin de yardımıyla Yunanlı yöneticiler sinemayı etkili bir propaganda aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Özellikle Başbakan Venizelos'un katkılarıyla bu alanda elde edilen tecrübeler 1. Dünya Savaşı yıllarında ve Anadolu'ya yönelik işgal girişimi döneminde de kullanılmaya devam edilmiştir. Ancak Anadolu'yu işgal girişiminin başarısızlıkla sonuçlanması, Yunan ordusunun Ankara'ya girişiyle bitmesi planlanan *Yunan Mucizesi* gibi filmler hiçbir zaman tamamlanamamıştır.

Başlangıç yıllarından itibaren Yunan ulusal sinemasının önemli bir unsuru olarak öne çıkan savaşa yönelik ilgi, sonraki yıllarda da artarak devam eder. Özellikle Yunan Devrimi olarak da bilinen Yunan Bağımsızlık Savaşı (1821-29), başlangıç yıllarından itibaren en sık işlenen temalardan birisi olur. Bunun en önemli sebebi başarıyla tamamlanan bu savaş sonucunda Yunanistan'ın bağımsızlığı elde etmiş olmasıdır. Bağımsızlık Savaşı (1821-1829) dönemi, Yunanlılar hep birlikte kahramanca mücadele ederek ezeli düşman Türklere karşı büyük bir zafer kazandıkları bir "altın çağ" olarak kurgulanarak, bağımsızlık sonrası dönemde yaşanan İç Savaş vb. sorunlarla toplumsal olarak bölünen ülkeye birlik beraberlik kazandırılmak istenmiştir.

Anılan filmlerde, Yunan halkının barbar, açgözlü, şehvet düşkün olarak etiketlenen Türklere karşı kahramanca mücadele ettiği, özellikle Yunanlı kadınların, Türklerin kadını olmaktansa ya da İslam'a geçmektense ölümü seçtiği gibi anlatılar tekrar tekrar gösterilir. Türkler, at üzerinde kalabalıklar halinde köyleri basarak ateşe veren; çocuk, kadın, yaşlı demeden öldüren, tecavüz eden, korkak ve çoğu zaman da aptal karakterler olarak temsil edilir. Bu filmlerde fakir Türk'e rastlanmaz. Genellikle ağa ya da paşa olarak

konumlandırılan Türkler, saray benzeri evlerinde lüks içinde yaşayan ve çıkarları için her türlü kötülüğü yapabilen güvenilmez kişiler olarak gösterilir.

Yunan savaş filmlerinde Türkler genellikle kötü karakterler olarak belirse de Yunanistan-Türkiye ilişkilerinin yumuşadığı dönemlerde Türkler daha olumlu karakterler haline gelir. Buraya kadar incelediğimiz filmlerde de gördüğümüz gibi ilişkilerin yumuşadığı dönemlerde Türkler daha olumlu karakterler olarak temsil edilirken ilişkiler gerildiğinde oldukça barbar karakterler olarak gösterilir. İlişkilerin yumuşadığı dönemlerde çekilen, Yunanlı ve Türk oyuncuların birlikte rol aldığı filmlerin çok sayıda seyirci tarafından izlenmesi oldukça ilginç bir sonuçtur. *İstanbul Sokaklarında* (1931), *Fena Yol* (1933), *Bir Tutam Baharat* (2004) ve *Ege'nin Sirenleri* (2005) gibi filmler hem Yunanistan’da hem de Türkiye’de geniş izleyici kitleleriyle buluşmuştur.

*Bir Tutam Baharat* (2004) ve *Ege'nin Sirenleri* (2005), *İzmirli Roza* (2016) gibi filmler 2000’li yıllardan itibaren Yunan sinemasında Türklere yönelik olumsuz bakışın yumuşadığına ilişkin görüşlere güç kazandırsa da 2021 yılında gösterime giren *Sevgili İzmir'im* (Smyrna My Beloved) eski önyargıları daha da güçlü şekilde tekrarlayarak bu görüşleri zayıflatmıştır. Bu da bize Yunan sinemasında Türklerin yıllar içerisinde değişen temsilinin iki ülke ilişkilerinin seyri, uluslararası iklim ve sinemaseverlerin değişen eğilimleri tarafından şekillendiğini göstermektedir.

### **Kaynaklar**

Çeliktemel-Thomen, Özde (2010). Osmanlı İmparatorluğu’nda Sinema ve Propaganda 1908-1922. *Kurgu*, 23 (1), 1-17.

D. Bayındır, D. ve M. Işık (2016). "Göç Sorununun Yunan Film Afişlerine Yansımaları: Göçmen 1969, Rembetiko 1983, Ağlayan Çayır 2004, Filmlerinin Afişlerinin Göstergibilimsel Çözümlemesi," II. Uluslararası Sanat ve Tasarım Kongresi, İzmir. pp.104-111, 2016.

- Evren, B. (1995). Sinema Tarihimizin Bilinmeyen İlk Filmleri. *Antrakt Dergisi*, 48, 58-59.
- Gedgaudaitė, Kristina (2021). *Memories of Asia Minor in Contemporary Greek Culture: An Itinerary*, Palgrave Macmillan Memory Studies
- Karalis, Vrasidas (2012). *History of Greek Cinema*. A&C Black..
- Milton, Giles (2008). Paradise Lost: Smyrna, 1922. The Destruction of a Christian City in the Islamic World. Basic Books.
- Milton, Giles (2009). Kayıp Cennet: Smyrna 1922 Hoşgörü Kentinin Yıkılışı. Şenocak Yayınları.
- Mini P. (2017) *The Image of the Turk in Greek Fiction Cinema: An Overview, Etudes Balkaniques*, LIII, 1, s. 55-66.
- Niemiec, Ryan M., ve Wedding, Danny (2013). Positive Psychology at the Movies-II: Using Films to Build Character Strengths and Well-being. Hogrefe Publishing.
- Onaran, A. Ş. (1994). Türk Sineması (1. Cilt). Kitle Yayınları.
- Orakçı, M. (2023). Türk-Yunan İlişkilerinin Sinemadaki İz Düşümü: İlk Türk-Yunan Ortak Yapımı Filmler. *Journal of Modern Turkish History Studies/Cumhuriyet Tarihi Araştırmaları Dergisi* (CTAD), 19 (37), 592-629.
- Oran, Baskın (Ed.). (2002). *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar, Cilt I:1919-1980*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özsüer, Esra (2017). "Popüler Kültür Açısından Yunan Sinemasında "Fustanella" Filmleri ve Anti-Türk Propagandası," In *Halil İnalçık Armağanı IV*, Ankara: Doğu Batı Yayınları, pp.114-161.
- Pancorbo, Pedro Ángel Torres (2011). El Cine Y La Gastronomía. Vision Libros.
- Papadimitriou, L. (2011). The national and the transnational in contemporary Greek cinema. *New Review of Film and Television Studies*, 9 (4), 493-512.
- Pekman, Cem (2013). Türk Sineması'nda Arabesk, *Hayal Perdesi*, 33, ss. 36-40.

- Sapaz, Makbule (2019). *Türk-Yunan Nüfus Mübadelesinin Tarih Yazımına Yansımaları: Türk-Yunan Literatürünün Karşılaştırmalı Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Süar, Selin (2011). Yunanistan Sinemasında Küçük Asya Sorunsalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şentürk, R. (2020). Türk Sinema Tarihi Yazımında Dönemselleştirme Sorunu. *Intermedia International e-Journal*, 7 (13), 270-285.
- Tzavalas, Trifon (2012). *Greek Cinema Vol. 1: 100 Years of Film History 1900-2000*. Hellenic University Club of Southern California.



# ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ YEREL BASININDA KADIN TEMSİLLERİ: *GAZİANTEP YAZILI BASINI ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Gökhan GÖKGÖZ<sup>1</sup>

## Giriş

Kitle iletişimi, bireylerin gündelik hayat içerisinde karşılaştığı olaylara mukabele ettikleri ve bu suretle edindikleri toplumsal bir kimlik üzerinden varoluşlarını anlamlı kıldıkları bir sürece tekabül eder. İnsanın deneyim alanı dışında kalan olgu ve olaylar, enformasyon olarak kitle iletişim araçları üzerinden onlara aktarılır. Bu sürecin dolayımlayıcısı olarak radyo, televizyon, sinema ve gazete yanında yeni medya araçları gerek haberler gerekse de kurgusal içerikler yoluyla izleyicilerine bir dünya bilgisini sunar, gerçekliğe ilişkin bir güzergâh önerir, toplumsal bir konum tayin eder ve buna uygun değer yargıları ile tutumlar oluşturur. Kitle iletişim araçlarının aktardığı enformasyonu kabul eden toplumsal aktörler, içinde devindikleri kültürel çerçeveye ve orada hâkim normlar dizgesine büyük ölçüde uyum sağlar; nitekim kitle iletişiminin kültürel ve toplumsal işlevleri de böyle bir noktadan hareketle tanımlanır. Bu doğrultuda özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yapılan çalışmalar, bireylerin kendi değer ve anlam repertuarlarına uygun enformasyonları daha fazla kabul etmeye eğilim gösterdiklerini, buna karşın o zamana değin bağlandıkları normları sorgulamayı gerektirecek ve kendi görüşleriyle çelişen içeriklere kapalı ve/veya kayıtsız olduklarını ortaya koymuştur.

Toplumsal aktörlerin kültürel kimliklerinin iç tutarlılığı ve buna dönük istikrar arzusu, iletişim mesajlarının nasıl alımlanacağını da

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, gokhan.gokgoz@comu.edu.tr

kendi içerisinde çıkarmaktadır. Deutsch, “iletişim süreçleri, toplumların, kültürlerin ve hatta bireylerin kişiliklerinin tutarlılık temelini oluşturur” derken, buna yakın bir yeri işaret ediyor olmalı (akt. Schlesinger, 1994: 85-92). İşte kitle iletişimi, toplumun büyük çoğunluğunun üzerinde uzlaştığı değer ve normlara ilişkin bir referans çerçevesi olarak çalışır; dizi, program, eğlence ama en çok da haberler yoluyla bu referans çerçevesini sürekli olarak yeniden üretir ve hatta bu hâliyle sonraki kuşakların devralabilecekleri bir toplumsal bellek mekânı olarak da kurulur. Bu referans ve/veya Fiske’nin (1996: 35-41) deyişiyle “izafet çerçevesi”, paylaşılan değerlerin, yargıların, yaşantıların, deneyimlerin sağladığı anlamayı olanaklı kılan zemindir; toplumsal uzlaşma ve aidiyet bu zeminde gerçekleşir. Adına “toplum” denilen dengeli bir bütünlüğün kuruluşu ve bunun kuşaklar boyunca sürdürülebilmesi, temel etik ve estetik ayrımlar konusunda farklı aktörlerin aynı noktada buluşabilmeleri bu sayede mümkün olur.

Cinsiyet ve buna ilişkin bir kültürel kimliğin kuruluşu da, toplumsal aktörler arasındaki bu ayrım noktalarından birine tekabül eder. Toplumsal cinsiyet ve buna ilişkin rollerin hem kitle iletişim araçlarında ve/veya medyada temsili hem izleyicilerin bu temsilleri okuma ve kendilerini bu temsiller içerisinde görme pratikleri hem de ilgili temsillerin alımlanmasıyla birlikte ortaya çıkan anlamın gündelik yaşama aktarımı süreci kültürel hayatın bütünü için büyük anlam ihtiva eder. Nitekim bu çalışmada da Milli Mücadelenin simge kentlerinden olan Gaziantep’te 1940’lı yıllar boyunca yayımlanmış Gaziyurt, Gaziantep, Yeni Gaziantep gazeteleri incelenecek; yerel yazılı basına ilişkin örnekler üzerinden erken cumhuriyet dönemine ilişkin kültürel temsiller, toplumsal yapı ve kadın öznelerin kuruluşu arasındaki ilişki tespit edilecektir.

### **Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**

Kitle iletişiminin en temel kültürel işlevi, içinde yaşanan toplumsal muhteviyata uygun bir içeriği kişiye kazandırmaktır. Toplumda hâkim değer yargılarını benimsemek ve bunu sonraki kuşaklara aktarmak böyle bir yere tekabül eder. Kitle iletişim araçları, bu kültürel süreci öncelikle “kod” adı verilen göstergeler üzerinden

gerçekleştirir. İnsanların mesajlarını ve o mesajlara yüklü anlamları değiş tokuş edebilmeleri bu kodlar sayesinde gerçekleşir. İletişim içeriğinin üretimi esnasında kapatılan kodlar izleyici/okuyucu/dinleyici tarafından açılmaları yorumlanır ve büyütülen anlamlar pratik alana aktarılır. Esasen burası önemli bir yol ayrımını da bünyesinde taşır: Kodlanan mesajın ilişkiye geçtiği toplumsal özneler nasıl tasavvur edilebilir? Anlamın içeriği kim tarafından doldurulur? İletişim enformasyonunun toplumsal etkisi ne düzeydedir? soruları bu ayrım noktasının yanıtlaması gereken sorular olarak belirir. Bu hususta ana akım yaklaşımlar, pozitivist bir yönelimle kitle iletişiminin ve özellikle de medyanın insanlar üzerindeki doğrudan davranışsal etkileri ile medya kullanımının sağladığı doyumları öne çıkarırken; izleyici ve/veya okuyucuyu da medya içerikleri karşısında edilgen ve homojen bütünlükler olarak tasavvur eder. Buna göre medya tarafından üretilen ve kodlanan mesajlar, onu alımlayan toplumsal aktörler tarafından olduğu gibi kabul edilirken, medyanın gündelik yaşamda doldurduğu boş zamanın sağladığı doyum bir kazanım olarak değerlendirilir. Kuşkusuz medyanın gündelik yaşamda oynadığı rol ve boş zamanda kapladığı bu alan psikolojik açıdan da oldukça rahatlatıcıdır. Bununla birlikte kitle iletişim araçları ve medya üzerinden taşınan enformasyon farklı kültürlerin birbirinden haberdar olmasını ve bakış açılarının genişlemesini mümkün kılmakta, kimi zaman ülke sınırlarının ötesine uzanan bu tanıma faaliyeti kültürlerarası iletişim repertuarına da dâhil olmaktadır. Diğer yandan aynı medyanın şiddeti normalleştiği, toplumsal ayrımları yeniden ürettiği, estetik açıdan düşük beğenileri ve zihin dinamizmini körelten tasarımları öne çıkararak yaratıcılığı zayıflattığı da görülmektedir. Özellikle merkez kapitalist ülkelerin dünyasından çıkan ve o dünyanın ideolojik muhteviyatıyla yüklü kültürel ürünlerin çevre ülkelere medya üzerinden taşınması da buna eklendiğinde kültürel emperyalizm olarak tarif edilebilecek bir olgu da tartışma alanına dâhil olur.

Kitle iletişiminin, mevcut hâliyle kültürel alanın yeniden üretimini gerçekleştirdiği vurgusu eleştirel teorinin en temel

varsayımlarından birini oluşturur. Buna göre kültür, bir hakikat iddiası olan ve kendine has kurucu bir tasarım fikrini içerisinde barındıran bir şeydir. Bu gücü sebebiyle kapitalist hegemonyayı derinleştirmede etkili bir araç olarak kullanılabilir. Metalaşmış kültürel biçimler ile insanın psişik iç yapısı arasındaki ilişki dolayısıyla kültür, insan iradesinden bağımsız kendiliğinden gerçekleşen doğal bir süreç olarak görülmek yerine iradi olarak gerçekleşen ve farklı biçimlerde dolayımlanan pratik etkinlikler toplamı olarak okunur. Gündelik yaşamın ağır ve sıkıcı gündeminden kaçış, sunduğu zihinsel uzaklaşma ve oyalanma imkânıyla kitle iletişim araçları üzerinden mümkün olurken; bunun sahici bir arınmaya karşılık gelmediği, çalışma motivasyonlarını arttırmaya ve dolayısıyla toplumsal sistemin devamına dönük bir kültürel düzenleme fonksiyonuna denk geldiği belirtilir. Bu konuda örneğin Adorno, hayattaki olumsuz tecrübelerin bir biçimde doğal nedenlerle ve/veya şanssızlık sonucu ortaya çıktığına dair inancın kültür endüstrisi ürünleri tarafından üretildiğini, bunun sonucunda da insanların doğal gerçekliğin akışına kendisini bırakan kadercı bir yaşam tahayyülüne sahip olduğunu belirtir. Yaşama kurulan ilişkinin bu hâliyle bağımlılık ve yükümlülük olarak kurulması, mevcut toplumsal yapının yeniden üretimi için bir tür “toplumsal sıva” olarak işlev görür. Bununla birlikte “boş zaman” da kendi hâline bırakılamaz, kültür endüstrisi ürünleri tarafından içeriği doldurulur. Kitle iletişim araçları karşısında geçirilen “boş zaman”, gündelik yaşamdaki çalışma ve üretim ilişkilerinin bir devamı olacak biçimde simgesel yeniden üretim fonksiyonunu yerine getirir (Bottomore, 1997: 55-58). Toplumsal özneleri *–küçük harf ile ö; hakikatin, etiğin ve kendi bilgisinin Öznesi olarak değil-* mevcut üretim ilişkilerini ve toplumsal sistemi yeniden üretecek biçimde bir fail olarak inşa etmek ancak böyle mümkün olur.

Temsil, bu süreçteki en önemli kavramlardan bir diğerini oluşturur. Toplumsal gerçekliğe ilişkin bir çerçeve çizerken ve bunu gündelik yaşamın pratik repertuarına tahvil ederken kimi temsil ettiğiniz ve/veya hangi özne konumlarını görünür kıldığınız kadar temsil etmediğiniz ve/veya dışarıda bırakarak görünmez kıldığınız da

büyük önem taşır. Toplumsal hayattaki hâkim ilişki ve/veya çelişkiler yerine bunu gözlerden uzakta tutmayı mümkün kılacak ayrımlar üzerinden ilerlemek, toplumsal aktörlerin buna rıza göstermesini sağlamak ve en nihayetinde o medya holdinginin ekonomi-politik güzergâhıyla da uyumlu olacak biçimde kültürel ayırım haritasını yeniden üretmek bir temsil pratiği olarak medyanın etkinlik alanına denk gelir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları sadece göstererek ve temsil ederek değil, göstermedikleri ve temsil etmedikleriyle birlikte bireyleri var olan toplumsal yapının sürdürücüsü kılmaktadır. Sonuçta insanların toplumu şimdikinden farklı, daha dengeli ve çoğul bir biçimde tasavvur edebilmesi mümkün olmaz. Eleştirel yaklaşımların öncü ekolü olan Frankfurt Okulu'nun 20. yüzyıl başındaki çalışmalarından bu yana, kitle medyası, toplumsal ve politik hâkimiyet yapılarının sürdürülmesindeki bu ideolojik işlevi bakımından incelenmektedir. Kitle medyasından aktarılan ve çelişkisiz olduğu iddia edilen gerçekliği anlamak, benimsemek ve bunun taşıyıcı faili olmakla sınırlanmış bireyin bu rolü, onu toplumda aşına olduğu ilişkiler alanı içinde tutarak güvenlik ve konfor ihtiyacına cevap vermektedir. Ancak bu ihtiyaçları karşılayan kitle iletişimi, karşılığında bireyden özgürlüğünü ve eşitlik talebini bir bedel olarak almaktadır. Kitle iletişimin sosyal işlevlerine dönük bu olumsuz bakış açısının ana hatlarıyla hâlen gücünü koruduğu söylenebilir.

Frankfurt Okulu kuramcıları, objektif, nesnel ve yansız bir bilginin olmayacağını ortaya koyarlar. Kitle iletişim araçlarının ve bu doğrultuda örneğin kitle basınının, insanlara saf ve yansız bir bilgi aktaracağı; tıpkı bir ayna gibi toplumsal gerçekliği olduğu şekliyle insanların ilgisine sunacağı; yasama, yürütme, yargı erklerinin ardından gelen bir dördüncü güç ve kamunun sesi olarak, kendinden önce gelen üç erki denetleme rolünü yerine getireceği; bir demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi ve toplumsal hayatın akışı konusunda halkın söz sahibi olabilmesinin ancak kitle iletişim araçları sayesinde mümkün olacağına ilişkin düşünsel silsile yapısal olarak imkânsızdır. Kitle basının kendisinden beklenen ayna rolünü yerine getirmesinin imkânı yoktur. Bu tarz bir saf bilgiye ulaşma çabası ve

toplumsal gerçekliğin olduğu gibi yansıtılabileceğine ilişkin inanç, bilgiyi insanın dışında ve hatta üstünde bir şey olarak fetişleştirmenin bir sonucudur. Oysaki bilgi ile çıkarlar arasında sürekli bir ilişki vardır; dolayısıyla, tarafsız ve nesnel bir bilgi olabileceğine inanmak tam bir burjuva yanılgısıdır. Nitekim Frankfurt Okulunun içinde yer aldığı eleştirel teori, kapitalist toplumun ve onun bilgi formlarının eleştirisi üzerine kendisini konumlandırır.

Okulun kuramcılarından biri olan Max Horkheimer’a göre, “Kesintisiz uyum düşüncesi liberal evreye aittir (...) Bütünün pürüzsüzce işleyişine yönelik çıkarlarının uyum içinde oluşuna ilişkin imge, toplumun tümüne, toplumdaki değişik sınıflara aktarılır” (Horkheimer, 2005: 18). Bu doğrultuda kitle iletişimi ve medya, “kültür endüstrisi” kavramının ortaya çıkmasına vesile olan en önemli araçları oluşturur. İnsan bilinci, zihni, düşüncesi özerkliğini kaybetmekte ve belli bilgi kaynaklarına bağımlı hâle gelmektedir; bireylerin gündelik pratiklerinin toplamı olan ve bu bağlamda özgün, biricik bir mahiyete sahip olması beklenen kültür ise giderek bu parıltısını kaybetmekte ve anonimleşmekte, endüstrileşmektedir. Tıpkı bir sanayi mamulü gibi kültür de üretilmekte ve insanların tüketimine sunulmaktadır; kültürün üretimi, kitle iletişim araçları tarafından gerçekleştirilmektedir. Nitekim Horkheimer’a göre, “Bugün halk eğlencesi denilen şey -örneğin televizyon- varlığını gerçekte kültür endüstrisi tarafından yapay bir biçimde üretilmiş, manipüle edilmiş ve bu yüzden de yoz bir gereksinime borçludur” (Horkheimer, 2005: 500).

Anlaşıldığı üzere, kitle iletişim araçları ve/veya kitle medyasının işlevi simgeseldir; gündelik hayata ilişkin kabuller ile toplumsal çerçeveler ve kültürel normlar medyada temsil edilir. Temsil, toplumsal gerçekliğe ilişkin yani hayatta olup bitenler üzerine bir imge üretmektedir. O imge, kitle iletişim araçları vasıtasıyla dolaşıma çıkar, yaygınlık kazanır ve alıcısıyla buluşup tüketilir. Buna göre kitle medyası toplumsal açıdan olmayan bir şeyi en baştan imal etmez; var olan bir şeyi simgesel olarak yeniden üretir, pekiştirir, derinleştirir. Toplumsal hayat içerisinde çekip çıkardığı unsurlara kendi

değerlerini (mülkiyet yapısı, politik asabiyyesi, yayın politikası, ideolojik çevresi, dilsel repertuarı vb.) bulaştırır; sonra yeni hâliyle yeniden toplumsal hayata dâhil eder. En nihayetinde toplumun yapısı, değer hiyerarşisi ve somut-maddi üretim pratikleri, kitle iletişiminin simgesel dünyasından önce gelmektedir.

Eleştirel iletişim kuramları; toplumsal yapıyla, özellikle kitle medyasında üretilen anlamlar arasındaki görünmez bağları görünür kılma başarısı göstermiştir. Toplumsal ilişkiler, aynı zamanda anlam üzerine girilen bir mücadeledir. Kültürel ve ideolojik alandaki hâkim anlamlardan beslenen toplumsal yapı, deneyim ve kendilik (*self*) biçimlerini de kendi içerisinden çıkarır. Bu sebeple kültürel çalışmalar, kitle medyasının ürettiği kültürel ürünleri ve pratikleri birer metin olarak görür (Agger, 1992: 95-98). Egemen ideolojiden beslenen kültürel anlamlar, okuyucu-izleyicinin kendi gündelik dünyasından büyüttüğü anlamlar, kitle iletişim araçlarının kurumsal alanından kaynaklı anlamlar bu metin üzerinde yan yana gelir. Bu hâliyle metin, bir tür potansiyel anlamlar alanıdır. Başat ideolojiyle ilişkisi yanında metnin yapısal bağlamı ve metni okuyan özneye kurduğu ilişki hangi anlamların ortaya çıkacağını belirler. Anlam, bu noktada bir ilişki olarak belirir; bu ilişkinin seyrine göre farklı ve kimi zaman edime dönüşebilen anlamlar ortaya çıkar. Metnin potansiyel anlamları ile okurun yaşam anlatısı bir anlamlandırma pratiği içerisinde karşılaşır.

### **Post/Modern Kültür ve Ekonomi-Politik**

1970'lerden itibaren kültürel çalışmalar yaklaşımı, kültürün anlamını yalnızca metin ve temsillerle sınırlamayı veya kültürü basit biçimde bir tür bilgi deposu olarak kodlamayı, onu aynı zamanda bir politik mücadele ve toplumsal hareket alanı olarak ele almayı tercih etmiştir. Buna göre kültür, yaşam içerisinde biriktirilen tecrübelerin ve mümkün gelecekteki biçimlerinin tamamı olarak en geniş kapsamdaki pratikler alanıdır. Kültürün türlü yönleriyle karşımıza çıkan kitle iletişimi, ideolojik temsillerin üretimi ve yeniden üretim alanı olarak toplumsal ilişkileri hem temsil eder, hem yeniden üretir. Yanı sıra bizzat bu ilişkilerin alanı ve ortamı rolünü görür. Kültürel çalışmalar; kültürel sınıf hegemonyasının kendisini gündelik

hayat içinde nasıl yeniden nasıl ürettiğini anlamayı istemektedir. Bu doğrultuda post/kapitalist toplumsal ilişki ağındaki tüm egemenlik ve hâkimiyet biçimlerini anlamayı ve değiştirmeyi arzu ederek kültürel alanın ve popüler biçimlerin tümüne yönelir. Gündelik yaşamdaki kültürel temaslarda ortaya çıkan anlamları deşifre etmek ve böylelikle dolaşımda olan simgesel dünyanın üretim/yeniden üretim uğraklarına odaklanmak suretiyle toplumsal iktidar kavramına ulaşmayı amaçlar. Buradaki amaç, kültürel ürünlerin üretilmesi, dağıtılması ve alınması sürecindeki tüm ideolojik ve politik süreçlere değinmeyi gerekli kılar.

Kültürel çalışmalar yaklaşımının popüler kültür biçimlerine yaptığı vurgu, hem hâkim ideolojik temsillerin keşfedilmesi hem de bu temsillerin aşılmasına dönük mücadele pratiklerinin anlaşılması noktasında popüler kültüre yüklediği anlam, televizyon başta olmak üzere radyo, sinema ve gazete gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını da incelemesini gerekli kılmıştır. Temel kültürel ve ideolojik güç olarak medya, toplumsal ilişkiler alanında hâkim bir konumda görülerek ve ideolojik süreçlerle bağlantılı kılınarak temsil süreçlerinde ve hâkim ideolojik tanımlamaların dolaşımında ve korunmasında oynadığı rol ile ele alınmaya başlanmıştır. Kültürel çalışmalar, kitle medyasından gelen temsilleri dönüştürmeyi ve yeni imge ile metinlerin olanaklı olduğunu önerir. Her temsil, esasen bir sunum içerir. Bununla birlikte her temsil pratiği, alternatif bir anlam repertuarını mevcut gerçeklik dünyasının yerine geçecek biçimde sürekli olarak önerir; olası ve mümkün dünyaları işaret eder. Kitle medyası, sunduğu temsillerin farklılaşması ölçüsünde gerçek toplumsal ilişkilerin bile dönüşebileceği bir mecra olarak görülür. Var olan kitle medyası temsilleri insanlara yapısal açıdan tutucu, durağan ve değişmeyen bir kültürel evren sunmaktadır.

Kitle iletişiminin bu niteliği, ekonomi-politik, kültürel ve davranışsal özelliklere sahiptir. Zira kitle iletişimi, gelip geçici değil, sürekli olarak tekrarlanabilir bir içerik üretir. Kitlesel bir enformasyon üretimi, örneğin bir haber ve/veya televizyon programı, bir kere okumakla ve/veya izlemekle tüketilemez. İlgili içerik, hem bunun



izleyen bireylerin hafızalarında taşınır ve yeri geldiğinde sürekli hatırlanır hem de farklı bir zamanda yeniden dolaşıma çıkıp okuyucuların veya izleyicilerin ilgisine sunulur. Dolayısıyla kitle iletişimi, tekrarlanabilir ve bitimsiz bir sembolik yapı üretir. Bununla birlikte kitle iletişiminde ileti, çoğunlukla davranışsal bir etki yaratmaya odaklanır. Örneğin bir reklam, tüketim davranışını etkilemeye ve alışveriş merkezlerinin karmaşık dünyasında izleyiciye bir güzergâh tayin etmeye odaklanır. Başka bir yerden, örneğin siyasi bir partinin mitingi veya iletişim kampanyaları da bir tür reklamdır; izleyicinin veya okuyucunun tercihini kendisine uygun bir bağlama oturtmaya çalışır. Davranışa dönüşen etki mefhumu, iletişim bilimlerinin büyük bir ilgiye mazhar olduğu II. Dünya Savaşı sonrası yıllarından bu yana kitle iletişiminin en büyük arzudur. Bu arzu, iletişim kavramının bir çalışma alanı olarak belirginlik kazandığı 20. yüzyılın başından itibaren bütün post/modern toplumsal tarih boyunca neredeyse değişmeden kalmıştır.

Kitle iletişiminin bu arzusu ve buna dönük bir enformasyonun niteliği, ekonomi-politik ve kültürel çerçevelerden de büyük ölçüde etkilenir. 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlarla başlayan; ancak esasen 1990'lı yılların başından itibaren hem politik anlamda sivilleşme hem de ekonomik anlamda özelleştirme süreci ile birlikte rayına oturan Türkiye'nin neo-liberalleşmesi sürecinden medya sektörü de etkilenmiştir. Bu süreçte, öncelikle gazetelerin patronaj yapısı değişmiş ve daha evvelden olduğu gibi meslekten gazeteci olmayan, ancak farklı sektörlerde biriktirdikleri sermayeyi basın sektörüne yatırmaya niyetli yeni bir sahiplik yapısı kurulmuştur. Bununla birlikte bir diğer gelişme, medya sektörünün kâr getirecek ticari bir alan olarak düşünölmeye başlanması ve dolayısıyla ticari işlevlerinin toplumsal misyonunun önünde tutulmak istenmesidir. Ancak medya sektörünün bilanço yapısına bakıldığında yalnızca içeriğe veya haber ile program üretimine yaslanarak ekonomik döngüsünü sağlayamadığı ve dolayısıyla reklam almadan kârli bir yatırım olmadığı da görölmektedir. Hâl böyle olunca reklam almak ve reklam almak için de rating/tiraj almak önemli hususlar olarak ortaya

çıkılmaktadır. Medyanın ekonomi-politiğine ilişkin yapılan araştırmalar, bu bağlamda sektörde “tiraj spirali” adı verilen bir eğilimin hâkim olduğunu ortaya koymaktadır (Desmoulins, 1993: 16-17). Buna göre, reklam pastasından daha fazla pay almak isteyen bir medya kuruluşu daha fazla insana ulaşmak ve dolayısıyla medya içeriğini daha fazla insana izletmek/okutmak durumundadır; daha fazla insan daha fazla reklam, daha fazla reklamın verdiği ekonomik güç de bir sonraki evrede daha fazla insana ulaşmak anlamına gelmektedir.

Kitle iletişim süreçleri açısından “tiraj spirali” kavramı, iki şeyi ortaya çıkarmaktadır: Birincisi, sektöre yeni girmeye çalışan ve kendisine bir alan açmaya gayret eden girişimcilerin, hızlı biçimde büyük bir okuyucu/izleyici kitlesine ulaşamamalarından ve dolayısıyla yeterli reklam alamamalarından dolayı ekonomik bir bunalımla karşı karşıya kalmasına yol açmaktadır. Genel olarak kitle iletişim dünyasının, özel olarak da medya sektörünün büyük sermaye gruplarının ve holdinglerin elinde olmasına yol açan bu hâl, sağlıklı olmayan ve/veya aksak bir piyasa yapısı özelliği göstermekte, okuyucunun/izleyicinin istediği ürünle/içerikle karşılaşmasını da zorlaştırmaktadır. İkincisi, tiraj spiralindeki denklige göre daha fazla reklam için daha fazla insana ulaşma gayreti, kitle iletişim araçlarına muhatap olan herkesi içine alacak ortalama bir dilin yaygınlık kazanmasına yol açmaktadır. İletişim sürecinin temas ettiği toplumun farklılıklarını mümkün olduğunca yok sayarak ve çoğunluk olan kitlenin kültürel ve toplumsal niteliklerine basarak ilerleyen bu içerik üretimi, orada hâkim cinsiyet ve kimlik kalıplarını da yeniden üretmektedir. Kitle iletişimindeki bu ekonomi-politik ve kültürel yönelim nedeniyle farklı kimlikler, azınlıklar, gençler, çevreciler, kadınlar gibi toplumsal bütünün parçaları kendilerini ekranda, gazetede veya söylemde görememekte; nitekim bu da toplumsal ayrımların derinleşmesine ve toplumu kuşatan ortak hikâyenin yavaş yavaş unutulmasına neden olmaktadır.

## Haber ve Toplumsal Cinsiyet

Haber, gündelik hayatta cereyan etmiş bir hadisenin belli bir üretim pratiği ve gerçeklik patikası içerisinde geçerek medyada yayınlanmış hâlidir. Tokgöz'ün (2000) belirttiği biçimde, bir söylem olarak haber kaynakları, anlatıcı ve hedef kitle arasında kurulan bir diyalog sürecini işaret eder. Bununla birlikte bir seçme ve reddetme durumunu de içerisinde barındırır (Arsan, 2005: 137). Zira, habere temel teşkil eden toplumsal olay veya olguların parçaları haberin üretim süreci içerisinde bir zihinsel süzgeçten geçirilerek aktarılır. Habercilerin bakış açıları ve değer yargıları dışında ilişkili olunan medya kuruluşunun yayın politikası ile ekonomi-politik eğilimleri de bu süzme sürecine etki eder. Haber metnine neyin dâhil edilip neyin dışarıda bırakılacağı, akredite kaynakların görüşlerinin haber metniyle nasıl ilişkiye geçeceği, haber dilinin nasıl örüleceği ve en nihayetinde anlamın nereye büküleceği gibi sorular üzerinden bir anlatı ve dolayısıyla bir gerçeklik anlayışı inşa edilir. Medyanın kendine has semiyotiği üzerinden, örneğin televizyon haberlerinde zamansal bir akışa sahip olan görüntüler veya gazete haberlerinde fotoğraflar ile diğer mekânsal enstrümanlar üzerinden bir dil kurulur. Televizyon ekranındaki kişinin jest, mimik ve ses tonuyla vurgu farklılıkları oluşurken; gazetede başlıkların puntoları, sayfa düzeni vb. ile bu vurgu gerçekleştirilir (İnal, 1996).

Saussure'e göre (1998: 149), "herkesin ortak malı olan dil, konuşan kişinin bir işlevi değil, bireyin edilgen biçimde belleğine aktardığı bir üründür." Dilin başlangıçtaki bu tesadüfi niteliğinin haber metninin inşası esnasında kaybolduğu; bir kavram ile bir işitimi imgesini birleştiren bir göstergeler sistemi olarak dilin toplumsal göndergeleriyle çakışmaya başladığı söylenebilir. Dilsel bir gösterge ile toplumsal bir gönderge arasındaki bu kurulu ilişki, farklı göstergelerin ortak bir anlam repertuarında yan yana gelmesi, bir fotoğraf, bir sözcük ve toplumsal özne arasında kurulan sabit bir ilişki ideolojik bir mahiyet de gösterir. Haber ile toplumsal gerçeklik arasındaki temas böyle bir dilsel güzergâh sürecinde gerçekleşir. En nihayetinde haber, İnceoğlu ve Çoban'ın (2016: 19) belirttiği biçimde,

“insanların kendi yaşamlarını ve toplumdaki konumlanışlarını belirlemeleri, düzenlemeleri ve yönlendirilmeleri için ihtiyaç duydukları bir bilgi” olarak gerçekliğe ilişkin bir kurgu hâlini alır. Bu kurguda temsillerin, imgelerin, sözcüklerin, fotoğrafların, retorik stratejiler ile tematik vurguların önemi büyüktür. Bunlar üzerinden haberci, habere konu olan bütün taraflara “seni kendi geçmişinden, yaşantından soyutlayacağım; senin oluşmuş bütünlüğünden işime yarayan parçaları seçip alacağım; seni önceden hazırladığım kategorilere yerleştireceğim; seni adlandıracağım; seni kendini etraflıca ifade edemez kılacağım yani kısacası seni dilsizleştireceğim ve dilin ve sözün ben olacağım” diyerek insanın varoluşunu ihlal, imha ve iptal eden bu metinleri farkında olmaksızın yapmaktadır (Dursun, 2005). Bunun alımlayan toplumsal aktörlerin önyargıları beslenmekte, hakikat ile arasında mesafe örülmekte, mevcut gerçekliğin ve toplumsal iktidar yapılarının olduğu gibi kabul edilmesine dönük bir irade beslenmektedir. İktidar seçkinleri ve iktidarı temsil eden kurumların sözcülerinin öznel görüşlerinin haberde nesnel olarak temsil edilmesi, haberin söylemsel yapısı içerisinde ideolojinin işleyişinde bir strateji olarak çok önemlidir (Dursun, 2001: 123-125). Anlaşıldığı üzere haber, stratejik bir metinsel söylemdir ve kurgusal bir anlatıdır; bir yandan egemen ideoloji tanımlarını yeniden üretirken, diğer yandan belirli ideolojik temsiller içerisinde geçerek toplumsal gerçekliği inşa eder.

Toplumsal cinsiyet kavramı ise, kadın ve erkek arasındaki kültürel ve psikolojik farklılıkları biyolojik farklılıkların önüne koyar. Bu farklılıklardan kaynaklı olarak cinsiyetler arası işbölümüne yaslanan toplumsal rol ve sorumlulukları sorunsallaştırır. Buna göre söz konusu “kadınlık” ve “erkeklik” tanımları, birbirlerini dışlayacak biçimde ve birbirleriyle karşıtlık içinde oluşturulmaktadır. Bu karşıtlık, bir tarafın diğerine üstün ve egemen olduğu hiyerarşik bir karşıtlıktır (Koca, 2006: 3). Erkekliğin akıllı, gücü ve hâkimiyeti temsil ettiği; buna karşın kadınlığın ise daha çok güzelliği, cinselliği, anneliği ve duyguları temsil ettiği görülür. Aile reisliği, güç, dayanıklılık, mertlik, cesaret ve namusu koruma gibi erkekliğe atfedilen niteliklerin

onun biyolojik doğasından kaynaklı bir zorunluluk olduğu fikri bir gerçeklik olarak inşa edilir. Toplumsal cinsiyete ilişkin temsiller ve gündelik yaşam pratikleri, erkeklik ve kadınlık rollerini mevcut hâliyle sürekli olarak yeniden üretir. Bu noktada Bourdieu (1994), erkekler ile kadınlar arasındaki pratik farklılıkların ve yemekten yürümeye kadar farklılaşan davranış örüntülerinin, bedenlerin kullanımını da farklılaştırdığını vurgular. Nitekim cinsiyetçi bakış açısı da, toplumdaki cinsiyet rollerine ilişkin geleneksel yargılar ve bunun sonucunda ortaya çıkan davranış biçimlerinden beslenir.

Toplumsal cinsiyetin en çok belirleyeni toplumsal normlar olarak karşımıza çıkar. Kadınlık ve erkeklik rolleri biyolojik farklılaşmanın dışında toplumsal ideoloji ve normlar tarafından tanımlanır. Bu roller medya tarafından da yeniden üretilir. Medyada kadın olarak yer alma/alabilme veya yer bulabilme biçimi toplumsal alana ilişkin bir ipucu olarak da okunabilir. Hall (1999), medyanın toplumdaki tahakküm pratikleri içerisinde sürekli olarak inşa edilen ve tekrar tekrar üretilerek kamuoyuna sunulan temsil pratikleri yoluyla iktidar ilişkilerini meşrulaştırdığını söyler. Cinsiyetçilik, medyada temsil sorunlarından çalışma ilişkilerindeki problemlere kadar uzanan pek çok alanda kendini gösterir. Nitekim Van Dijk'e (1999) göre de dünyada ne olup bittiğine dair sosyal ve politik inançların ya da bilgilerin çoğu gündelik haberlerden gelir. Buraya bakıldığında ise kadının toplumsal konumunun büyük ölçüde cinayet haberleri, magazin, güzellik, sağlık ve ev içi işler üzerinden tarif edildiği görülmektedir. Oysaki "Medyanın ima ettiği daha fazla kadın çalışmakta, çok az kadın pembe dizilerdeki ve mini dizilerdeki 'baştan çıkartıcı kadınlara' benzemekte ve kadınların arzuları, geleneksel kadın dergilerinin sunduğu aşk ve evin çok daha fazlasından oluşmaktadır" (İrvan, 2014: 380). Dolayısıyla medyadaki kadınlık temsili ile kadın öznelerin toplumsal deneyim ufku birbiriyile uyuşmamaktadır.

1980 yılında Butler ve Paisley yapılan çalışmaların bir tür dökümünü çıkardıktan sonra, radyo, televizyon, günlük gazeteler, süreli yayımlar ve sinema alanındaki içerik analizlerinden hareketle

medyada kadınların temsili konusunda bir cinsiyetçilik ölçęęi çıkarmışlar ve kadın temsillerini beş grupta toplamışlardır (akt. Alankuş, 2012: 157). Bu çerçeve medyada kadınların temsiline ve buna karşı bir toplumsal pratiğin şekillenmesinde önemli bir başlangıç noktasını oluşturur.

1. Aptal, suskun, seksi ya da inleyen-kurban konumundaki nesne-kadın ('aşağı it' tipi)

2. Rolünü yerine getiren ve hayatında evi, yuvası hep temelde yer alan, eş, anne, sekreter, hemşire, vb. kadın ('yerinde tut' tipi)

3. Geleneksel rolüyle mesleğini bir arada yürüten kadın ('iki yer ver' tipi)

4. Erkekle eşit kadın (ki bu tip 70'li yılların televizyonunda çok ender rastlanan ve mutlaka bekâr olarak çizilen bir kadın tipidir)

5. Belli kalıplara sokulmamış (stereotipleştirilmemiş) kadın (ya da erkek); burada roller tersine çevrilmiş ya da alışılmışın dışında olabilir.

### **1940’lı Yıllar Gaziantep Yazılı Basımında Kadın İmgesi**

Bu çalışma kapsamında Milli Mücadelenin simge kentlerinden olan Gaziantep’te 1940’lı yıllar boyunca yayımlanmış ve yerel basın tarihi açısından önem teşkil eden Gaziyurt, Gaziantep ve Yeni Gaziantep adlı gazeteler incelenmiştir. Bu dönemde yeterli bir arşivleme çalışması olmaması nedeniyle ancak 1940, 1941, 1944, 1945 ve 1948 yıllarına ait olan bazı nüshalara ulaşmak mümkün olmuştur.<sup>2</sup> Buradaki haber ve anlatı örnekleri üzerinden yerel yazılı basında kadın imgesinin örülme biçimleri ile erken cumhuriyet döneminde bunun ilişkili olduğu politik-ideolojik ve kültürel-toplumsal bağlam ele alındığından, yöntemsel güzergâh temel düzeyde bir içerik ve söylem analiziyle sınırlı tutulmuştur. Her iki analiz de daha geride dil felsefesi ve kültürel antropoloji disiplinlerinden beslenen, toplumsal gerçekliğin en dış katmanındaki

---

<sup>2</sup> Gazetelerin ilgili nüshalarına ulaşmamı mümkün kıldığı için Emel Gürses’e teşekkür ederim.

anlatı ve söylem parçalarından başlayarak içerideki anlam dünyasına yönelen bir metodoloji içerisinde yer alır. Genel olarak bu söylem parçalarına bakıldığında; ilkin, yazılı basın tarihinin incelenen dönemi boyunca Gaziantep gazetelerinde çok fazla kadın imgesinin yer almadığı söylenebilir. İkincisi, mevcut temsillere bakıldığında kadınların büyük ölçüde cinayet, kaçma/kaçırma, zina ve çocuk bakımıyla ilgili haber ve/veya köşe yazılarında bahsinin geçtiği görülmekte; dolayısıyla adli olaylar ile özel alanla sınırlı bir repertuar içerisinde temsil edildiği anlaşılmaktadır. Bunun ötesinde özellikle kadınların kamusal varlığı için anlam teşkil eden politik haberlerde adının hiç geçmediği görülmektedir. Üçüncüsü, bahsi geçen 1940'lı yılların Cumhuriyet modernleşmesinin henüz başladığı ve genç Cumhuriyetin gündelik yaşamda yavaş yavaş etkisinin hissedildiği yıllar olması dolayısıyla gazetelerde Cumhuriyet balosu ilanlarının yer aldığı göze çarpmaktadır. Bu modernleşme hikâyesi içerisinde kadınlar bir yandan özellikle giyim-kuşamları üzerinden yeni Türkiye'ye ve genç Cumhuriyetin yönelmeyi arzuladığı muasır medeniyet olarak Batılı olmaya dair "iyi bir vitrin" olarak konumlandırılırken, diğer yandan kültürel açıdan kadına ilişkin geleneksel değer yargıları, örf-adet ve inanç biçimleri yanında esasen yeni rejimdeki toplumsal-politik alanda da baskın olan eril iktidar yapıları nedeniyle bir özne olarak silinmiş, yerel basında sınırlı biçimlerde temsil edilmeye devam etmiştir.

13 Ağustos 1948 tarihli Gaziyurt gazetesinde "Aşk Yüzünden Feci Bir Cinayet" başlığını taşıyan haber, "İslahiye'nin Çerçili köyünde aşkla başlayan bir sevgi ölümüyle neticelendi." cümlesiyle devam etmiş; devamında "İslahiye icra takip memuru Hüseyin Güler, delice sevdiği halası kızı Hadice'yi alamayınca kızı mavzerle öldürmek suretiyle aşkını yenmiştir." ifadesiyle haber metni çerçevelendirilmiştir (bkz Resim 1).



Resim 1: Gaziyurt Gazetesi, 13 Ağustos 1948.

Buna göre; icra memuru Hüseyin, delice sevdiği Hatice ile evlenemeyince “başkasına yar olamayacaksınız” diyerek Hatice’yi öldürmüştür. Haberde kullanılan hikâyeleştirme, meseleyi toplumsal ve tarihsel bağlamından soyutlayarak, onu bireysel ve egzotik bir anlatının konusu hâline getirirken; en nihayetinde “Sevgilisine bir türlü kavuşamayan Hüseyin, aşkını bu surette yenerek sevgi yolunda bir katil olur” şeklinde faili haklılaştıran anlamsal bir biçime bürünür. Aşk ve tutku, erkeği ve onun arzu dünyasını merkeze alan bir haber dilinin meşruluk temeli olarak çalışır. Yine 17 Ağustos 1948 tarihli Gaziyurt gazetesinde manşetten verilen bir haber “Allebende 1 kadın bıçakla yaralandı” başlığıyla verilirken, “Sevdiğinden ayrılan genç, bu ayrılığa fazla dayanamadı” ifadesi bunu takip etmiş, “Pazar günü Alleben deresinde bir kadın, evvelce sevdiği bir adam tarafından bıçakla vurulmuştur” şeklinde haber çerçevesi oluşturulmuştur. Yukarıda işaret edilen ve faili haklılaştıran, bu hâliyle kadını yeniden yaralayan “romantik” haber dili patikasının burada da takip edildiği anlaşılmaktadır (bkz. Resim 2). Benzer biçimde “Bir kadın evinde ölü bulundu”, “Bir kadını kaçırmak istediler” gibi başlıkları içeren haber ve anlatı dizgesinin aynı gazetede farklı tarihlerde yer aldığı görülmektedir.



# Allebende 1 kadın Bıçakla Yaralandı

*Sevdiğinden ayrılan genç, bu ayrılığa  
Fazla Dayanamadı*

Pazar günü, Alleben deresinde, bir kadın evvelce sevdiği bir adam tarafından bıçakla vurulmuştur.

Fazileti iakip ediyor ve yanında taşıdığı sustalı bıçakla omuzundan ve sırtının üç yerinden ağır surette yaralıyor.

Resim 2: Gaziyurt Gazetesi, 17 Ağustos 1948.

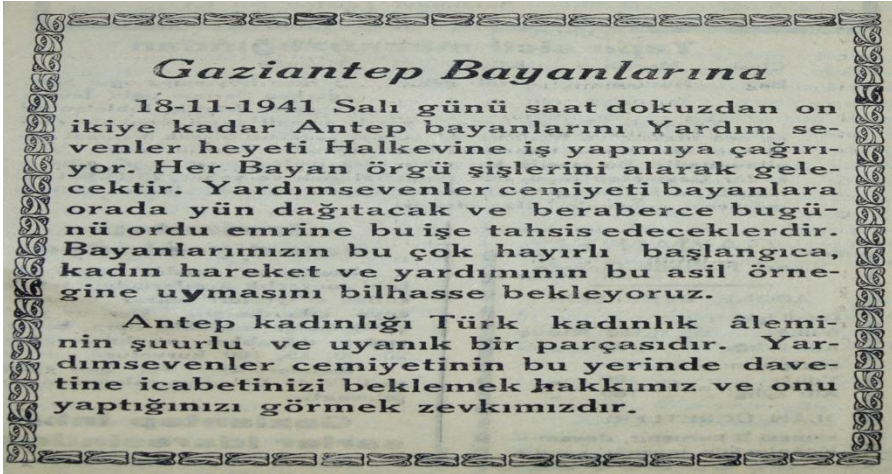
Haberler dışında çeşitli öykü ve hikâyelerde de kadınları ikincilleştiren anlatı örneklerine rastlanmakta, “yanlış kadın seçimi” ve/veya kadına güvenmenin yaratacağı “insani felaketler” hakkında yazıların olduğu görülmektedir. Örneğin Gaziyurt Gazetesindeki 29 Eylül 1948 tarihli Ali Cevdet Ataç'ın “Gelin” adlı öyküsünde; eve gelin olarak gelen bir kadının “kayınvalidesine bakmaması”, “gezip tozması”, bu gezmelerin sonunda da “başka bir adamla basılması” sonucu tüm yuvanın yıkılmasına sebep olduğu anlatılmaktadır (bkz. Resim 3).



Resim 3: Gaziyurt Gazetesi, 29 Eylül 1948

Burada da öykünün dili eril bir biçimde kurularak kadının “şeytanlığından” dem vurulmaktadır. Kayınvalidenin kullandığı “benim oğlum karı sözüne uymaz” sözü, kadının toplumsal konumunu başka bir kadın aktörün söylemi üzerinden kurarken; öykünün sonunda geçen “İşte böylece masum bir yuva, heyecan ve hissin tecrübelerine galip gelmesi sonucunda yıkıldı. Bu yıkılış, cehaletin ilme karşı geliyordu” ifadesiyle, genç kadın ile cehalet, kayınvalide ile tecrübe arasında dilsel bir bağ kurulur ve ilmi olan kayınvalide öznesinde temsil edilir. Bu ilişkide akıl ve ilim, eril olanı; “duyguların esiri olarak cehaletin ağına düşen” de dişil olanı gösterir.

Benzer bir düşünsel repertuarı takip ederek, bu kez Yeni Gaziantep Gazetesinin 15 Kasım 1940 tarihli nüshasında “Gaziantep Bayanlarına” başlıklı bir ilan yayımlanır. Bu ilan metninde kadınların ordu yararına örgü örmeleri istenmiş, bu beceriye mazhar bir kadınlık deneyimi ile Türk kimliği arasında bağ kurularak “Antep kadınlığı Türk kadınlık aleminin şuurlu ve uyanık bir parçasıdır” denilir (bkz. Resim 4).

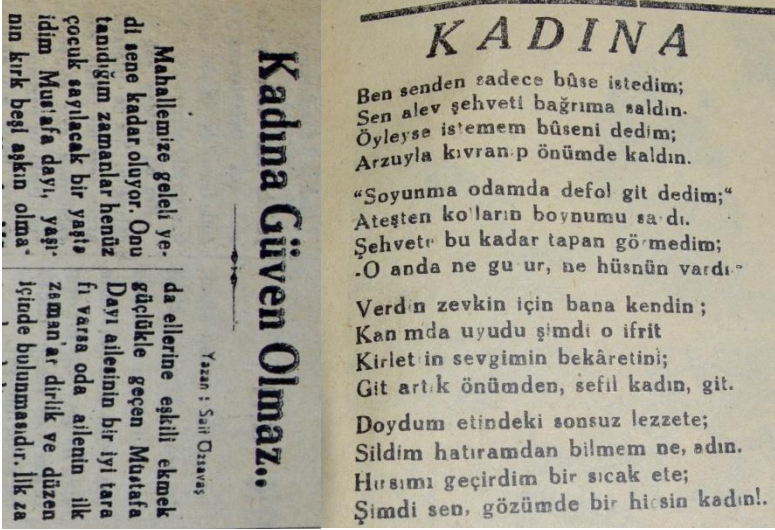


Resim 4: Yeni Gaziantep Gazetesi, 15 Kasım 1940.

Gaziyurt Gazetesinin 18 Haziran 1948 tarihli nüshasının edebiyat köşesinde, gazetenin sürekli yazarlarından Sait Özsavaş tarafından kaleme alınan hikâye “Kadına Güven Olmaz” başlığını taşıırken (bkz. Resim 5); yine aynı köşenin 25 Eylül 1948 tarihli nüshasında “Kadına” başlığını taşıyan bir şiir yayımlanmıştır (bkz. Resim 6). Şiirde kadının toplumsal ilişki repertuarı “arzu”, “şehvet”, “zevk”, “lezzet” gibi kavramlar üzerinden tarif edilirken; en nihayetinde kadın, ondan hiçbir şekilde kendini kurtaramadığı anlaşılan o erkeği de yıkıma götüren bir kötülük tözü olarak kodlanmıştır. Anlatıdaki “sefil kadın”, “ifrit kadın”, “gurursuz kadın”, “hiç kadın” tamlamalarını mümkün kılan sıfatlar ve bunu içeren bir medya söylemi üzerinden bu dönem kadınına layık görülen toplumsal konuma ilişkin bir okuma yapılabilir. Bir önceki resimde çağrıda bulunulan, örgü şişlerini mutlaka alması salık verilen, o gününü ordu emrine tahsis etmesi istenen, bu davete icabeti daveti yapanlar nezdinde bir hak ve zevk kaynağı olarak telakki edilen, en nihayetinde siyasal rejim ile bedensel performansları arasındaki bağa işaret edilen “bayanlar” ile cinsel arzu ve psişik dürtüleri bünyesinde barındıran, “sıcak”, “ateş” ve “alev” kavramları üzerinden beden yönelimleri tarif edilen, bu hâliyle erkeğin kendi hâlindeki akışını bozduğu anlaşılan, kendisine “defol git” dendiği hâlde buna uygun davranmadığı için en nihayetinde “gözümde bir hiçsin” denilerek görmezden gelinen “kadın” aynı toplumsal özneye mi işaret etmektedir? Bunun böyle olmadığı anlaşılıyor.

Dolayısıyla “bayan” ve “kadın” arasında yalnızca dilsel ve/veya gösterge düzeyinde bir fark yok; aynı zamanda gönderge ve/veya toplumsal-politik bağlam düzeyinde de bir ayrım var. Buna göre “bayan”, toplumsal yapının kabulleriyle uyumlu, davranış örüntüleri ve beden yönelimleri kültürel değerlere uygun, kamusal alandaki vaziyeti yeni siyasal rejimin talep ettiği sınırlar içerisinde gerçekleşen, bir yandan ulaşılmak istenilen Batı’nın eşitlikçi ve seküler hasletlerini yansıtırken diğer yandan büyük ölçüde aile ve doğurganlık üzerinden konuşulan, hem kamusal alanda görünür hem özel alanda iffetli olabilen bir özneye tekabül ederken; “kadın”, *-bunun tam tersi biçimde-* toplumsal düzen üzerinde bozucu, cinsiyetlerarası eril mutabakata aykırı, bilinçaltı ve içgüdü gibi kültürel normların

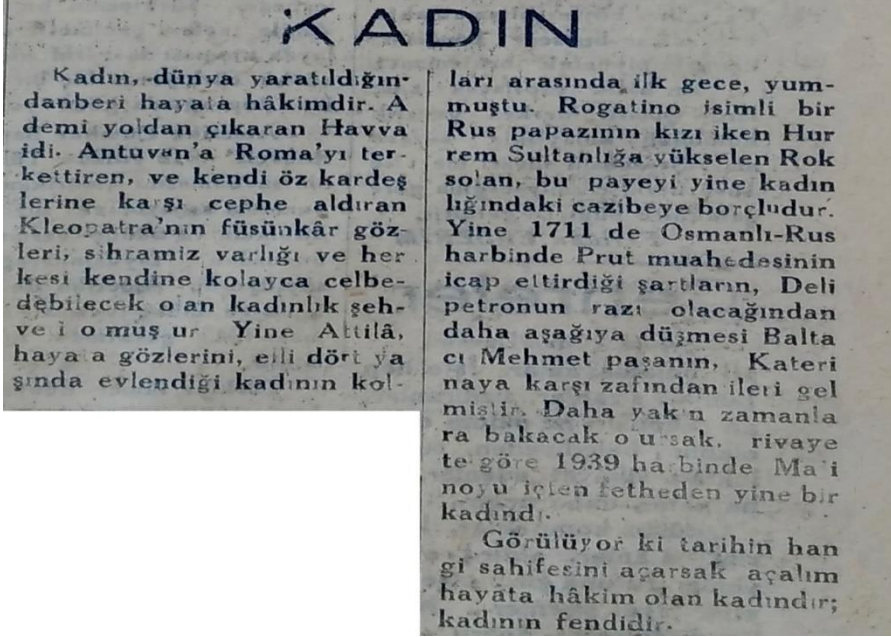
baskıladığı unsurları açığa vuran, dişiliğini erkekliğin karşısına ve onunla denk bir kuvvet olarak çıkarma cüretine sahip, dolayısıyla erkeklerin icazetini ve desteğini aramayan, bu sebeple de tehlikeli ve kötücül bir biçimde kodlanan, iç gıdıklayıcı ve baştan çıkarıcı bir özne hâline atıf yapar.



Resim 5: Gaziyurt Gazetesi,  
18 Haziran 1948

Resim 6: Gaziyurt Gazetesi,  
25 Eylül 1948

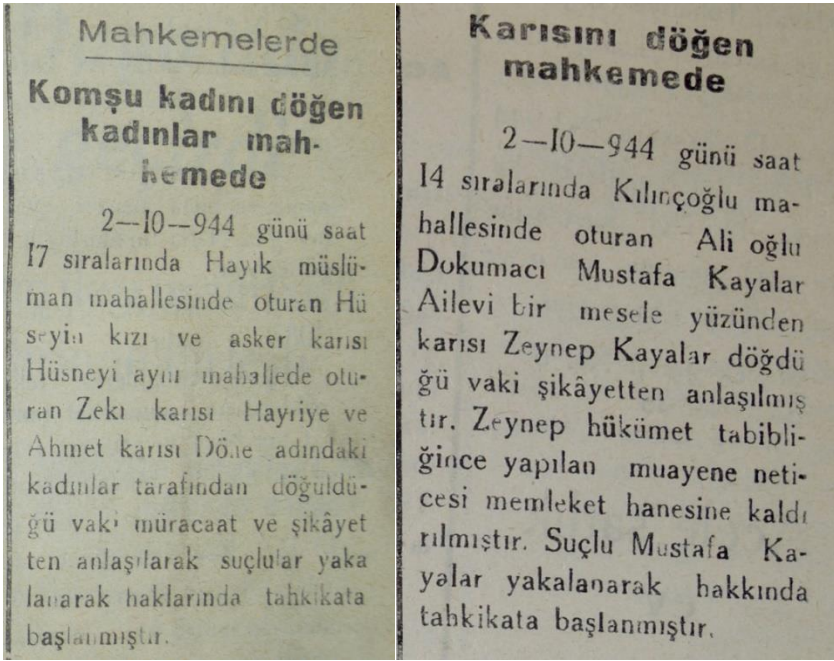
Zira Yeni Gaziantep Gazetesinin 25 Ocak 1941 tarihli nüshasında yer alan “Kadın” başlıklı denemede görüldüğü üzere kadın, “Adem’i yoldan çıkarmak”, “Antuvan’a Roma’yı terk ettirmek”, “Baltacı Mehmet Paşa’da zaaf yaratmak” vb. suretiyle “dünya yaratıldığından beri hayata hâkim olan” bir etkinlik alanına sahiptir (bkz. Resim 7). Nitekim bu medya söylemi, “Görülüyor ki tarihin hangi sahifesini açarsak açalım, hayata hâkim olan kadındır; kadının fendidir” şeklinde kapanır; “fent”, -sözlük anlamıyla- hile, yalan, entrika...



Resim 7: Yeni Gaziantep Gazetesi, 25 Ocak 1941.

5 Ekim 1944 tarihli Gaziantep Gazetesinde iki farklı “dövme” haberi yer almaktadır. “Komşu kadını döğen kadınlar mahkemede” başlıklı ilk haberde kadınlar arasında geçen bir kavgadan bahsedilmektedir. Haberin içeriğinde “2-10-944 günü saat 17 sıralarında Hayık Müslüman mahallesinde oturan Hüseyin kızı ve asker karısı Hüsneyi, aynı mahallede oturan Zeki karısı Hayriye ve Ahmet karısı Döne adındaki kadınlar tarafından döğüldüğü vaki müracaat ve şikayetten anlaşılacak suçlular yakalanarak haklarında tahkikata başlanmıştır” denilmektedir (bkz. Resim 8). Görüldüğü üzere kadınlar işaret edilirken “Zeki karısı Hayriye”, “Hüseyin kızı ve asker karısı Hüsniye”, “Ahmet karısı Döne” gibi ifadeler kullanılmıştır. Soyadı Kanununun yürürlüğe girdiği 2 Temmuz 1934 tarihinden itibaren iki yıl içerisinde soyadı almak zorunluluğu varken, bu kanundan takribi on yıl sonra dahi kadının ancak kocası, babası ve/veya abisi üzerinden işaret edildiği, tek başına özerk bir birey olarak tasavvur edilmediği görülmektedir. Uzun yıllar yasalarda da karşılığını bulan, kadını erkekten bağımsız olarak tahayyül edemeyen

ve hatta mirastan hak alamamak, meslek edinirken eşin rızasını aramak gibi pratik örnekleri de olan bir düşünce yapısının yasa değiştikten sonra da medyada yeniden üretilerek kendi güzergâhına devam ettiği anlaşılıyor. Gaziantep Gazetesinin aynı tarihli “Karısını döğen mahkemede” başlıklı ikinci haberinde ise, “2-10-944 günü saat 14 sıralarında Kılıçoğlu mahallesine oturan Ali oğlu Dokumacı Mustafa Kayalar ailevi bir mesele yüzünden karısı Zeynep Kayalar’ı döğdüğü vaki şikayetten anlaşılmaktadır. Zeynep, hükümet tabipliğince yapılan muayene neticesi memleket hanesine kaldırılmıştır. Suçlu Mustafa Kayalar yakalanarak hakkında tahkikata başlanmıştır” denilmektedir (bkz. Resim 9).



**Resim 8:** Gaziantep Gazetesi, 5 Ekim 1944

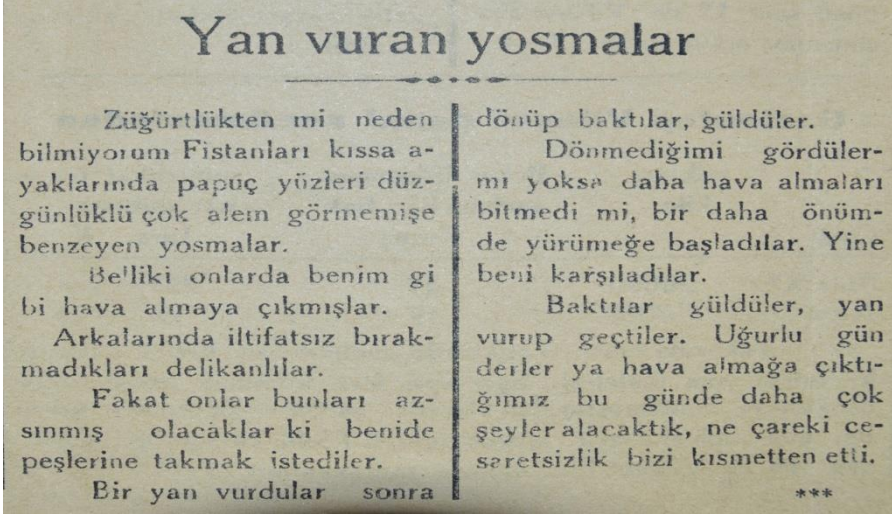
**Resim 9:** Gaziantep Gazetesi, 5 Ekim 1944

Olayın sebebi olarak “ailevi” nedenler belirtilmiş ve o mahrem alanın dokunulmazlığına gönderme yapılmış, fail erkeğin soyadı –*bir önceki örneğin tersine*- kullanılmış, mesleği de belirtilmek suretiyle toplumsal itibar alanına atıf yapılmıştır. Bu haberlerin diline bakıldığında kavga etmek, öfkelenmek, tepki vermek, kadına değil

erkeğe yakışan bir durumdur. Öfke ve güç arasında bir ilişki olduğu anlaşılıyor; buna göre tepki ancak “etkin” toplumsal aktörler tarafından verilebilir. Lloyd’un (2015: 53) belirttiği üzere;

“Erkek olan, kadınsı olandan daha tam, daha hâkim ve nedensel etkinliğe daha yakındır; çünkü, kadınsı olan, eksik, bağımlı ve etkenlikten çok edilgenlik kategorisine aittir (...) Zihin ve akılla ilişkili olan, rasyonel erkek soyundandır; duyunun çalışma alanı olan irrasyonel ise kadın soyundan. Zihin, tıpkı erkeğin kadından üstün oluşu gibi, duyudan tamamen üstün bir türe aittir.”

Gaziantep Gazetesinin 3 Temmuz 1944 tarihli nüshasında yer alan “Yan vuran yosmalar” başlıklı metinde yazar, “yosmaların” kendini nasıl peşine takmaya çalıştıklarını anlatır (bkz. Resim 10). Buna göre hava almaya çıktığı bir günde yazarın başından geçen bir deneyim, sonunda kendi cesaretsizliğinden olduğunu düşündüğü bir kısmetsizlikle birlikte okuyucunun zihin dünyasına boca edilir. Kuşkusuz dil, yalnızca onu kodlayan bir üretici tarafından değil, alımlayarak gündelik pratiğe aktaran tüketici tarafından da çekip çevrilir, dönüştürülür ve anlam bu ilişkinin sonucuna göre belirlenir. Haber ve ilişkili toplumsal gerçeklik, bu sebeple toplumsal alanın tek bir uğrağından yola çıkarak tanımlanamaz; yazar ile okuyucu arasında muhayyel bir suç ortaklığından bahsetmek gerekir. Aynı olay ve/veya olgular, farklı biçimlerde bir anlatıya dâhil olduğunda, farklı bir dil içerisinde örüldüğünde veya farklı bir alımlama pratiğinin konusu olduğunda başka bir gerçekliğe kapı aralayabilir.



Resim 10: Gaziantep Gazetesi, 3 Temmuz 1944.

## Sonuç

Medyada kadın imgesinin 1940’lı yıllar Gaziantep yazılı basınından alınan örnekler üzerinden incelendiği bu mikro-çalışmada, kadınların ancak adli olayların tarafı olduklarında ve/veya çocuk bakımı ve terbiyesi, iyi ev kadını olma hâlleri gibi özel alana ilişkin meziyetler üzerinden tarif edildiklerinde medyada temsil edildiği görülmektedir. Bunun ötesinde kadınların kamusal alanda aktif ve özerk bir varoluşu işaret edilmediği gibi, bu dönemde bahsi geçen gazetelerde köşe yazısı yayımlanan tek (*rakamla, 1*) kadın yazarın metninin başlığı da yine çocukların terbiyesi üzerinedir. Cinsiyetlerarası işbölümü çerçevesinde bu konu başlığının kadınların tarafına düştüğü, politik ve kültürel hayat gibi daha “ağırbaşlı” ve “ciddi” konuların erkek yazarların etkinlik alanına girdiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kadının temsil edildiği nadir anlarda dahi fotoğraflarının kullanılmadığı görülmektedir, bahsi geçen dönemdeki gazetelerde hiçbir kadın fotoğrafına haberlerde rastlanılmamıştır; bu durum temsildeki problemler yanında yerel medyadaki teknolojik yetersizlik üzerinden de pekala okunabilir.



1940'lı yıllar, Türkiye'nin modernleşme hikâyesinin henüz tam anlamıyla olgunlaşmadığı, demokratik tecrübeye ilişkin kurumların yerleşmediği ve 1945 yılı itibariyle çok partili yaşama geçilse de hâlen büyük ölçüde tek parti iktidarına yaslanan bir siyasi repertuvara atıf yapar. Dolayısıyla bu dönem gazetelerinin devlet ve tek parti yönetimiyle organik bir ilişki içerisinde olduğu düşünülebilir. Nitekim gazetelerin kendilerini tarif etme biçimlerine bakıldığında, örneğin Gaziyurt Gazetesinin kendisini “siyasi günlük gazete” olarak ve yine Gaziantep Gazetesinin kendisini “siyasi iktisadi günlük gazetedir” şeklinde politik bir vurguyla taltif ettikleri görülecektir. Yine aynı vurguyla ilişkili olarak bu dönem gazetelerinin basımı CHP Matbaası tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu organik ilişki, devletin kadına ilişkin bakışının medya tarafından da devralındığına ilişkin bir gösterge olarak okunabilir. Zira Cumhuriyetin bu ilk yıllarında kadın, Kurtuluş Savaşındaki mücadeleci yönüyle övgüye layık görülmüş, sık sık düzenlenen balolarda öne çıkarılarak yeni kılık kıyafeti ile örnek gösterilmiş, tüm bunlarla birlikte ev kadınlığına ve çocuk bakımının inceliklerine dair tavsiye ve temennilerle gündeme getirilmiştir. Kadın, özerk ve aktif bir birey olmaktan ziyade anneliğinin kutsallığı, ev hayatındaki kurucu rolü, muasır medeniyete atıf yapan beden biçimleri üzerinden tarif edilmiştir.

Kemalizm ve onun medeniyet projesi, Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde 19. yüzyıl ortası itibariyle başlayan modernleşme sürecini bir ulus devlet fikriyle politik bir biçime kavuştururken; Doğu ile Batı arasında olmaktan kaynaklı kültürel ve toplumsal sıkışmışlık, iradi olarak Batı'ya yönelmek suretiyle aşılmaya çalışılmıştır. Gündelik yaşam pratikleri, davranış örüntüleri, giyim beğenileri, müzik tercihleri, yeme içme alışkanlıkları gibi unsurlar birer medeniyet sembolü olarak zamanın ruhuna uygun bir dönüşüm geçirmişler; Göle'nin (1991: 86) deyişiyle birer “erişilmesi gereken medeniyet sembolleri olarak resmi ideolojinin bir parçası olmuşlardır.” Alafranganın alaturkaya galip geldiği bu dönemde özellikle kadınlığa ilişkin mefhumlar, örneğin balolarda dans, karı koca sokakta yürümek, tesettürün kalkması suretiyle mahreme ilişkin

tasavvurun değişmesi gibi unsurlar yeni rejimin simgesel niteliğini tanımlamak bağlamında öne çıkmıştır. Buna göre kurtuluş mücadelesindeki dirayeti dolayısıyla “kurtaran ve kurtarılan” Anadolu kadını, “Cumhuriyet reformlarını yozlaşmaktan kurtaracak” ve “medeniyet ile millet arasındaki köprü” kadınlar tarafından kurulacaktır (Göle, 1991: 91). Kadınlığa ilişkin bu yönelim, Cumhuriyet ideolojisinin akışkanlığını sağlamak ve bu ideolojinin içerdiği değerleri kadınlar üzerinden gündelik yaşama aktarmanın yanı sıra; iradi olarak ulaşılmak istenilen Batı’nın rasyonalist ve arkasında büyük bir tarihsel-toplumsal hikâyeyi barındıran hümaniter dünyasının önemle vurguladığı kadın-erkek eşitliği meselesi açısından da önemlidir.

Kadının erkekle denk ve eşit bir toplumsal özne olarak kamusal alanda görünür hâle gelmesi, cinsiyetler arasındaki duvarları yıkmaya dönük bir toplumsal tahayyül, kadını ikincilleştiren toplumsal hiyerarşinin askıya alınması, buna ilişkin tüm hukuki referanslarla birlikte kadınların bir yurttaş olarak politik konumlarının tarif edilmesi erkekliğin hâkim olduğu bir doğu toplumunda zordur. Gerek erkeklerin hâkim olduğu meclis oturumlarında alınan kararlar ve başka bir Batı ülkesinin sosyolojisinden beslenen yasaların uyarlanma/uygulanma süreci dolayısıyla zordur, gerekse de kadınların ev dışında yavaş yavaş kazandıkları toplumsal deneyimlerinin baba/koca erkekler tarafından çerçevesinin çizilmiş, bağlamının belirlenmiş, hareket tarzının biçimlendirilmiş ve en nihayetinde kadınların bizatihi kendilerinden önce davranışlarının ahlaki içeriklerinin çerçeveselendirilmiş olması dolayısıyla zordur. Buna bir yandan yeni yakınlık ilişkileri yaratarak (bacı, hemşire, yenge vb.) kadınları ulaşılmaz kılan ve bu suretle onların cazibesine sınırlar koyan; diğer yandan kadınlara seçme ve seçilme hakkı verdikten kısa bir süre sonra kadınların inşa ettiği en güçlü toplumsal hareketlerden Türk Kadınlar Birliğini kendini feshetmeye zorlayan devlet aklını ekleyelim. Şirin Tekeli’nin (1990) ifadesiyle “devlet feminizminin bu şizofrenik kimliği” yansımaları en çok medya üzerinde göstermiştir. Bu çalışmada yer alan ve 1940’lı yılların Gaziantep yazılı basınından

alınan örnekler, kadınlığın toplumsal konumuna ilişkin bu bocalamayı göstermesi bakımından önemlidir.

Türkiye'deki kadın hareketi ve kadınlığın mevcut toplumsal konumu, hiç kuşkusuz 1940'lı yıllarının çok ötesindedir. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında feminist mücadelenin küresel anlamda yükselişinin yanında Türkiye'nin modernleşme hikâyesinin giderek derinleşmesi ve demokratikleşmesi de kamusal görünürlüğü arttırmış, kadınların bir hak öznesi ve toplumsal yaşamın paydaşı olarak konumlanmasını güçlendirmiştir. Ancak buna rağmen yerel medyadaki temsil sorununun devam ettiği ve toplumsal-politik hayatın dönüşümüne eşlik etmekten uzak bir haber dilinin yeniden üretildiği görülmektedir. Bu sebeple kadın ve medya ilişkisini sorgulayan eleştirel araştırma ikliminin devam etmesi, kadın odaklı bir haber üretim pratiğinin büyütülmesi, atölye çalışmaları yoluyla yerel medyada hâkim habercilik alışkanlıklarının değiştirilmesi, kadınların kendi medya temsillerini dönüştürebilmelerine olanak sağlayan toplumsal mekanizmaların geliştirilebilmesi hâlen büyük önem arz etmektedir.

### **Kaynakça**

- Agger, B. (1992), *Cultural Studies and Critical Theory*, Hong Kong: Falmer Press.
- Bourdieu, P. (1994), *Pratik Nedenler*, H. Tufan (Çev.), İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Hall, S. (1999), "Popüler Kültür ve Devlet", N. Güngör (Ed.) içinde, *Popüler Kültür ve İktidar*, s. 97-132, Ankara: Vadi Yayınları.
- Alankuş, S. (2012), *Kadın Odaklı Habercilik*, İstanbul: Ips Yayınları.
- Arsan, E. (2005), *Haber ve Habercilik*, İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları.
- Bottomore, T. (1997), *Frankfurt Okulu*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Desmoulin, N.T. (1993), *Medya Ekonomisi*, G. Üstün (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

- Dijk, v. T.A. (1999), “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, M. Küçük (Ed.) içinde, *Medya, İktidar, İdeoloji*, s. 315-377, Ankara: Ark Yayınları.
- Dursun, Ç. (2001), *TV Haberlerinde İdeoloji*, İstanbul: İmge Kitabevi.
- Dursun, Ç. (2005), *Hakikat, İktidar İlişkisi*, İstanbul. Elips Yayınevi.
- Fiske, J. (1996), *İletişim Çalışmalarına Giriş*, S. İrvan (Çev.), Ankara: Ark Yayınları.
- Gaziantep Gazetesi, “*Yan vuran yosmalar*” (1944, 3 Temmuz).
- Gaziantep Gazetesi, “*Komşu kadını döğen kadınlar mahkemede*” (1944, 5 Ekim).
- Gaziantep Gazetesi, “*Karısını döğen mahkemede*” (1944, 5 Ekim).
- Gaziyurt Gazetesi, “*Kadına Güven Olmaz..*” (1948, 18 Haziran).
- Gaziyurt Gazetesi, “*Aşk yüzünden feci bir cinayet*” (1948, 13 Ağustos).
- Gaziyurt Gazetesi, “*Allebende 1 kadın Bıçakla Yaralandı*” (1948, 17 Ağustos).
- Gaziyurt Gazetesi, “*KADINA*” (1948, 25 Eylül).
- Gaziyurt Gazetesi, “*GELİN*” (1948, 29 Eylül).
- Göle, N. (1991), *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*, İstanbul: Metis Kitap.
- Horkheimer, M. (2005), *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*, M. Tüzel (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- İnal, M.A. (1996), *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İnceoğlu, Y., Çoban, S. (2016), “Şimdi Haberler”, Y. İnceoğlu ve S. Çoban (Ed.) içinde, *Haber Okumaları*, s. 17-65, İstanbul: İletişim Yayınları.
- İrvan, S. (2014), *Medya Kültür Siyaset*, Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Koca, C. (2006), *Beden Eğitimi ve Spor Alanında Toplumsal Cinsiyet İlişkileri*, *Hacettepe Journal of Sport Sciences*, 17 (2), s. 81-99.
- Lloyd, G. (2015), *Erkek Akıl Batı Felsefesinde Erkek ve Kadın*, M. Özcan (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Saussure, F.D. (1998), *Genel Dilbilim Dersleri*, B. Vardar (Çev.), İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Schlesinger, P. (1994), *Medya Devlet Ulus*, M. Küçük (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tekeli, Ş. (1990), “The Meaning and Limits of Feminist Ideology in Turkey”, F. Özbay (Ed.) içinde, *Women, Family and Social Change in Turkey*, Bangkok: UNESCO.
- Tokgöz, O. (2000), *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Yayınları.
- Yeni Gaziantep Gazetesi, “*Gaziantep Bayanlarına*” (1940, 15 Kasım).
- Yeni Gaziantep Gazetesi, “*KADIN*” (1941, 25 Ocak).



# CUMHURİYETİN 100. YILINDA TÜRKİYE’DE SOSYAL MEDYA, GÖZETİM VE DEMOKRASİ SORUNSALI: GÖZETİM VE SOSYAL MEDYAYA İLİŞKİN ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Şakir EŞİTTİ<sup>1</sup>

*Bana, bütün özgürlüklerden ziyade, vicdana uygun bir şekilde özgürce  
bilme, ifade etme ve tartışma özgürlüğünü verin...*

(Milton, Areopagitica, 1644)

## GİRİŞ

Türkiye’de devletin yönetim biçimi, 29 Ekim 1923 günü, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde (TBMM) teklif edilen anayasa değişikliğinin kabul edilmesiyle hukuki olarak cumhuriyet şeklinde belirlenmiş, 1921 Anayasasına “Hâkimiyet, bilâkaydü şart Milletindir. İdare usûlü halkın mukadderatını bizzat ve bilfiil idare etmesi esasına müstenittir. Türkiye Devletinin şekli-i Hükûmeti, Cumhuriyettir” ifadesi eklenerek cumhuriyet rejimi hukuki temellere oturtulmuştur. Bu yolla Türkiye’nin demokratik bir Cumhuriyet olması yolunda oldukça önemli bir dönüm noktası hukuki anlamda aşılmıştır. Cumhuriyet, etimolojik olarak Arapça cumhur kelimesinden üretilmiş bir kelime olup, halk, ahali anlamında kullanılmaktadır. Bununla birlikte kavramsal olarak değerlendirildiğinde her ne kadar sıklıkla birbiri yerine kullanılsa da cumhuriyet ile demokrasi kavramlarını özdeşleştirmenin her zaman için doğru olarak kabul görmesi mümkün değildir çünkü her cumhuriyet demokratik olmayabileceği gibi her monarşi de antidemokratik değildir. Örneğin, “eski SSCB de bir

---

<sup>1</sup> Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi, sakir.esitti@comu.edu.tr / Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9270-5363>

cumhuriyeti” veya komşumuz “İran bir cumhuriyettir” bununla beraber “bu devletlerin demokratikliği pek kuşkuludur. Demek ki ‘cumhuriyet = demokrasi’ anlayışı ampirik olarak yanlıştır” ayrıca, “Avustralya, Belçika, Birleşik Krallık, Danimarka, Hollanda, Japonya, Kanada, Lüksemburg, Norveç, İsveç, Yeni Zelanda gibi demokratikliklerinden hiçbir şekilde şüphelenilmeyen ve üstelik uzun zamandan beri demokratik rejimleri kesintiye uğramamış olan bu devletler bir cumhuriyet değil, monarşilerdir” (Gözler, 1998). Buradan hareketle Gözler (1998) cumhuriyeti, “devlet başkanlığının irsî olarak intikal etmediği devlet şekli” olarak tanımlamakta ve “demokratik ve anti-demokratik, mevcut tüm cumhuriyetler” için bu tanımlamanın geçerli olduğunu ileri sürmektedir.

Demokrasi kavramını ise, ABD Eski Başkanı Abraham Lincoln “halkın, halk tarafından halk için yönetimi” olarak nitelemiştir. Bu durum Heywood’a göre (2012: 171), “demokrasinin üç merkezi niteliğinin önemini hatırlatmaktadır. Birinci olarak halk üzerindeki vurgu, siyasal iktidarın ve nüfuzun eşit dağılımı olarak siyasal eşitliği ima etmektedir. İkinci olarak halk tarafından yönetim, halka özgü katılımın önemi vurgulanmaktadır. Demokrasinin üçüncü bir niteliği olarak halk ‘için’ yönetim, kamusal çıkar çerçevesinde yönetimi telkin ettiğinin altını çizmektedir”. Bu bağlamda demokrasi için halkın kendi kendini yönettiği, siyasal eşitliğin bulunduğu, halkın katılımına dayalı kamusal çıkar çerçevesinde gerçekleşen devlet yönetimi diyebilmek mümkündür.

Demir (2010: 600) demokrasinin, “genel, özgür, eşit seçim hakkı, partiler arası rekabet, tüm yurttaşlar için sağlıklı bilgi edinme, düşünce, muhalefet ve koalisyon özgürlüğü, oy hakkı sayesinde yöneticilerin düzenli olarak seçimle gelme, seçimle gitme imkânına sahip olduğu bir yönetim biçimi” olduğunu vurgular. Bu doğrultuda demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için tüm yurttaşların sağlıklı bilgi edinmesi, muhalefet ve koalisyon özgürlüğünde bulunması, düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi gereklidir. Bu gereklilikler, medyanın demokrasi açısından öneminin altını çizmektedir.



Osmanlı İmparatorluğu döneminde aktif, eleştiren, sorgulayan, örgütlenen demokratik ilkeler üzerine kurulu bir kamuoyunun bulunduğunu söyleyebilmek mümkün değildir. Bununla birlikte Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde gazetelerin yaygınlaşmasıyla birlikte bu durumun değişmeye başladığı görülmektedir. Türkiye'nin demokratikleşme sürecinde, pasif bir kamuoyundan aktif, tartışan, siyasal iktidarı denetleyen bir kamuoyuna geçiş sürecinde medyanın önemli katkıları bulunmuş olup, bulunmaya da devam etmektedir. Bununla birlikte tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de medya ile siyaset arasındaki ilişki tarih boyunca sorunlu bir ilişki olagelmıştır.

Yeni iletişim teknolojilerinin etkisiyle geleneksel medyadan yeni medyaya doğru evrilme durumu bu sorunlu ilişkiye çözüm üretmeyi vadetmesine rağmen, zamanla bu sorunun bir parçasına dönüşmüştür. Çalışmanın bu kısmında Türkiye'de ve dünyada geleneksel medyaya yönelik oluşan güven problemi nedeniyle önceleri bir kurtarıcı şeklinde görülen sosyal medyada, yoğun bir şekilde yer alan gözetim uygulamalarının demokrasiye etkileri irdelenecek, ardından Türkiye'de ve dünyada sosyal medya gözetim ve demokrasi ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara yönelik bibliyometrik bir analiz gerçekleştirilecek, bu yolla mevcut durum betimlenmeye çalışılacaktır.

### **Medya, Siyaset ve Demokrasi İlişğine Retrospektif Bir Bakış**

Medyanın modern demokrasiler açısından oldukça önemli işlevleri bulunur. Medya, halkın gündemini oluşturur, meydana gelen olaylarla ilgili haberlerin halka aktarılmasını sağlar, yönetenlerle yönetilenler arasında köprü görevi görerek demokrasilerin sağlıklı bir şekilde işlemesine yardımcı olur. Medya, modern demokrasilerde yapılan icraatları halka aktarırken; halkın duygu ve düşüncelerinin de iktidarlar tarafından öğrenilmesini sağlar. Bu yolla iktidarların doğru karar vermelerinin önünü açar. Halkı bilgilendirme, eğitime, eğlendirme gibi toplumsal işlevlerinin yanı sıra, vatandaşların günlük siyasal, sosyal veya ekonomik gelişmelerden özgürce haberdar olabilmesini, bu gelişmeler hakkındaki görüş ve düşüncelerini

aktarabilmesini, siyasal alanı ve kendini idare eden tüm kurum ve kuruluşları serbestçe eleştirilmesini sağlar. Farklı fikirlerin dile getirilerek diyalektik bir biçimde tartışılması ve bu fikirlerden bazılarının olgunlaşarak siyasal alanın dikkatine sunulması hususları ancak özgür medyanın varlığı ile mümkündür. Medya ayrıca, halkın siyasal karar alma süreçlerine katılımını sağlayıp, kamuoyu oluşturarak siyasal alana yön verir. Bu bakımdan medya, modern demokrasilerin vazgeçilmez bir yapı taşıdır (Gezgin, 2006; Cuilenburg, 2009; Eşitti 2019).

Medya, demokrasi ve siyaset arasında simbiyotik bir ilişki mevcuttur. Bu ilişkiye rağmen, medya ile siyaset arasındaki ilişki tarih boyunca sorunlu bir ilişki olarak gelişmiştir. Medyanın en temel gücü onun kamuoyunu yaratmasında ve halkın gündemini oluşturmasında yatar. Bu durumun farkında olan kesimler siyasal, toplumsal veya ekonomik amaçlarına erişebilmek, kendi çıkarlarını koruyabilmek ve kamuoyundaki imajını olumlu bir biçimde geliştirebilmek amacıyla medyanın özgürlüğünü sınırlama yoluna gitmişlerdir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de medyanın gelişimi retrospektif bir biçimde ele alındığında, medya ile demokrasi arasındaki ilişkinin sorunlu yapısı daha görünür bir hale gelmektedir (Gezgin, 2006; Cuilenburg, 2009; Eşitti 2019)

Bilindiği üzere Türk medyasının öncülü olarak kabul edilen ilk gazete Takvim-i Vekayi olup, 1831 yılında Sultan II. Mahmut Dönemi’nde yayımlanmaya başlamıştır. Takvim-i Vekayi’nin yayım hayatına başlatılma amacı yalnızca halkı bilgilendirmek değil; siyasal polemiklere son verebilmek ve kamuoyunu ‘doğru’ yönlendirmektir. Türk tarihinin ilk gazetesi olan Takvim-i Vekayi’nin yayım hayatına başladığı dönem, Osmanlı İmparatorluğu’nun oldukça sorunlu bir dönemidir. 17 Mart 1821’de başlayan Mora isyanı olarak da bilinen Rum/Yunan ayaklanması, Mora Yarımadası’nda dizginlenemeyen bir süreci başlatmış, Tripoliçe kaybedilmiş, 1821 – 1829 yılları arasında süren isyan sonucunda, 1832 yılında imzalanan İstanbul Antlaşması ile Yunanistan bağımsızlığını elde etmiştir. İsyanın başlangıç yıllarında ve devamında Osmanlı topraklarında Türkler tarafından

yayımlanan Türkçe etkili bir gazetenin bulunmaması, meydana gelen olayların dünyaya yanlış bir şekilde aktarılmasına sebebiyet vermiş, Türkler soykırımı uğrarken Batılı gazeteler sanki soykırım yapan Türklermiş gibi Türkleri suçlamışlardır. Bu dönemde Türklere uygulanan Yunan mezalimini William St. Clair (2008: 1) şu şekilde aktarmaktadır:

Yunanistan Türklerinden çok az iz geriye kalmıştır. 1821 yılı baharında dünyanın geri kalanı tarafından fark edilmeden, yaşları bile tutulmadan aniden yok edildiler. Yıllar sonra, gezginler bölgede yer alan taş yığınlarının ne olduğunu sorduklarında, yaşlı adamlar burada ‘Ali Ağa'nın kulesi duruyordu, onu, haremini ve kölelerini öldürdük’ diye açıkladı. Bir zamanlar Yunanistan’ın dört bir yanında topluluklar halinde yaşayan büyük bir Türk nüfusu olduğu, bu topluluklar içinde müreffeh çiftçiler, tüccarlar ve yetkililer olduğuna şimdi inanmak oldukça zordur. Yunanlıların dediği gibi, ay onları yuttu. Yirmi bin Türk insanı, kadın ve çocuklar halinde birkaç hafta süren katliamlarda Yunan komşuları tarafından öldürüldüler. Kasıtlı olarak, vicdan azabı duyulmadan veya tereddüt edilmeden öldürüldüler ve ne o zaman ne de daha sonra pişmanlık duyuldu. Çiftliklerde veya küçük topluluklarda yaşayan Türk aileleri özetle öldürüldü ve evleri cesetleriyle birlikte yakıldı. Diğerleri, rahatsızlıklar başladığında, en yakın kasabanın güvenliğini aramak için evi terk etti, ancak savunmasız mülteci akışları silahlı Yunanlılar grupları tarafından boğuldu. Daha küçük kasabalarda, Türk toplulukları evlerini barikat yaparak ve kendilerini ellerinden gelenin en iyisiyle savunmaya çalıştı, ancak çok azı hayatta kalabildi. Bazı yerlerde, güvenlik vaatleri aldıkları için saldırganlarına teslim oldular ancak bu sözler nadiren onurlandırıldı. Erkekler derhal öldürüldü, kadınlar ve çocuklar köle olarak bölündüler, genellikle sırayla öldürüldüler (Clair, 2008: 1).

Clair’in (2008) tarihi belge ve tanıklara dayanarak aktardığı bu mezalim, Yunan taraftarı Avrupa basınında manipüle edilerek mezalimi yapanların Türkler olduğu şeklinde aktarılmaktaydı. Bu dönemde Türklerin haklarını dile getiren, Türkler tarafından çıkarılan, bir yayın veya gazete bulunmamaktaydı. Bununla birlikte, *Le Spectateur Oriental* (Doğulu Seyirci) isimli Fransızca gazeteyi Charles Tricon’dan satın alan Avukat Alexandre Blacque (Blak Bey), Yunan vahşetine rağmen Avrupa basınında halen Türklerin suçlanmasının haksızlık olduğunu dile getirmeye başlamış, bu durum yani Hıristiyanlara karşı Osmanlıyı yine bir Hıristiyan’ın savunması hususu, Bâbiâli’yi bile şaşırtmıştır (Koloğlu, 2006: 23).

Yine aynı dönemde Osmanlı toprağı olan Mısır’da Vali Kavalalı Mehmet Ali Paşa, Osmanlı yönetimine yönelik niyetini giderek daha da açık ediyordu. Kavalalı Mehmet Ali Paşa, 1820’de Mısır’da Bulak Matbaası’nı kurdurarak, yayımlar yoluyla kendi düşüncelerini Türkçe ve Arapça olarak etrafına yaymaktaydı. Kavalalı Mehmet Ali Paşa, bununla da yetinmeyip 1828 yılında Mısır’da yarı Türkçe yarı Arapça bir gazete olan *Vekayi-i Mısriye*’yi 20 Kasım 1828’de yayımlatmaya başlamış, ardından 1830’da Hanya’da (Girit) *Vekayi-i Giridiye* isimli bir gazeteyi yarı Yunanca yarı Türkçe yayımlatmıştır. Özellikle Türkçe yayımlanan *Vekayi-i Mısriye*’de Osmanlı yönetimini eleştirmeye başlayan Kavalalı Mehmet Ali Paşa’ya, Sultan II. Mahmut İstanbul’da Türkçe bir gazete ile cevap vermeyi istemiş, bu yolla Türk kamuoyunu istendik bir biçimde yönlendirmeyi hedeflemiştir. Bu durum Türkçe medyanın ve aktif bir kamuoyunun gelişimini tetiklemiştir. Koloğlu (2006: 28)’na göre,

Her soruna bir fetva ile dini çerçevede bir çözüm bulmak yerine, dini dışarıda tutan açık tartışmalara girişilmesi, geleneksel güdümlü kamuoyu yerine dinamik kamuoyunun oluşması için ilk adımı oluşturur. Bu açıdan, Takvim-i Vekayi ile Vekayi-i Mısriye arasında, Mısır Valisinin ayaklanması ve ordularıyla Anadolu’nun ortasına kadar ilerlemesi sırasında (1832 – 1833) sürdürülen, Türk İslam dünyasının ilk basın polemigi

özellikle büyük önem taşır. Toplumun önünde açık suçlamaların yanı sıra, özellikle Takvim-i Vekayi'de görülen özeleştiriler yeni bir anlayışın yerleştiğinin kanıtıdır. Bu sebeple dinamik kamuoyu Türkiye'de daha önce belirmiş, Mısır'da ise çok daha geç başlamıştır.

1860'lı yıllarda Tercüman-ı Ahval ve Tasvir-i Efkâr gibi özel girişimlerle çıkartılan fikir gazeteleri ile Türkiye'de medyanın kamuoyunu oluşturması, dördüncü güç olarak ortaya çıkmasının önu açılmıştır. Bununla birlikte medya ve siyaset arasındaki gerilim ilerleyen dönemde de devam etmiştir.

Kitle iletişim araçlarından radyonun gelişimi, dünyada radyo yayıncılığının başlamasından kısa bir süre sonra, Türkiye'de 1921 yılında gerçekleşmiştir. Gazetelerde olduğu gibi radyo da geniş halk kitlelerini etkilemek amacıyla kullanılmıştır. 1927 yılında düzenli yayıncılığa başlanmış ve bu iletişim aracı uzun yıllar devlet tekelinde yayıncılık çalışmalarını yürütmüştür. İlk yıllarda cumhuriyet ideolojisini ve hükümet politikalarını halka benimsetmek amacıyla, “zaman zaman siyasal iktidarlar tarafından bir propaganda aracı olarak” kullanılmıştır (Polat, 2018: 127). Konu ile ilgili Dönemin Başbakanı Adnan Menderes “radyo, bir devlet vasıtasıdır. Bunu kullanan da hükümettir. Hükümet beyanatını, mes'ul adamların demeçlerini vermek radyonun vazifesidir. Radyo, orta malı değildir. Radyoyu onlarla paylaşacak değiliz” (akt. Seyhanlıoğlu, 2019: 809) diyerek bu güçlü kitle iletişim aygıtını kendi tekelinde tutma eğilimini açıkça ortaya koymuştur. 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde başlayan televizyon yayıncılığı daha sonra benzeri nedenlerden dolayı TRT Bünyesine alınmıştır.

Zaman içerisinde teknolojinin de gelişmesine paralel olarak kitle iletişimine özgü araç ve gereçler giderek daha da gelişmiş, medya kullanımı giderek yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte Türk basınına duyulan güven düzeyi oldukça düşüktür. Bu durumun oluşmasında Türk medyasının içinde bulunduğu ekonomi politiğın önemli bir rolü bulunmaktadır.

1980 sonrası dönemde Türk medya sektörüne sermayenin girişiyle birlikte, medya giderek daha ticarî bir boyut kazanmış, medyanın temel amacı bilgilendirmek yerine eğlendirmek ve tüketime yönlendirmek hâline gelmiştir. Geleneksel medyanın tek yönlü geri bildirimsiz yayın anlayışı, medyaya olan güvenin azalmasında önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca geleneksel medyada yer alan eşik bekçilerinin haberleri belli süzgeçlerden geçirerek şekillendirmesi hususları da geleneksel medya anlayışının eleştirilmesini beraberinde getirmiştir.

Böyle bir ortamda ortaya çıkan sosyal medya, bir yandan zaman ve mekân kısıtlaması olmadan hızlı ve iki yönlü iletişimi mümkün kılmış; diğer yandan da sıradan vatandaşların kendilerini ifade etmelerine önemli ölçüde imkân vererek demokrasi açısından oldukça dikkate değer fırsatlar sunmuştur. Bu durum medya ve siyaset alanında çalışan birçok araştırmacının dikkatini çekmiş, önceleri araştırmacıların önemli bir kısmı sosyal medyanın olumsuz yönlerini görmezden gelmişlerdir. İlerleyen yıllarda sosyal medya üzerinde çalışan araştırmacılar sosyal medyanın olumsuz etkilerini irdelemeye başlamışlardır. Bu tür çalışmaların üzerinde durduğu en temel sorun ise, yeni medya veya dijital medyada yer alan gözetim sorunsalıdır. Gözetim, gözetlenen üzerinde zihinsel bir iktidar kurulmasını sağlayan, bireylerin kendilerini özgürce ifade etmelerinin önüne geçen, ifade özgürlüğünü kısıtlayan, bireyleri sessizleştiren bir mekanizma olması bakımından demokrasi ve demokratik değerler ile örtüşmemekte, hatta var olan demokratik tartışmaların önüne geçmektedir.

### **Dijital Çağda Gözetim, Sosyal Medya ve Demokrasi İlişkisi**

Gözetim kelime anlamı olarak, bakma, izleme anlamına gelen, Fransızca surveiller fiilinden türetilmiştir. Lyon gözetimi “etkilemek, yönetmek, korumak veya yönlendirmek amacıyla kişisel bilgilerin rutin ve sistematik olarak gözlemlenmesi” olarak tanımlar (2007: 14). Buna göre gözetim temelde belli bir amaç doğrultusunda bireylerin, toplumların ve kişisel bilgilerin, rutin ve sistematik olarak izlenmesine dayalı bir eylemdir. Ünlü sosyolog Anthony Giddens (2013: 695),

gözetimin birkaç biçimi olduğunu iler sürer. Ona göre, bu gözetim türlerinden ilki üstün astı gözetilmesiyle, ikincisi (ve daha önemli olanı) insanların iş yaşamlarında haklarında dosya tutulması, kayıtlar alınmasıyla, üçüncüsü ise öz-denetim ile ilişkilidir.

Giddens (2013) gözetimi, iktidar üreten faktörlerden biri olarak ele alır. İktidarın temel amacı veya mantığı başkasının davranışını etkileyebilme, kontrol edebilmedir. Bununla birlikte, “İktidarın başkalarının davranışını etkileyebilme, kontrol edebilme yeteneği onun baskıcı bir biçimine işaret eder. Nedensellik ilişkisi barındıran genel iktidar fikri sahip olduğu karmaşıklığı açıklayamaz. Çünkü iktidar her zaman itaat etme ya da davranışını etkileme biçiminde kendini göstermeyebilir. Baskı olarak iktidar, bir diğerinin iradesine karşı iktidarın kendi kararlarını gerçekleştirmesidir” (Sönmez, 2021: 579). Foucault (2011) ise, iktidarın gasp edilen, paylaşılan, elde tutulan veya elden kaçırılan bir ‘şey’ olmadığını ileri sürer. Ona göre iktidar, iktidar ilişkileri anlamına gelir ve yalnızca siyaset, hükümet veya sınıf ilişkileri bağlamında değerlendirilmemelidir. Ona göre, “iktidar, eşit olmayan toplumsal ilişkilerde ortaya çıkar ve işletilir. Foucault, bütün insan ilişkilerinde iktidarın olduğunu söyler. İster bir sözlü iletişim sağlama durumu ister bir aşk ilişkisi ister kurumsal ya da ekonomik bir ilişki olsun bütün insani ilişkilerde bir iktidar durumu söz konusudur” (Eşitti, 2013: 46). Foucault, iktidar anlayışının özellikle 18. yüzyıl sonrası dönemde paradigma değiştirdiğini belirtir. Ona göre 18. yüzyıl öncesi dönemdeki iktidar anlayışı baskılama ve şiddete dayalı bir iktidar anlayışı iken 18. yüzyıl sonrası dönemdeki iktidar anlayışı bundan daha farklı, denetleyici, disipline edici, uysallaştırıcı ve normalleştirici bir iktidar anlayışıdır (Foucault, 2011: 16- 17). İktidar anlayışında meydana gelen bu değişimi Foucault (1995), 1757 yılında Paris’in ünlü Grece meydanında gerçekleşen bir işkence gösterisini örnek göstererek şu şekilde anlatır:

Damiens, 2 Mart 1757’de, Paris kilisesinin ana kapısının önünde suçunu herkesin karşısında itiraf etmeye mahkûm edilmişti. Buraya elinde yanar hâlde bulunan iki libre ağırlığındaki bir meşaleyi taşıyarak, üzerinde bir

gömlekten başka bir şey olmadığı hâlde, iki tekerlekli bir yük arabasında getirildi. Sonra aynı yük arabasıyla Grevé meydanına götürülecek ve burada kurulmuş olan darağacına çıkartılarak memeleri, kolları, kalçaları, baldırları kızgın kerpetenle çekilecek; babasını (kralı) öldürdüğü bıçağı sağ elinde tutacak ve kerpetenle çekilen yerlerine erimiş kurşun, kaynar yağ, kaynar reçine ve birlikte eritilen balmumu ile kükürt dökülecek, sonra bedeni dört ata çektirilerek parçalatılacak ve vücudu ateşle yakılacak, kül hâline gelecek ve küller rüzgâra savrulacaktı (...) “sonunda onu parçaladılar. Bu sonuncu işlem çok uzun sürdü. Çünkü atlar çekmeye alışkın koşu atları değillerdi. Bu nedenle dört yerine altı at kullanmak zorunda kaldılar. Talihsizin kalçalarını koparmak için sinirleri balta ile parçalamak zorunda kaldılar.” (Foucault, 1995: 3).

Burada Foucault’nun (1995) ayrıntılı bir şekilde anlattığı bu işkencenin temel amacı yalnızca Damians’ı öldürmek veya cezalandırmak değildir. Bu gösterinin temel amacı fiziksel şiddet ve baskı yoluyla gözdağı vermek ve aslında disipline etmektir. Bununla birlikte Foucault, iktidarın artık paradigma değiştirdiğini ve bireylerin bedenlerini fiziksel olarak cezalandırma veya kapatma, gün ışığından yoksun bırakma gibi yöntemleri kullanmaktan vazgeçtiğini, 19. yüzyılla birlikte artık iktidarın bireylerin zihinlerini disipline etme amacı taşıdığını ileri sürer. İktidar artık bireylerin düşünce ve davranış biçimleri üzerinde iktidar kurmayı, bu yolla onları uysallaştırmayı ve sonuç olarak düzene ve kendini kuşatan iktidara itaat eden bireyler yaratmayı amaçlamaktadır (Eşitti, 2013: 48)

Foucault’ya göre modern iktidar hiyerarşik bir güç, merkez ya da özne değildir. Ayrıca iktidar belli kişilerin mülkiyetinde de değildir. Bu bağlamda Foucault, iktidarı bir tür şebekeye benzetir. Ona göre iktidar, sayısız ilişki örgüsü olan ve önceden kestirilemeyen bir ilişkiler şebekesidir. Bu şebekedeki kişiler hem iktidarın ürünü



hem de uygulayıcısı konumundadır. Foucault'ya göre bu yeni iktidar, dağılmış, belirsiz, şekilsiz, öznesiz bir olgudur ama bireylerin fiziksel gövdelerini ve toplumsal kimliklerini oluşturmaktadır. Buna göre bio-iktidar, bir normalizasyon toplumu oluşturur, bunun anlamı şudur: Bireyleri hâkim egemen kesimin normlarına uymaya zorlayan, onları normalleştiren bir toplum. (Eşitti, 2013: 48)

Foucault (2000), yeni iktidar biçiminin gözetim yoluyla denetim altına alan, zihin üzerinde zihinsel iktidar kuran bir iktidar biçimi olduğunu öne sürer. Foucault bu durumu Jeremy Bentham'ın mimari tasarımı üzerinden açıklamaya çalışır. Bu tasarım yeni bir tür hapishane tasarımıdır. Bentham'ın bu hapishane modelinde oval biçimde tasarlanan hapishanenin dış duvarları boyunca uzanan hücreleri bulunmakta, hapishanenin ortasında ise bir gözetleme kulesi bulunmaktadır. Hücrelerde kalan insanlar karanlıkta bırakılmamakta, tam tersine ışık aracılığıyla hücrelerde bulunan tüm mahkumların hareketleri gözlemlenebilmektedir. Kulede bulunan gardiyanlar mahkumların tüm davranışlarını gözetleyebilmekte, kayıt altına alabilmektedir. Mahkumlar ise sürekli gözetlendiklerini bildiklerinden veya öyle düşündüklerinden dolayı herhangi bir ceza ile karşılaşmamak adına düzene boyun eğmekte, verilen kurallara uymaktadırlar.

Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi -kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak- tersyüz edilmektedir. Bunlardan yalnızca birincisi korunmakta, diğer ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır. Görünürlük bir tuzaktır. Hücre içinde olanlar yan hücrede kimin ne yaptığını görememektedir. Buradaki gözetimin esası görünür olma, ama görememektir. Görünmezlik düzenin güvencesidir. Bu sayede nerede gözetim yapılıyorsa orada kuralların dışında hareket

edilmeyecektir. Örneğin eğer kapalı tutulanlar mahkûmlarsa, komplo, toplu kaçış girişimi, yeni suç işleme tasarıları, karşılıklı kötü etkileşim tehlikeleri olmayacaktır; eğer söz konusu olanlar delilerse, karşılıklı şiddet kullanma tehlikesi olmayacaktır; eğer çocuklar söz konusuysa, kopya çekme, gürültü, gevezelik, dalgınlık tehlikesi olmayacaktır. Eğer kapatılanlar işçilerse, kavga, hırsızlık, anlaşma, işi geciktiren, onu daha az nitelikli hâle getiren veya kazalara yol açan dalga geçmeler olmayacaktır. Sonuçta ise gardiyanın bakış açısına göre bu kalabalığın yerine, sayılabilir ve denetlenebilir bir çoğunluk geçmiştir; kapalı tutulanların bakış açısından ise, kapalı kapılar ve bakışlar altındaki bir yalnızlık geçmiştir. Panoptikon'un büyük etkisi buradan kaynaklanmaktadır: Tutukluda, iktidarın otomatik işleyişini sağlayan bilinçli ve sürekli bir görülebilirlik hâlini yaratmak! (Foucault, 2000: 251 – 252; Eşitti, 2013: 49).

Foucault’ya göre (2007: 95) gözetim sürecinde, “bakışın ağırlığını üzerinde hisseden herkes, bakışı öyle içselleştirir ki, sonunda kendi kendini gözetleme noktasına varır; böylece herkes kendi üzerinde ve kendine karşı bu gözetlemeyi işletecektir”. Foucault gözetimin iktidar kurma amaçlı olduğunu vurgular. İktidar gözetim ile bilgiye ulaşır ama aynı zamanda toplumu da disipline eder, “iktidarın gereksinim duyduğu bilgi, özgürleşmenin önünü keserek gözetlemeye, düzene sokmaya, disipline etmeye yönelik bir kip hâlini alır.” (Arslantaş-Toktaş ve diğerleri, 2012: 22.).

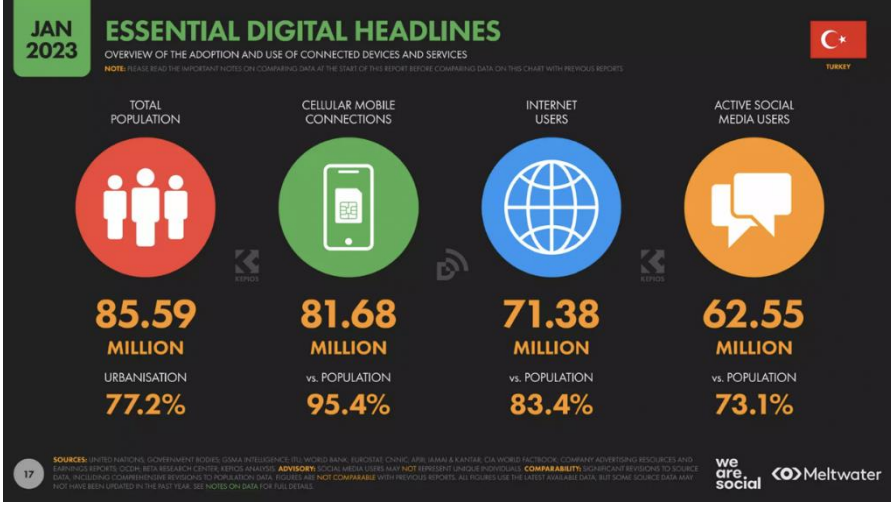
*Vesikalı Yurttaş* başlıklı eserinde David Lyon (2009), günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin ve dijitalleşmenin etkisiyle vatandaşların tüm hareketlerinin ve günlük yaşamının gözetlendiğini, bu yolla onlar üzerinde denetim kurulduğunu ileri sürer. Ona göre gözetim sistemleri, “elektronik ve biyometrik kimlik tanımlama sistemleri dünya üzerindeki birçok ülkede giderek artan oranlarda gündelik yaşamın bir parçası haline gelmektedir... Kimlik kartı sistemleri etrafında dönen tartışmalar, yurttaşlık ve demokrasiyle

alakalı daha kapsamlı tartışmalar bağlamını hesaba katmaksızın anlaşılabilir” (Lyon, 2009. 233).

Gözetim ile demokrasi arasında da sorunlu bir ilişki mevcuttur. “Gözetim mantığı, demokrasiyi reddeder. İletişim mahremiyetini, kişisel mahremiyetleri ihlal eder, bireyleri baskı altına alarak, bireylerin kendilerini ifade etme özgürlüğünün önüne geçer” (Eşitti, 2013: 100). Demokrasinin sağlıklı bir şekilde gelişmesinin önündeki temel engellerden biri olan gözetim, yeni iletişim teknolojilerinin ve Twitter, Google+, YouTube, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla bireylerin günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline dönüşmüştür. Bu sosyal medya ağları gözetime tarihte hiç olmadığı kadar önemli imkanlar sağlamıştır (Eşitti, 2013: 100). Akıllı telefonların, dizüstü bilgisayarların ve diğer dijital medya organlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, bireylerin günlük yaşamlarına dair tüm bilgiler, yani bireyin ne zaman, nerede, nasıl iletişim kurduğuna ilişkin bilgiler de dahil olmak üzere, vatandaşların yaşamlarının her anını izlemekte kullanılmakta, dijital teknolojiler dijital tüketiciyi yakalamak, devlet güvenliğini sağlamak ve temaslı hastaları tespit etmek gibi sonsuz gerekçelerle bireylerin günlük yaşamının izlenilmesinde kullanılmaktadır (Andrejevic 2007, Haggerty & Ericson 2000; Jansson, 2012; Andrejevic & Gates, 2014; Giroux 2015, Zuboff 2015). Bu durum demokrasi açısından önemli tehditleri de beraberinde getirmektedir.

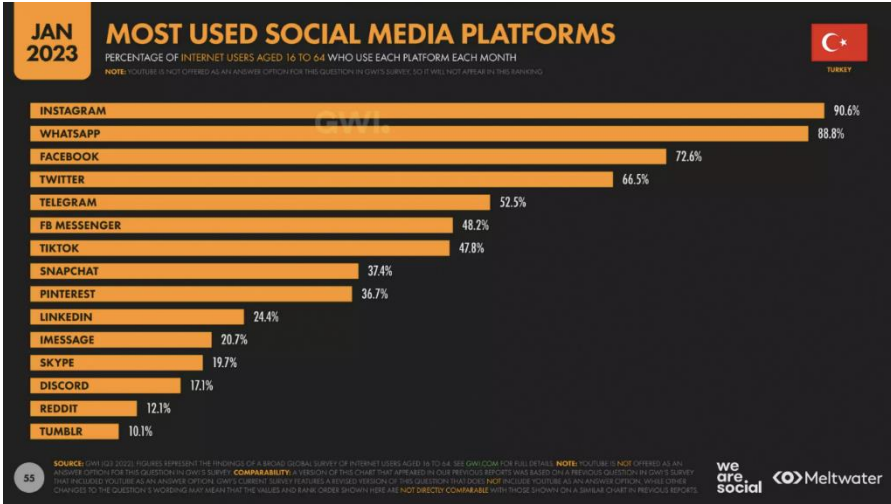
### **Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları**

Her ne kadar sosyal medyada yer alan gözetim uygulamaları demokrasi açısından önemli tehditleri beraberinde getirirse de Türkiye’de sosyal medya kullanım oranları her geçen gün artmaktadır. Meltwater ve We Are Social ortaklığında dünya genelinde yeni iletişim teknolojilerine dair verileri tespit ederek düzenli bir şekilde yayımlayan We Are Social Dijital 2023 raporuna göre sosyal medya kullanımını 2023 yılında, bir önceki yıl olan 2022’ye göre % 3’lük bir artış ile 4. 76 milyara ulaşmıştır.



Şekil 1. Türkiye’de Dijital Medya Kullanım Verileri (Kara, 2023)

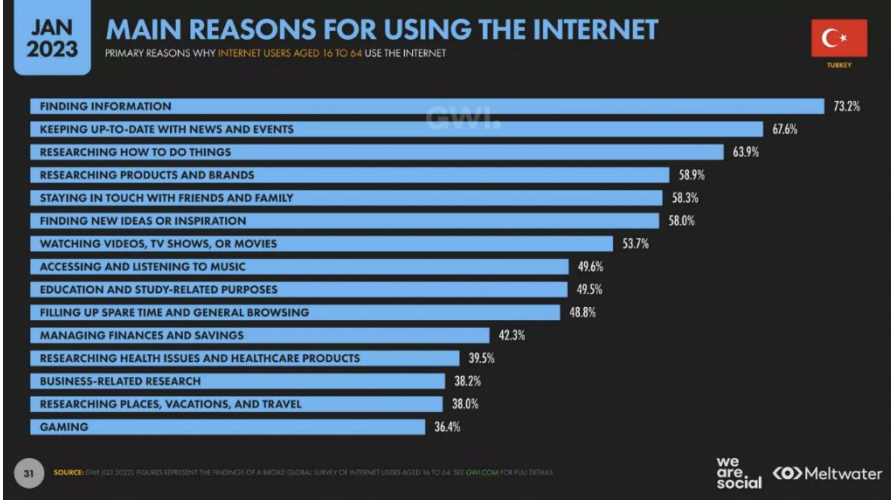
We Are Social Dijital 2023 raporuna göre, “Türkiye’de nüfusun yüzde 83,4’ü internet kullanıcısıyken toplam nüfusun yüzde 95,4’ü mobil bağlantı sahibi ve yüzde 73,1’i aktif olarak sosyal medya kullandığı” görülmektedir (Kara, 2023).



Şekil 2. Türkiye’de en sık kullanılan sosyal medya platformları (Kara, 2023)

We are Social 2023 Raporuna göre, dünyada sosyal medya kullanıcı sayıları her geçen gün artmaktadır. “Dünya çapında sosyal

medya kullanıcı sayısı, pandeminin başlangıcından bu yana yüzde 30'a yakın arttı ve son 3 yılda 1 milyardan fazla yeni kullanıcı sosyal medya kullanmaya başlamıştır” (Kara, 2023).



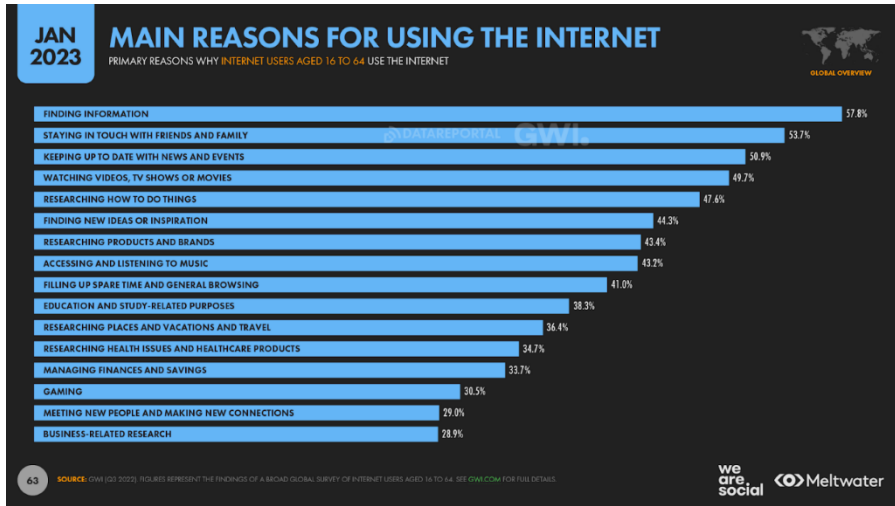
**Şekil 3. Türkiye’de internet kullanım nedenleri (Kara, 2023)**

Aynı rapora göre, Türkiye’de bireylerin yeni iletişim teknolojilerini kullanmalarının 15 nedeni şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Bilgi Bulmak (%73,2)
2. Haber ve Etkinliklerden Haberdar Olmak (%67,6)
3. Nasıl Yapılacağını Araştırmak (%63,9)
4. Ürün ve Marka Araştırması Yapmak (%58,9)
5. Arkadaşlar ve Aile ile İletişime Kalmak (%58,3)
6. Yeni Fikirler veya İlham Bulma (%58,0)
7. Videolar, TV Şovları veya Filmleri İzlemek (%53,7)
8. Müziğe Erişim ve Dinleme (%49,6)
9. Eğitim ve Öğrenimle İlgili Amaçlar (%49,5)
10. Boş Zaman Doldurma ve Genel Tarama (%48,8)
11. Finans ve Tasarruf Yönetimi (%42,3)
12. Sağlık Sorunları ve Sağlık Ürünleri Araştırma (%39,5)

13. İşle İlgili Araştırma (%38,2)
14. Yerler, Tatil ve Seyahat Araştırma (%38)
15. Oyun Oynama (%36,4) (Kara, 2023).

Buna göre Türkiye’de bireylerin internet kullanım gerekçeleri incelendiğinde, internet kullanıcılarının Türkiye’de “siyasi ve sosyal görüşlerini paylaşmak üzere” interneti kullanmadıkları, en azından ilk 15 neden içerisinde “interneti siyasi ve sosyal görüşlerini paylaşmak” gerekçesiyle internet ve sosyal medyayı kullanmadıkları görülmektedir. Benzeri bir durumun dünya genelinde de geçerli olduğu görülmektedir.



Şekil 4. Dünya genelinde internet kullanım nedenleri (We are Social, 2023)

Bu durumun oluşmasında, internet ve sosyal medyada bireyler üzerinde hissedilen yoğun gözetimin önemli bir etkisi olduğu değerlendirilmektedir. “İnternet ve sosyal medyanın geleneksel iletişime geri bildirim ögesini katması, bireylerin herhangi bir süzgeçten ya da sansürden geçmeden düşüncelerini özgürce açıklamasına fırsat vermesi bakımından, internetin ve sosyal medyanın demokrasiyi ve ifade özgürlüğünü genişlettiği varsayımı, alanla ilgili çalışmalarda genel bir kanı haline gelmiştir” (Eşitti, 2015: 76). Bu durum internet ve sosyal medya kullanımının beraberinde

getirdiği birçok sorunun uzunca bir süre görmezden gelinmesine neden olmuştur. Bununla birlikte günümüzde Türkiye ve dünyada birçok araştırmacı internet temelli sosyal medya kullanımının demokrasiler açısından doğurmuş olduğu gözetim gibi sorunları incelemektedir.

Çalışmanın bu kısmında, sosyal medya, gözetim ve demokrasi ilişkisine yönelik dünyada gerçekleştirilen akademik, bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilecek, bu yolla konuyla ilgili çalışan akademisyenlerin hangi temalar, kavramlar, ağlar ve anahtar kelimeler üzerinde durdukları, daha çok hangi konuları çalıştıkları yıllara göre bu çalışmaların ne yönde dönüştüğü saptanmaya çalışılacaktır. Böylelikle Türkiye’de sosyal medya, gözetim ve demokrasi ilişkisine yönelik çalışma yapan araştırmacılara bilgi sağlanması hedeflenmektedir.

### **Sosyal Medya, Gözetim ve Demokrasi Sorunsalına İlişkin Bilimsel Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi**

Çalışmanın bu kısmında sosyal medya, gözetim ve demokrasi sorunsalına ilişkin, mevcut bilgi birikimi içindeki entelektüel ağları, eğilimleri ve çalışılan alanları keşfetmek amacıyla, yayımlanmış bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma, sosyal medyanın kullanılmaya başlandığı 2005 yılından 2023 (20.12.2023) yılına kadarki geçen sürede yayımlanan ‘Core Collection Database’ içerisindeki tüm akademik çalışmaların bibliyometrik analizini içermektedir. Bibliyometrik analiz, belli bir dönem aralığında, bir konuyla ilgili yazılan, araştırılan literatürün analiz edilmesini, araştırmacılar, kişiler, ülkeler, kurumlar tarafından üretilmiş çalışmalar ile bu çalışmalar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analiz edilmesini, yorumlanmasını sağlayan bir analiz türüdür (Zupic ve Cater, 2015). Bu analiz türü, WoS, Scopus, Google Scholar, PubMed, MEDLINE gibi çeşitli veri tabanlarından elde ettiği bilgileri analiz ederek, sayısal veriler ortaya çıkarır (Chen, 2017). Araştırma kapsamında WoS veri tabanında yer alan gelişmiş arama kısmında “social media” AND “surveillance” terimleri yazılarak arama yapılmış, arama sonucunda konuyla ilgisi bulunmayan kavramlar

çıkartılmış, arama başlık, özet ve anahtar sözcüklerle sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen ayıklama ve WOS veri tabanında yapılan veri analizi sonucunda konuyla ilgili 2073 bilimsel çalışmaya erişilmiştir. Bu çalışmaların analizi Vos Viewer programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir (Van Eck ve Waltman, 2011). Bu doğrultuda çalışmada aşağıdaki şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Gözetim ve sosyal medya alanındaki çalışma sayıları ve yayın eğilimleri yıllar içerisinde nasıl bir gelişme göstermiştir?

2. Gözetim ve sosyal medya alanında yayımlanan çalışmaların başlık, anahtar kelime ve özetlerinde sıklıkla kullanılan ortak kelimeler ve tematik kümeler hangileridir?

3. Gözetim ve sosyal medya alanındaki çalışmaların ülkelere göre dağılımı nasıldır?

4. Gözetim ve sosyal medya alanındaki çalışmaların dergi kategorilerine göre dağılımı nasıldır?

5. Gözetim ve sosyal medya alanındaki çalışmaların yazarlara ve yazarlar arası atıf ağına göre dağılımı ne yönde gerçekleşmektedir?

### **Bulgular**

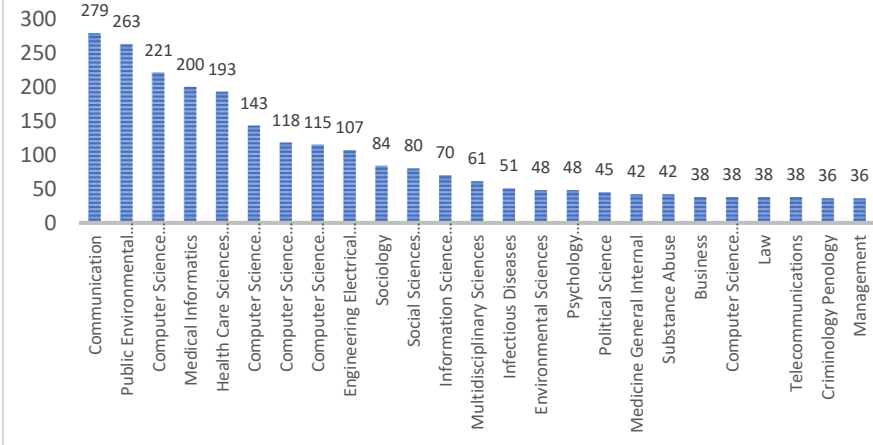
Çalışma kapsamında gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonucunda gözetim ve sosyal medya çalışmalarının, yayın eğilimleri, yayınların ülkelere göre dağılımı, konuyla ilgili dergi kategorileri, çalışılan konular ve en yaygın anahtar kelime analizleri (Co-Occurrence Keywords) gerçekleştirilmiştir.

### **Yayın Sayı ve Eğilimleri**

Gözetim ve sosyal medya konusuyla ilgili başlıklar, özetler ve anahtar kelimeler bibliyometrik analize tabi tutulmuş, bu doğrultuda elde edilen verilere göre, bu doğrultuda WoS veri tabanında, 2005 ile 2023 (20.12.2023) arasında 2073 çalışma gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

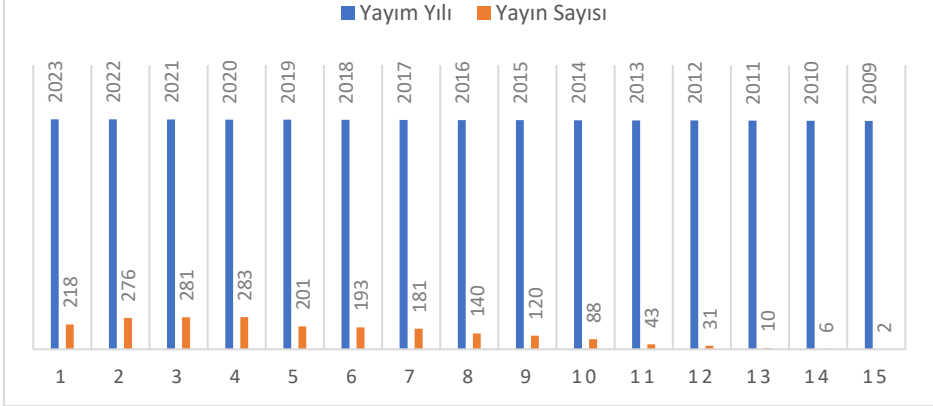


## ŞEKİL 1. DERGİDEKİ MAKALE SAYISI



Yayın sayı ve eğilimlerine ilişkin yukarıda yer alan tablo, en sık işlenen 25 dergi kategorisi hakkında bilgileri içermektedir. Buna göre, gözetim ve sosyal medya alanında en fazla yayının 279 yayımla “İletişim” alanında gerçekleştirildiği görülmektedir. İletişim alanının ardından sayısal çokluğa göre yayınların “Kamu Çevre İş Sağlığı”, “Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri”, “Tıp Bilişimi”, “Sağlık Bilimleri Hizmetleri”, “Bilgisayar Bilimi Teorisi Yöntemleri”, “Bilgisayar Bilimi Yapay Zekâ”, “Bilgisayar Bilimleri Disiplinlerarası Uygulamalar”, “Mühendislik Elektrik Elektronik”, “Sosyoloji”, “Disiplinlerarası Sosyal Bilimler”, “Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi”, “Multidisipliner Bilimler, Bulaşıcı hastalıklar”, “Çevre Bilimleri”, “Disiplinlerarası Psikoloji”, “Siyaset Bilimi”, “Tıp Genel Dahili”, “Madde bağımlılığı”, “İşletme”, “Bilgisayar Bilimi Yazılım Mühendisliği”, “Hukuk”, “Telekomünikasyon”, “Kriminoloji Penoloji” ve “Yönetim Bilimleri” alanlarında gerçekleştiği görülmektedir.

## ŞEKİL 2. YILLARA GÖRE YAYIN SAYILARI



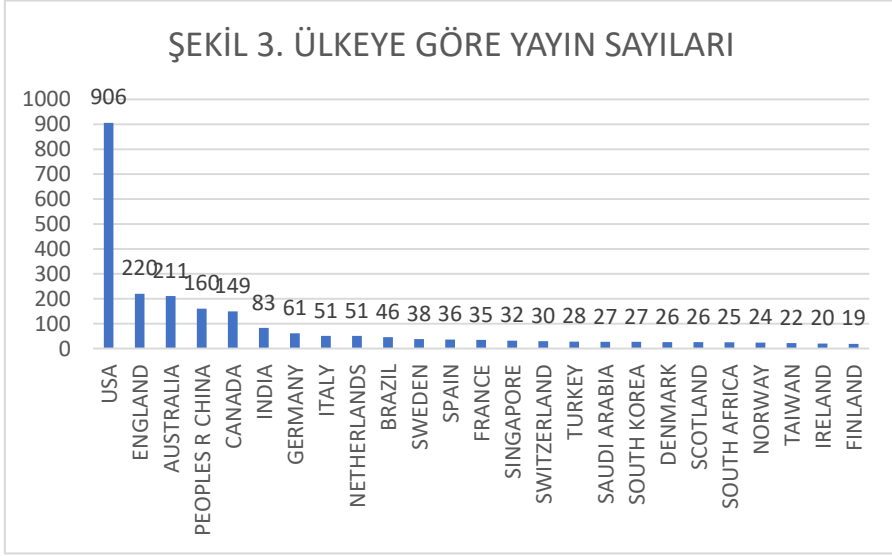
Yıllara göre yayın sayıları incelendiğinde yayın sayılarının düzenli olarak arttığı görülmektedir. Yayın sayılarındaki en fazla artışın Covid 19 salgınının pandemi olarak ilan edildiği yıl olan 2020 yılı ve onu takip eden yıllar olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki veriler değerlendirildiğinde son yıllarda sosyal bilimlerin yanı sıra fen ve sağlık bilimleri alanlarında da gözetim ve sosyal medya konu başlıklarının çalışılmaya başlandığı görülmektedir. Bu durumun oluşmasındaki en önemli sebeplerden birinin, Covid 19 pandemisi sırasında gözetim uygulamalarının hasta takibinde kullanılması olduğu değerlendirilmektedir. Pandemi sırasında sosyal medya uygulamaları hasta ve temaslı takip amaçlı olarak yaygın bir biçimde kullanılmıştır. Bu durum her ne kadar kamu yararına olarak görülse de, gözetim sistemlerinin yaygınlaştırılmasının demokratik toplumlar açısından yaratabileceği sorunlar görmezden gelinmemelidir.

### Gözetim ve Sosyal Medya Alanındaki Araştırmaların Ülkelere Göre Dağılımı

Gerçekleştirilen bibliyometrik analizden elde edilen verilere göre, gözetim ve sosyal medya alanında yapılan çalışmaların

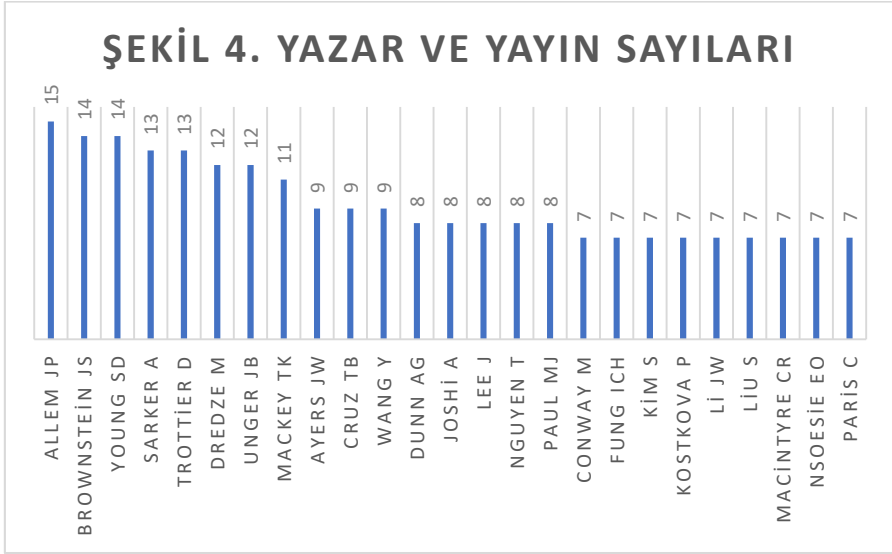
çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD – USA) gerçekleştirildiği görülmektedir.



Gözetim ve sosyal medya alanındaki 906 yayınlı Amerika Birleşik Devletleri'nin diğer ülkelerle kıyaslandığında bu alanda büyük bir üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. ABD'nin 906 yayını bulunurken en yakın takipçisi olan İngiltere'nin 220, Avustralya'nın 211, Çin'in 160 ve Kanada'nın 149 yayını bulunduğu görülmektedir. Türkiye'nin ilk 25 ülkenin yer aldığı tabloda sıralaması 16'dır. Türkiye'de konu ile ilgili WoS veri tabanında 28 yayın bulunmaktadır. Bu durum Amerika Birleşik Devletleri ile kıyaslandığında aradaki bilgi birikimi açığını gözler önüne sermektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin bu noktada bilgi yayımı açısından da diğer devletler üzerinde bir hegemonik üstünlüğünün olduğunu söyleyebilmek mümkündür.

### **Gözetim ve Sosyal Medya Alanında En Üretken Yazarlar**

Bibliyometrik analiz sonucu elde edilen verilerden yola çıkılarak aşağıda oluşturulan tablo, gözetim ve sosyal medya alanında WoS veri tabanında en çok yayın üreten yazarları göstermektedir.



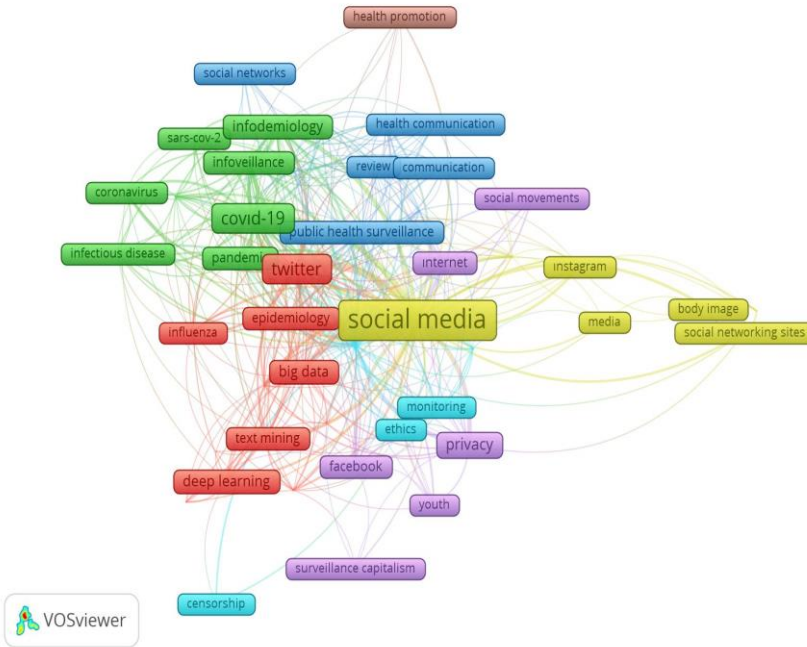
Buna göre, 15 yayın ile en çok yayının Allem JP tarafından yapıldığı görülmektedir. Allem JP’yi 14’er yayınlı Brownstein JS ve Young SD, 13’er yayınlı Sarker A ve Trottier D; 12’şer yayınlı Dredze M ve Unger JB; 11 yayınlı Mackey TK; 9’ar yayınlı Ayers JW; Cruz TB ve Wang Y; 8’er yayınlı Dunn AG, Joshi A, Lee J, Nguyen T ve Paul MJ; 7’şer yayınlı Conway M, Fung ICH, Kim S, Kostkova P, Li JW, Liu S, Macintyre CR ve Nsoesie EO gelmektedir.

### **Data Analizi ve Ağ Oluşturma**

Çalışmanın bu kısmında WoS veri tabanından gözetim ve sosyal medya ile ilgili elde edilen veriler Vosviewer programı kullanılarak analiz edilmiştir. Vosviewer programı, ilgili çalışmaların özetlerinde, anahtar kelimelerinde ve başlıklarında yer alan bilgilerin sıklığını ve ağları ortaya koymaya yarayan bir programdır. Bu analiz türünde bir çalışmanın değerlendirmeye alınabilmesi için belli bir başlık, anahtar kelime veya özetle en az 5 kez geçebilmesi gerekmektedir (Yıldız, 2019; Liu vd, 2022).

## Gözetim ve Sosyal Medya İle İlgili Anahtar Kelimeler Kümesi (Co-Occurrence Keywords)

Vosviewer programı kullanılarak gerçekleştirilen analizde, yazarların gözetim ve sosyal medya ile ilgili çalışmalarının başlık, özet ve anahtar kelimelerinde en sık kullandıkları kavramlara dair bilgiler elde edilmiştir. Bu doğrultuda aşağıda, Şekil 5'te yer alan kelime ağı içerisindeki her bir renk, birlikte kullanılan kelimelerin oluşturduğu bir kümeyi ifade etmektedir. Buna göre gözetim ve sosyal medya ile ilgili en sık kullanılan anahtar kelimenin sosyal medya olduğu, bunu büyük veri, kamu sağlığı gözetimi, pandemi, Twitter, covid 19, sosyal hareketler ve sansür gibi kelimelerin takip ettiği görülmektedir.

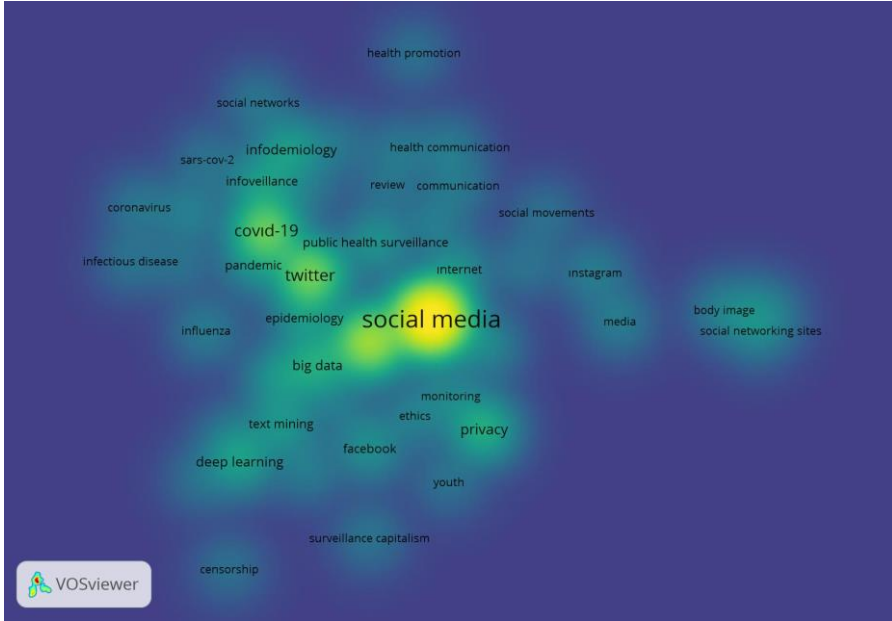


**Şekil 5** Yazarların konuyla ilgili kullandıkları anahtar kelimeler kümesi

Şekil 5'teki kelime ağ haritası incelendiğinde, birlikte en sık kullanılan kelimelerden 5 temel küme oluşturulduğu görülmektedir. Bu kümeler aşağıdaki tablodaki gibi sıralanmaktadır.

Küme Sırası	Kelime Kümesi
1	Sosyal medya, Instagram, Medya, Beden İmajı, Sosyal Ağlar
2	Gözetim Kapitalizmi, Gençler, Facebook, Mahremiyet
3	Büyük Veri, Twitter, Epidemiyoloji, Metin Madenciliği, Derin Öğrenme, İnfluenza
4	Sosyal Ağlar, Sağlık iletişimi, İletişim, Değerlendirme, Kamu Sağlığı Gözetimi
5	Pandemi, İnfoveillance, Covid 19, Coronavirus, Epidemiyoloji, Sars-cov 2, Bulaşıcı hastalık
6	Sağlık Gelişimi

### Gözetim ve Sosyal Medya ile İlgili Çalışmalarda Geçen Anahtar Kelimelere İlişkin Yoğunluk Haritası

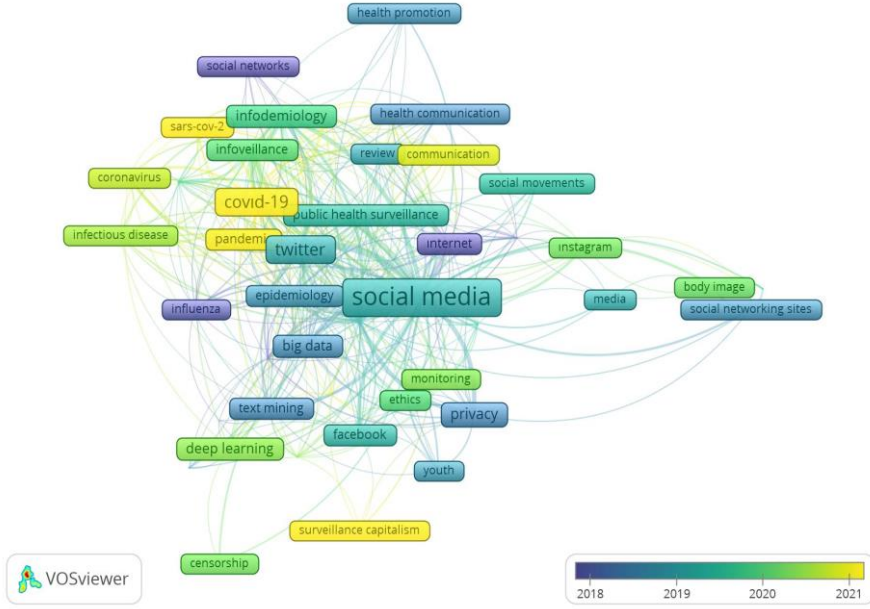


**Şekil 6. Çalışmaların Yoğunluk Haritası**

Şekil 6.’da gözetim ve sosyal medya ile ilgili çalışmalarda geçen anahtarın yoğunluk analizi irdelenmiştir. Gerçekleştirilen ağ analizine göre, gözetim ve sosyal medya ile ilgili yoğun kullanılan kelimeler arasında sosyal medya, Twitter, covid 19, büyük veri, metin

madenciliği, beden imajı, sosyal ağlar ve mahremiyet gibi konular gelmektedir.

## Gözetim ve Sosyal Medya İle İlgili Çalışmaların Yıllara Göre Değişimi



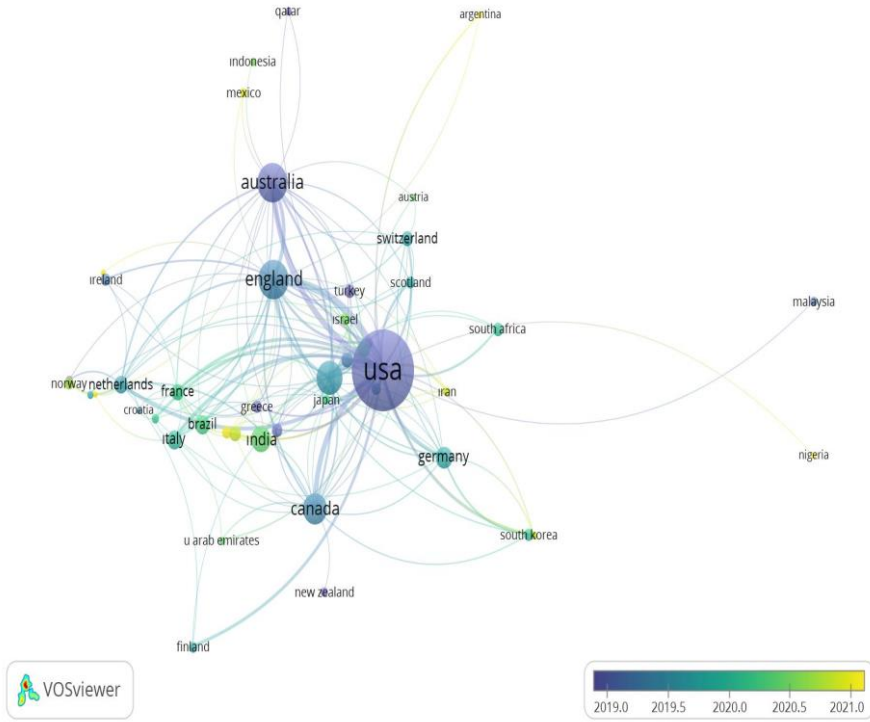
Şekil 7 Çalışmaların Yıllara Göre Değişim Eğilimi

Şekil 7.'de gözetim ve sosyal medya ile ilgili çalışmaların yıllara göre değişim eğilimi irdelenmiştir. Gerçekleştirilen bibliyometrik ağ analizine göre, son yıllarda yazarlar, “gözetim kapitalizmi”, “Covid 19”, “pandemi”, “iletişim”, “Sars-cov-2” gibi anahtar kelimelerin yoğunlukta olduğu bilimsel çalışmaları yayımlamaktadırlar.

## Ülkelerarası Atıf ve İş Birliği Ağı

Aşağıda Şekil 8’de yer alan ülkelerarası atıf ve işbirliği ağı, gözetim ve sosyal medya konularını içeren çalışmaları gerçekleştiren yazarların atıfta ve işbirliğinde buldukları yazarların ülkeleri hakkında bilgi vermektedir. Şekil 8’de de görülebileceği gibi 2005 yılından günümüze, sosyal medya gözetim hakkında en çok

çalışmanın Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum en çok atıf ağının ve yoğunluğunun da ABD’de olduğunun önemli bir göstergesidir. Atıf ağı içerisinde Amerika Birleşik Devletleri’ni İngiltere, Kanada ve Avusturalya takip etmektedir.



Şekil 8 Ülkelerarası Atıf ve İş Birliği Ağı

## Sonuç ve tartışma

Bu çalışmada temelde medya ile siyaset arasındaki sorunlu ilişki vurgulanmış, bu sorunlu ilişkinin medya teknolojilerinin gelişmesine rağmen devam ettiği ileri sürülmüştür. Türkiye’de dünya genelinde olduğu gibi tek yönlü, monolog iletişimin hâkim olduğu geleneksel medyadan, diyalog etkileşime dayalı iletişimin hâkim olduğu yeni medyaya doğru bir evrim gerçekleşmiştir. Cumhuriyetin 100. yılını



yaşadığımız bugünlerde, yeni medya teknolojilerinin siyasal iletişime ve demokrasiye önemli ölçüde katkılarının bulunması beklenmekteydi. Bununla beraber, zaman içerisinde sosyal medyada anonimlikten bilinirliğe doğru bir değişimin gerçekleşmesiyle gözetim uygulamaları giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Gözetim ise doğası gereği demokrasi ile karşıtlık içermektedir. Gözetim, gözetlenen bireyin kendini baskı altına hissetmesine, kendisini ifade edememesine ve davranışlarını kendini gözetleyen normları doğrultusunda değiştirmesine sebebiyet vermektedir. Bu doğrultuda yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya değerlendirildiğinde bu iletişim mecralarının demokratik yaşamımıza katkısının sınırlandırıldığını söylemek mümkündür. Bu sorunla ilgili çalışan araştırmacı ve akademisyenler önceleri sosyal medyanın demokrasiye ve ifade özgürlüğüne katkılarını yüceltmiş, bu iletişim mecralarının taşıdığı tehlikeleri görmezden gelmişlerdir. Bununla birlikte zaman içerisinde sosyal medyadaki gözetim uygulamalarının bireyler üzerinde daha fazla hissedilmesiyle beraber araştırmacılar sosyal medya, gözetim ve demokrasi sorunsalı üzerine yoğunlaşmaya başlamışlardır.

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye’de ve dünyada sosyal medya gözetim ve demokrasi ilişkisi üzerine yapılan çalışmalara yönelik bibliyometrik bir analiz gerçekleştirmek bu yolla entelektüeller bilgi birikimi içerisindeki eğilimleri ölçmektir. Bu doğrultuda bibliyometrik analiz türünün ve Vosviewer programının sağlamış olduğu imkanlarla, web 2.0 teknolojilerinin doğuşundan günümüze değin gerçekleştirilen çalışmaların nicel içerik analizi yapılabilmektedir. Elde edilen bulgulara göre sosyal medya teknolojilerinin kullanılmaya başlandığı 2005 yılından itibaren Vos veri tabanında 2073 çalışmanın bulunduğu, bu çalışmaların yazarlara ve yazarlar arası atıf ağına göre dağılımının ne yönde gerçekleştiği, çalışmalardan 28 adedinin Türkiye’deki yazarlar tarafından yapıldığı, bu doğrultuda Türkiye’nin akademik bilgi birikimi içerisindeki yerinin ne olduğu, çalışmalarda en sık geçen kelime ve kelime kümelerinin neler olduğu, gözetim ve sosyal medya alanındaki dergi kategorilerine

göre dağılımının nasıl olduğu, çalışmaların yazarlara ve yazarlar arası atıf ağına göre dağılımın ne yönde gerçekleştiği gibi hususlar tespit edilmiştir.

Elde edilen veriler nicel içerik analizine dayalı veriler olduğundan çalışmaların içeriklerinin detaylarına erişmek mümkün olamamıştır. Bununla birlikte nicel veriler üzerinden genel olarak çalışmalar hakkında bilgi edinilebilmiştir. Burada en önemli tespitlerden biri, gözetim ve sosyal medya alanında en çok çalışmanın iletişim bilimleri alanında yapılıyor olması hususudur. Bununla birlikte en sık kullanılan kelimeler arasında demokrasi kelimesinin yer almaması, sosyal medyada yer alan gözetim uygulamalarının etkisinin henüz akademisyen ve araştırmacılar tarafından yeterince dikkate alınmadığını göstermektedir. Bu durum konu ile ilgili daha çok araştırma ve yayına ihtiyaç duyulduğunun bir göstergesi konumundadır.

## KAYNAKÇA

- Andrejevic, M. (2007) *iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era*, Lawrence: The University Press of Kansas.
- Andrejevic, M. & Gates, K. (2014) Big Data surveillance. *Surveillance & Society* 12(2): 185–96.
- Arslantaş-Toktaş, S., Binark, M., Dikmen, E.Ş ., Fidaner, I.B ., Küzeci E . ve Özaygen, A . (2012). Türkiye’de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Chen, C., (2017). Science mapping: a systematic review of the literature. *Journal of Data and Information Science*, 2(2), 1-40.
- Clair, W. (2008). *That Greece Might Still Be Free The Philhellenes in the War of Independence*. Londra: Oxford University Press  
<https://books.openbookpublishers.com/10.11647/obp.0001.pdf>
- Cuilenburg, Jan Van (2009). *Medya ve Demokrasi*. Televizyon Gazeteciliğinde Etik. Editörler: Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel. Türkiye’de Etik Haberciliğin Geliştirilmesi Projesi (ss. 99-124).

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Fatusch B.V. Ankara,  
Türkiye:

- Demir, N. (2010) Demokrasinin Temel İlkeleri ve Modern Demokrasi Kuramları, Ege Akademik Bakış, Cilt 10(2), ss. 597-611
- Eşitti, Ş. (2013). Gözetim Toplumunda Sinoptikon ve Sosyal Medya. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi çağında problemlerli internet kullanımı ve enformasyon obezitesi: Problemlerli internet kullanımı ölçeğinin üniversite öğrencilerine uygulanması. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 0(49), s. 75-97.
- Eşitti, Ş. (2019). Sosyal Medya, Siyasal İletişim ve Katılımcı Demokrasi İlişkisi. Editör: Yıldırım, K. E. Sosyal Medyaya Giriş İçinde (ss. 53-76). Anadolu Üniversitesi Yayınları Eskişehir
- Foucault, M. (1995). Discipline and Punish: The Birth of the Prison. (İngilizce Çev. Sheridan, A.) New York: Vintage Books (Kitabın orijinali 1975'te basılmıştır.)
- Foucault, M. (2000) Hapishanenin Doğuşu. M.A. Kılıçbay (çev.). Ankara: İmge Kitabevi (orijinal baskı tarihi 1975)
- Foucault, M. (2007) İktidarın Gözü, 2. Baskı. I. Ergüden (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları Foucault, M. (2011) Özne ve İktidar. 3. Baskı. I. Ergüden ve O. Akınhay (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011) Özne ve İktidar. 3. Baskı. I. Ergüden ve O. Akınhay (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fuchs, C. (2011). How to define surveillance? MATRIZes. 5 (1): 109-133.
- Fuchs, C. (2011a). New Media, Web 2.0. and Surveillance. Sociology Compass. Vol. 5 No. 2: s. 134 – 147
- Fuchs, C. (2011b). Web 2.0, Prosumption, and Surveillance. Surveillance & Society. 8(3): 288-309.

- Gandy, O. (1993) *The Panoptic Sort: A Political Economy of Personal Information*, Boulder: Westview.
- Gezgin, Suat (2006). “Medya ve Demokrasi, Medya Merceğinde Almanya ve Türkiye.” 20. Alman-Türk Gazeteciler Semineri. 18-20 Mayıs 2006. Antalya. <http://www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/19gezgin.pdf>. Erişim Tarihi: 11.11.2023.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji*. Kırmızı Yayınları: İstanbul.
- Giroux, H. (2015) Totalitarian paranoia in the post-Orwellian surveillance state. *Cultural Studies*, 29(2): 108–140.
- Gözler, K. (1998). “Cumhuriyet ve Monarşi”, *Türkiye Günlüğü*, Sayı 53, s.27-34. <https://www.anayasa.gen.tr/cumhuriyet.htm> Erişim Tarihi: 11.11.2023.
- Haggerty, KD. & Ericson, RV. (2000) The surveillant assemblage. *British Journal of Sociology* 51(4): 605–622.
- Heywood, A. (2012). *Siyasetin Temel Kavramları*, Çev. H. Özler, Ankara: Liberte.
- Heywood, A. (2012). *Siyasetin Temel Kavramları*, Çev. H. Özler, Ankara: Liberte.
- Jansson, A. (2012) Perceptions of surveillance: reflexivity and trust in a mediatized world (the case of Sweden). *European Journal of Communication* 27(4): 410–427.
- Kara, O. (2023, 02 22). *We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu* Yayınlandı! Weareomteam: <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/#:~:text=2023%20y%C4%B1%C4%B1%20i%C3%A7in%20internette%20ge%C3%A7irilen,aktif%20olarak%20sosyal%20medya%20kullan%C4%B1yor>. adresinden alındı
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı’dan 21. yüzyıla basın tarihi*. İstanbul: Pozitif Yay.
- Lyon, D (2007). *Surveillance Studies: An Overview*. Cambridge: Polity

- Lyon, D. (2009). *Vesikalı Yurttaş: Gözetim Aracı Olarak Kimlik Kartı*. İstanbul: Kalkedon.
- Milton, J. (1644). *Areopagitica: A speech for the Liberty of Unlicensed Printing to the Parliament of England*.
- Polat, N. (2018). "1946 Çok Partili Dönemin Başlangıcından 1964 TRT'nin Kurulmasına Kadar Türkiye'de Radyo Yayıncılığı." *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi* 10 (1):125-137.
- Sönmez, H. (2021). İktidar Nedir, Byung-Chul Han, Çev. Mustafa Özdemir, İnsan Yayınları, İstanbul 2020, 128 Sayfa. *Mukaddime*, 12(2), 579-584. <https://doi.org/10.19059/mukaddime.892460>
- Şeyhanlıoğlu, H. (2019) "Radyonun Demokratik Yaşamda ve Siyasetteki Etkisi: Demokrat Parti Dönemi (1950-60)" *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 5/3 (Aralık-2019), s. (805-818)
- Trottier D (2012) *Social Media as Surveillance: Rethinking Visibility in a Converging World*. Farnham: Ashgate.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2011). Text mining and visualization using VOSviewer. arXiv preprint arXiv:1109.2058.
- We are Social*. (2023, Ocak 26). The Changing world of digital in 2023: <https://wearesocial.com/us/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/> adresinden alındı
- Zuboff, S. (2015) Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology* 30(1): 75–89.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>



# CUMHURİYET'TEN GÜNÜMÜZE GAZETELERİN KURUMSAL GÖRSEL KİMLİKLERİNDEKİ DÖNÜŞÜMÜN TASARIMSAL ANALİZİ

Mustafa MAYDA<sup>1</sup>

## Giriş

Gazetelerin Türkiye basın tarihindeki gelişimine bakıldığında, Cumhuriyet ile beraber derin ve etkili kırılmaların yaşadığı görülmektedir. Özellikle Cumhuriyet'in ilanı ve daha sonra ortaya çıkan dönemlerdeki gazetelerin kurumsal yapılarına bakıldığında, hem siyasi hemde toplum ile ilişkilerinde kurumsal kimliklerini baskın bir biçimde kullandıkları söylenebilir. Medyanın toplumu yönlendiren, eğiten, haber ve bilgi akışını organize ederek aynı zamanda eleştiri ve denetleme görevi üstlenen iletişim araçları bütünü olması tanımından hareketle, özellikle gazetelerin kendi kimliklerini yansıtma noktasında dönemsel değişimlere mağruz kaldıklarında belirtilmektedir (Koyuncu, 2016: 50). Özellikle sanayi devrimi sonrası dönemlerde gazetelerin toplum ve siyaset zemininde kendini yeniden konumlandırarak kendi kurumsal görsel kimlikleri üzerinden toplumun karşısına çıktıkları görülmektedir. Türkiye özelinde konuya bakıldığında ise, Cumhuriyet'ten günümüz Dördüncü Sanayi Devrimi (dijitalleşme) sürecine gelene kadar özellikle ulusal gazetelerin dönemsel olarak önemli değişimler geçirdiği belirtilmektedir (Akgül & Ayer, 2018: 2320). Bununla birlikte gazetelerin kurumsal görsel kimliklerindeki sahip oldukları göstergeleri yansıtma ve temsil gücünü artırma noktasında tutarlı bir çizgide ilerledikleri de tespit edilmektedir.

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID ID: 0000-0003-4320-4524 [mustafa.mayda@comu.edu.tr](mailto:mustafa.mayda@comu.edu.tr)

Basın alanında kurumsal görsel kimliğin özellikle bir medya işletmesinde “vitrin” olarak görev yaptığı söylenebilir. Medya işletmesi bir gazete ise kurumsal görsel kimlik gazetenin yayın politikası ve basındaki konumu ile ilgili etkili referanslar ortaya koyabilir. Özellikle gazetelerin okuyucu kitlesi ile olan ilişkisinde kitle ile görsel kimlik üzerinden bir bağ kurulduğu görülmektedir. Çünkü gazetelerin kurumsal görsel kimlikleri okuyucunun gözünde gazetenin alanında bir marka olarak konumlandırılmasında önemli etkilere sahip olmaktadır. Bu çerçeveden konu ele alındığında, gazetelerin kendilerini ifade etmek için okuyucuların karşısına çıktıkları alan ve platformlarda görsel göstergeler üzerinden yansımalar oluşturarak hedef kitlesi ile iletişim kurdukları görülmektedir. Gazetelerin kavramsal çağrışım oluşturacak şekilde çeşitli semboller ve göstergeler üzerinden okuyucu kitlesini etkileme yaklaşımları aynı zamanda gazetenin hedef kitlesinde “marka sadakati” oluşturma çabası olarak ta değerlendirilebilir. Çünkü gazete günlük yayın yapan bir medya aracı olarak güncel olma, gündemde kalma ve okuyucu kitlesi ile sıcak teması koruma yoluna gitme durumundadır. Bundan dolayı marka sadakatının oluşabilmesi, aynı zamanda gazetenin yayın politikasının sürekli dinamik bir şekilde uygulanabilmesi için kurumsal görsel kimliğinin ilgili kanallar üzerinden gösteriminin yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte bir gazetenin geçirdiği dönemsel köklü değişimlerin okuyucu kitlesine anlatılması, aktarılması ve/veya gösterilmesi de o gazete için hayati öneme sahiptir. Bu bakımdan kurumsal görsel kimliğin temsiliyeti ve hedef kitle üzerinde etki oluşturabilmesi için, gazetenin tutarlı bir iletişim politikası geliştirerek gerekli dönemlerde kurumsal görsel kimlikliği üzerinden ilgili alanlarda çalışmalar ortaya koyması gerekmektedir. Günümüzde de medya işletmelerinin hem geleneksel alanda hemde dijital ortamda kendi kurumsal görsel kimlikleri üzerinden gerekli iletişim politikalarını hayata geçirdikleri görülmektedir. Gazeteler günümüzde; basılı gazetelerde, web-sitelerinde, sosyal medya hesaplarında, e-haber bülteni platformlarında, tv-radyo ortamlarında ve ilgi tüm platformlarda kurumsal görsel kimliklerini hedef kitleye sunmaktadırlar. Ayrıca hedef kitle ile iletişim kurabilecek tüm iletişim



araçları üzerinden kurumsal görsel kimliklerini kullanarak “marka sadakati” oluşmak adına yeni iletişim politikaları geliştirmekte, bununla birlikte medya alanının yoğun rekabet ortamı içerisinde kendilerine yeni alanlar açma çabası içerisine girmektedirler.

Cumhuriyet dönemi ile beraber Türkiye’deki ana akım gazetelerin gelişim sürecine bakıldığında, yayın politikasını kurumsallaştırma ve basında doğru konumlanma için özellikle kurumsal kimliklerini etkili bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Kurumsal kimliğin *"Bir şirketin kendisinin nasıl tanındığına ve insanların şirketi nasıl tanımlamasına, hatırlamasına ve anlatmasına izin verdiği anlamlar topluluğu"* şeklindeki tanımından hareketle, özellikle gazetelerin aynı zamanda bir medya şirketi olması nedeniyle kendilerini kurumsal kimlikleri üzerinden ifade ettikleri de belirtilebilir (Hepkon, 2003: 176). Çalışmada bu amaçla Cumhuriyet döneminden itibaren Türk Basını’na yön vermiş gazetelerin özellikle “kurumsal görsel kimlikleri” üzerinden bir okuma ortaya konmaktadır. Tasarımsal analizle; gazetelerin özellikle iletişim biçimlerini ortaya koyan görsel unsurlarının göstergeler üzerinden analiz edilmesi söz konusudur (Akil, 2013: 20-24). Bu göstergelerin gazetelerin kurumsal iletişim, kurumsal tasarım politikası, kurum felsefesi ve kurumsal davranış biçimlerini kapsayan kurumsal kimlikleri üzerinde nasıl bir değişime uğradığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışmada Cumhuriyet dönemi ve sonrasında ortaya çıkan Cumhuriyet, Akşam, Milliyet ve Hürriyet gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinde meydana gelen değişimler tespit edilerek analizi yapılmaya çalışılmıştır.

Gazetelerin kurumsal kimliklerini özellikle görsel göstergeler üzerinden yansıtma durumu, gazetelerin tarihsel süreç içerisinde geçirmiş oldukları dönüşümün tespitinde önemli bir referans zemini oluşturmaktadır. Çünkü kurumsal görsel kimlik referanslı değişimler gazetelerin buldukları konumda farkedilmeleri, okuyucu kitleleriyle sağlıklı bir iletişim süreci geliştirmeleri ve gazete ile ilişkili kişi ve kişiliklerde aidiyet oluşturulması bakımından önemli veriler içermektedir (Dündar, 2013: 99). Bu bakımdan çalışmanın ikinci

bölümünde özellikle kurumsal görsel kimlik konusunun kavramsal çerçevesine yer verilerek, gazetelerin bir kurum olarak fiziksel açıdan (Öztürk, 2006: 3) görsel olarak nasıl algılandıkları ve bu çerçevede geçirmiş oldukları değişimler tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinde meydana gelen değişimin belirlenmesinde tasarım disiplininin alt bileşenlerinin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Geçmişten günümüze gazetelerin varlığını sürdürmesinde tasarımın ve özellikle görsel iletişim tasarımı alanının kurumsal görsel kimliğin oluşmasında süreçlerin merkezinde yer aldığı bilinmektedir. Bundan dolayı özellikle gazetelerin kendilerini konumlandırma ve okuyucuları tarafından farkedilmelerinde tasarımın önemli bir görev üstlendiği de söylenebilir (Kirişcan, Taşdemir, & Tonguç, 2020: 107). Bu çerçevede çalışmanın üçüncü bölümünde örneklem üzerinden gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinin analizine yönelik kategoriler oluşturulmuştur.

Bu çalışmada özellikle günümüzde de faaliyette olan olan gazetelerin basılı versiyonlarındaki kurumsal görsel kimliklerini yansıtan logonun bulunduğu bölümler referans alınmıştır. Çalışmada gazetelerin kurumsal görsel kimlik unsurlarının tasarımlarının analizi söz konusudur. Logo, Kurumsal Renk, Slogan, Tipografik unsurlar, Simge, Maskot gibi görsel göstergeler tasarım disiplininin alt bileşenleri çerçevesinde semiyotik değerlendirme ölçütleri kullanılarak örneklem üzerinden bir görsel okuma gerçekleştirilmektedir. Bu çerçevede çalışmadan elde edilen veriler ile gazetelerin Cumhuriyet döneminden günümüze kurumsal görsel kimliklerinde nasıl bir değişimin meydana geldiği ve görsel kimliklerini hedef kitleye görsel iletişim tasarımı üzerinden nasıl sundukları tespit edilmiştir.

### **Medyada Kurumsal Kimlik Tasarımının Yeri**

Medya içerisinde özellikle gazetelerin tarihsel gelişimine bakıldığında ilk örneklerden itibaren tasarımın gazetenin okurları tarafından algılanmasında önemli bir işlev üstlendiği görülmektedir. Sayfa tasarımı, haber ve içerik tasarımı, görsel kullanımı, metin ve

tipografik unsurların oluşturulmasına kadar gazete ile ilgili pek çok süreçte iletişime dayalı tasarımdan bahsetmek mümkündür. Bu çerçevede gazetelerin kendilerini ifade etme ve okuyucuları ile iletişimi güçlendirme noktasında “kurumsal kimlik tasarım” süreçlerini iyi bir şekilde ortaya koymaları gerekmektedir. Kurumsal kimlik tasarımı içerisinde özellikle “kurumsal görsel kimlik tasarımı” önemli bir yer tutmaktadır. Kurumsal kimlik tasarımı; bir kurum veya oluşumun kendi felsefesinin paralelinde görsel dili kullanarak yeni bir kimlik oluşturması olarak tarif edilmektedir (Akil, 2013: 47). Burada kurumsal kimliğin görsel göstergeler üzerinden temsiliyeti söz konusu olmaktadır. Kurumların kendini görsel olarak ifade etmesi (Aytekin & Silsüpür, 2021: 103) olarak tanımlanan görsel kimlik tasarımında, kurumun ismi, logo ve simgeler, yazı karakteri, slogan, kurum rengi gibi pek çok unsurun kurumun misyonuna uygun bir şekilde meydana getirilmesi söz konusudur.

Kurumsal kimliğin oluşturulması pek çok kavramı ve alt başlığı beraberinde getirmektedir. Bu kavram ve başlıklar; *Kurumsal Kimlik*, *Kurumsal İmaj*, *Kurumsal İtibar*, *Kurumsal Kültür*, *Kurumsal İletişim* ve *Kurumsal Görsel Kimlik* şeklinde ifade edilmektedir. *Kurumsal Kimlik*; kurumun nasıl görünmek istediği ve kendisini tanımlaması, *kurumsal imaj*; kurumun nasıl algılandığı, *kurumsal itibar*; kurumun ortaya koyduğu iş ve değerlerin başkaları tarafından değerlendirilmesi, *kurumsal kültür*; kurumun kendi iç algılanma ve aidiyet kültürünün bütünsel göstergesi, *kurumsal iletişim*; iç ve dış süreçler için geliştirilen bütüncül iletişim stratejisi, *görsek kimlik* ise; kurumun kendini görsel göstergeler üzerinden ifade etmesi olarak tanımlanmaktadır (Dündar, 2013: 93-94). Tüm bu başlıklardan hareketle kurumsal kimliğin oluşturulmasında çok faktörlü süreçlerin işlediği de belirtilebilir.

Kurumsal kimliğin inşasında kurumun dışa yansıyan yüzünün “görsel kimlik” olduğunu söyleyen yaklaşımlarda söz konusudur (Öztürk, 2006: 2). Özellikle görsel kimliği oluşturan logo, isim, yazı karakteri, renk gibi görsel göstergeler kurumdışı algılanma süreçlerinde öncelikli alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla

birlikte kurumun ortaya koyduğu tüm faaliyetler ile ortak ve senkronize yönetim süreçleri kurumsal kimliğin inşasında önemli rol oynamaktadır (Korkmaz, 2007: 387). Kurum kimliğinin ortaya koyduğu bütüncül yaklaşım aynı zamanda kuruma üç farklı başlıktaki algısına katkı sunmaktadır. Bu üç nokta:

- Kim olduğu
- Ne yaptığı
- Nasıl yaptığı

Kurumsal kimliğin bu üç başlıkta kurumu net bir şekilde temsil edecek unsurlar içerdiği görülmektedir. Özellikle gazetelerin kurumsal kimlik yaklaşımlarına bakıldığında görsel kimlik oluşturmanın öncelikli olduğu görülmektedir. Çünkü görsel kimlik kurumu (gazete) temsiliyet noktasında daha görünür kılmaktadır. Bu durum; görsel kimlik yapısının kurumu etkileme gücü ile açıklanmaktadır. Bu çerçevede görsel kimlik yapısının işlevleri (Sezgin, 2008: 63);

1. Pratiklik işlevi
2. Estetik işlevi
3. Sembolik işlevi
4. Süreklilik işlevi olarak sıralanmaktadır.

Bu açıdan bir kurumun kurumsal kimlik inşasında görsel kimliğinin yukarıda belirtilen özellikler ışığında kurum içi ve kurum dışı etkileşiminde doğrudan veya dolaylı bir biçimde rol oynadığı belirtilmektedir. Bu durumda gazetelerin kurumsal kimliklerini oluşturmada kurumsal görsel kimlik tasarım süreçlerine nasıl yaklaştıkları da önemli olmaktadır.

### **Amaç**

Bu çalışmada; örnekleme yer alan gazetelerin farklı tarihlerdeki kurumsal görsel kimlik gösterimleri tasarımsal bakış açısı ile incelenmiştir. Çalışmanın amacı; örneklem üzerinden gazetelerin Cumhuriyet döneminden itibaren günümüze kadar kurumsal görsel

kimliklerindeki değişimi tespit etmektir. Bu çerçevede analizde aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır.

S1. Gazeteler kurumsal görsel kimliklerini göstergeler üzerinden hedef kitleye nasıl sunmaktadır?

S2. Cumhuriyet döneminden günümüze gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinde meydana gelen değişimde göstergeler nasıl bir işlev görmektedir?

### **Yöntem**

Gazetelerin kurumsal görsel kimlik gösterimlerinin tarihsel süreç içerisinde nasıl bir değişim geçirdiğini tespit etmek için gazetelerin logo, amblem ve isimlerinde meydana gelen değişimler tespit edilmeye çalışılmıştır. Semiyolojik değerlendirme ölçütleri kullanılarak gazetelerin kurumsal temsiliyet noktasında görsel kimliklerini okuyucuya göstergeler üzerinden nasıl sundukları ve dönemsel değişimler analiz edilmeye çalışılmıştır. Özellikle logo ve kurumsal görsel göstergelerin anlam mesaj boyutu (semantik), sözdizimsel boyutu (sentaktik) ve kullanım boyutu incelenerek, görsel kimlik üzerinde meydana gelen değişimler tespit edilmeye çalışılmıştır (Sungur, 2012: 55) . Göstergelerin değerlendirilmesinde görsel iletişim unsurlarının değerlendirilme kriteri olarak tercih edilmesi tasarım disiplininin kurumsal görsel kimlik yapılarındaki konumunu belirlemek açısından da önemli olmaktadır (Palfrey & Gasser, 2017: 149).

### **Örneklem**

Çalışmada örneklem olarak Cumhuriyet ile beraber yayın hayatına başlayan Cumhuriyet, Milliyet, Akşam gazeteleri ile Cumhuriyet dönemi sonrası kurulan Hürriyet gazetesi tercih edilmiştir. Örneklemenin oluşturulmasında özellikle tarihsel devamlılığı olan gazeteler değerlendirilmeye alınmıştır. Örneklemde değerlendirmeye alınan gazeteler Türk Basın tarihi açısından önemli kırılmalar yaratan gazeteler olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinin temsil edildiği 1.sayfa üst bölümlerinin görselleri analiz edilmiştir. Örneklemde her bir gazete

için beş farklı tarihsel dönemdeki baskısı seçilerek kurumsal görsel kimliklerinde meydana gelen değişimler tespit edilmeye çalışılmıştır. Örneklem oluşturulurken özellikle gazetelerin eski tarihli baskılarına literatür taraması ile gazete arşivleri üzerinden ulaşılmıştır.

### **Gazetelerin Kurumsal Görsel Kimlik Yaklaşımları**

Kurumsal kimliğin görsel göstergeleri içeren görsel kimlik boyutunda, logo/belirtge, simge, isim, slogan, renk, yazı karakteri gibi öğelerin uyumlu bir şekilde kurum kimliğine göre tasarlanması önem arz etmektedir. Özellikle gazetelerin basılı veya dijital ortamdaki temsiliyetlerinde bu öğelerin doğrudan hedef kitleye sunulması söz konusu olmaktadır. Görsel kimliğin hedef kitleye sunumunda dört başlıkta amaca hizmet etmesi beklenmektedir. Görsel kimliğin birinci amacı; markaya veya kuruma kişilik oluşturarak bir hayat vermektir. İkinci amacı ise kurum veya markanın benimsenmesini sağlayıp bunu yaygınlaştırmaktır. Üçüncü amaç; marka veya kurumun bulunduğu alandaki rekabette avantaj sağlamaktır. Dördüncü amaç ise bağlayıcılık olup, marka veya kurumun iç ve dış unsurları arasında bütüncül bir iletişimin oluşmasına katkı sunmaktır (Öztürk, 2006: 8). Bu çerçevede kendi içerisinde anlam bütünlüğü sağlamış ve hedef kitlesine uyumlu (Sezgin, 2008: 63) görsel kimlik tasarımlarının markayı veya kurumu zamanın yıpratıcı gücüne karşı dirençli ve hatırlanabilir olmasını sağladığı da bilinmektedir.

Görsel kimliğin öğeleri içerisinde logo/belirtge/simge önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü kurum ve markalar ilk olarak logoları üzerinden hedef kitleleri tarafından tanınır ve algılanırlar. Kurumsal görsel kimliğin en önemli elementi olarak semboller “örgütsel yaşamın açıkça belli olan ve gözlemlenen yanları” olarak kabul edilmektedir (Vural & Kesken, 2012: 65). Bu bakımdan logo ögesi bir belirtge olarak renkli, iki veya üç boyutlu tasarlanabilen, kurum temsiliyetinin en güçlü ögesi olan grafiksel işaretler olarak tarif edilmektedir (Akil, 2013: 26). Gazeteler genel olarak logolarında ortak değerlere göndermeler yapan sembol ve şekilleri tercih etmektedirler. Milli, evrensel ve gazetenin misyonuna uygun görsel sembollerin seçildiği gazete logolarında; bayrak, motif, milli renk,

ikonik şekil ve işaretlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu görsel göstergelerin basılı gazetelerin birinci sayfalarında ve dijital ortamların *ana sayfalarında* doğrudan hedef kitle ile buluşması söz konusudur. Bundan dolayı kurumsal görsel kimlikte kullanılan öğelerin etki gücü ve temsiliyet derecesinin yüksek seviyede olması beklenen bir durumdur.

Tipografik öğeleri içeren kurum ismi, slogan ve tanımlama başlıkları ise çeşitli kavram ve anlamlı sözcükleri içeren metinler olarak kurumsal görsel kimlik içerisinde yer almaktadır. Yazı bilimi olan tipografinin kuralları çerçevesinde tasarlanan tipografik öğeler, hedef kitle tarafından kolay okunabilir ve anlamlandırılabilir bir şekilde tasarlanmaktadır. Kurumsal görsel kimlikte kullanılan metinsel yapıların anlam mesaj boyutu ile sözdizimsel boyutu (Sungur, 2012: 60-61) gazetenin kurumsal kimliğinin referans zeminini oluşturan ve kurumu tanımlayan kavram ve değerler üzerine inşa edilmektedir. Bütüncül olarak görsel kimliğin kurumu sembolik olarak temsil etmede görünürlük ve hatırlanabilirlik açısından yalın bir dile sahip olması önemli görülmektedir (Dündar, 2013: 91). Bu bakımdan özellikle gazetelerin kendilerini tanımlarken oluşturdukları görsel göstergelerin yapılandırılmasında etkiyi ve algılanmayı kolaylaştırıcı bir yaklaşım sergiledikleri görülmektedir. Bu minvalde çalışma örnekleme içerisinde yer alan gazetelerin (Cumhuriyet, Akşam, Milliyet, Hürriyet) kurumsal görsel kimliklerine yaklaşımlarının belirlenmesi önemli olmaktadır.

### **Cumhuriyet Gazetesi**

Cumhuriyet gazetesi Kurtuluş savaşı yıllarında Mustafa Kemal Atatürk'ü ve Milli Mücadele'yi destekleyen *Yeni Gün* gazetesinin devamı niteliğinde kurulmuş bir gazetedir. Gazetenin ismini Atatürk'ün koyduğu bilinmektedir. Cumhuriyet gazetesi *Yeni Gün* gazetesinin sahibi olan Yunus Nadi tarafından Nebizade Hamdi ve Zekeriya Sertel ile birlikte 7 Mayıs 1924 tarihinde kurulmuştur. Cumhuriyet Gazetesi'nin ilk sayısında Yunus Nadi'nin Atatürk ile yaptığı röportaja yer verilmiştir (Gaztearşivi, t.y.). Daha sonraki

süreçte gazetenin ulusal gazeteler içerisinde önemli bir yere sahip olarak öncü bir pozisyonda olduğu belirtilebilir.

Cumhuriyet gazetesinin kurumsal görsel kimliğinin gelişimine bakıldığında ilk kurulduğu günden itibaren tutarlı bir çizgide ilerlediği söylenebilir. 1 Kasım 1928’de yürürlüğe giren harf kanunu ile gazetenin yeni alfabeyi kullanmaya başladığı görülmektedir (Şimşir, t.y.). Özellikle logosundaki isim ve yazı karakterinde 1932 yılı Ağustos itibariyle bazı küçük değişiklikler meydana gelmiştir. Aşağıda Cumhuriyet döneminden itibaren belirli tarihlerde yayımlanan Cumhuriyet gazetesinin 1. sayfa baskı görselleri verilmektedir (E-Cumhuriyet, t.y.).



Şekil 1. Cumhuriyet Gazetesi 1929 yılı Ocak baskısı



Şekil 2. Cumhuriyet Gazetesi 1932 yılı Ağustos baskısı



Şekil 3. Cumhuriyet Gazetesi 1950 yılı Mart baskısı



Şekil 4. Cumhuriyet Gazetesi 1995 yılı Mayıs baskısı

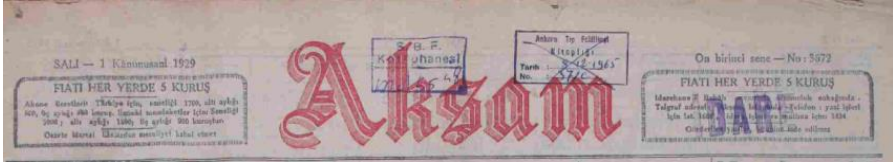




Şekil 5. Cumhuriyet Gazetesi 2023 yılı Aralık baskısı

## Akşam Gazetesi

Akşam Gazetesi Türkiye'nin en eski gazeteleri arasında yer almaktadır. Özellikle hem Osmanlı'nın son döneminde hem de Cumhuriyet'in başında faaliyetlerde bulunmuş bir gazetedir. 20 Eylül 1918 yılında Necmettin Sadak tarafından kurulan Akşam Gazetesi, savaş yıllarında Milli Mücadele'yi destekleyen bir yayın politikası benimsemiştir. Günümüze kadar farklı kişi ve kurumlar tarafından işletilen Akşam Gazetesi günümüzde de faaliyetlerine devam etmektedir (Arşiv, 2016). Aşağıda gazetenin farklı tarihlerdeki baskılarında yer alan kurumsal görsel kimlik örneklerine yer verilmiştir.



Şekil 6. Akşam Gazetesi 1929 yılı 28 Ocak baskısı



Şekil 7. Akşam Gazetesi 1929 yılı 29 Ocak baskısı



Şekil 8. Akşam Gazetesi 1964 yılı 5 Mart baskısı



Şekil 9. Akşam Gazetesi 1995 yılı Ağustos baskısı



Şekil 10. Akşam Gazetesi 2023 yılı Aralık baskısı

## Milliyet

Milliyet gazetesi Cumhuriyet döneminden itibaren yayın hayatına başlamış öncü ulusal gazeteler arasında yer almaktadır. 11 Şubat 1926 yılında Atatürk’ün izni ile Siirt Milletvekili Mahmut Soydan tarafından kurulan Milliyet gazetesi, harf inkılabının yürürlüğe girmesine kadar Osmanlıca Arap harflerini kullanmıştır. Milliyet; Ali Naci Karacan tarafından 1935 yılında satın alınmasından sonra yayın hayatına “Tan” ismi ile devam etmiştir. Sonraki dönemde “Tan Matbaa Baskını” olarak tarihe geçen olaylar sonrası gazete 1950 yılında tekrardan Milliyet ismi ile yayın hayatına başlamıştır (Gaztearşivi, Milliyet, t.y.). Aşağıda Milliyet gazetesinin kurumsal görsel kimlik gösterimi çerçevesinde çeşitli tarihlerde basılan 1.sayfa görselleri verilmiştir.



Şekil 11. Milliyet Gazetesi 1930 yılı 1 Ocak baskısı



Şekil 12. Milliyet Gazetesi 1955 yılı 26 Haziran baskısı



Şekil 13. Milliyet Gazetesi 1974 yılı 16 Temmuz baskısı



Şekil 14. Milliyet Gazetesi 1994 yılı Kasım baskısı



Şekil 15. Milliyet Gazetesi 2023 yılı 8 Aralık baskısı

## Hürriyet

Hürriyet gazetesi 1 Mayıs 1948 yılında kurulmuş ulusal bir gazetedir. Sedat Simavi tarafından kurulan gazete gerek Türkiye’de gerekse yurtdışında (özellikle gurbetçilerin yaşadığı Avrupa ülkelerinde) büyük ilgi görmüştür. Tarihsel süreç içerisinde Türkiye basın tarihinde önemli bir yere sahip olan Hürriyet gazetesi, kurumsal görsel kimliğini belirli çizgide tutan gazeteler arasındadır. Görsel kimliğinin dönemsel olarak değişikliklere uğradığı görülmektedir. Özellikle tartışılabilir sebepler olan ve Hürriyet gazetesinin kurumsal görsel kimliğinde önemli bir yer tutan Atatürk’e ait olan “Türkiye Türklerindir” ifadesi 8 Kasım 1949 da logoya eklenmiş, Atatürk portresi ise 1 Ocak 1987 tarihinde logoya dahil edilmiştir (Vikipedi, t.y.). Aşağıda Hürriyet gazetesinin farklı dönemlerdeki 1. Sayfa baskı görselleri verilmiştir.



Şekil 16. Hürriyet Gazetesi 1948 yılı 1 Mayıs baskısı



Şekil 17. Hürriyet Gazetesi 1960 yılı 12 Haziran baskısı



Şekil 18. Hürriyet Gazetesi 1982 yılı 28 Ağustos baskısı



Şekil 19. Hürriyet Gazetesi 1995 yılı 7 Mayıs baskısı



Şekil 20. Hürriyet Gazetesi 2023 yılı 8 Aralık baskısı

## Bulgular

Kurumsal görsel kimliğin temsil edilmesi ve tasarımsal açıdan değerlendirilmesi noktasında Cumhuriyet gazetesinin kuruluşundan itibaren tutarlı bir çizgide ilerlediği görülmektedir. Logoda kurumsal renk olarak kırmızının kullanılması günümüze kadar devam etmektedir. Yazı karakteri açısından ise ismin sonundaki “t” harfinin

yatay gövde çizgisi 1929 baskısında düz iken sonraki yıllarda çizginin açılı şekilde kullanıldığı görülmektedir. İsimde kullanılan harflerin gövde et kalımları incelendiğinde süreç boyunca kalın ve tok bir yazı karakterinin tercih edildiği görülmektedir. 1929 baskısında görüldüğü üzere “u” harfinin tırnaklı (serif) kullanıldığı görülmekte, sonraki baskılarda ise harfin tırnaksız (sans serif) olarak isimde yer almaktadır. Harf arası boşluk (Espas) açısından yazı karakteri değerlendirildiğinde son dönem baskılarda isimdeki harf aralarının kısaltıldığı görülmektedir. Bu durum gazetenin isminin daha kütleli olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Ayrıca harf aralarının kısaltılması harflerin kıvrımlı bir yapıda sergilenmesine olumlu katkı sağlayarak, daha minimal bir görüntü elde edilmesini sağlamıştır. Bununla birlikte gazete yayın hayatına başladığından beri kurumsal kimliğinde slogan kullanmamış fakat ilk baskısında tanımlama başlığı olarak “HER GÜN SABAHLARI ÇIKAR, SİYASİ TÜRK GAZETESİ” ifadelerine yer vermiştir. Bu tanım başlığı günümüzde kullanılmamaktadır. Bu minvalde Cumhuriyet gazetesinin kurumsal görsel kimlik unsurlarında sınırlı sayıda küçük değişimlerin meydana geldiği görülmektedir. Gerek gazetenin kurumsal yapısı gerekse Cumhuriyet rejimi ile beraber başlayan yayın hayatı bu konuda gazetenin daha muhafazakar bir tutum sergilediğini göstermektedir.

Cumhuriyet dönemi eski gazetelerinden olan Akşam gazetesinin kurumsal görsel kimlik gösterimi incelendiğinde ise, gazetenin tarihsel süreç içerisinde özellikle logosunda belirli dönemlerde değişim geçirdiği görülmektedir. Gazete kurumsal renk olarak kırmızı rengi ilk yıllardan itibaren kullanmakla birlikte 1990’lı yıllardan itibaren kırmızı rengi arka fon ve/veya zemin rengi olarak kullandığı görülmektedir. Özellikle 1995 baskısının görselinden de anlaşılacağı üzere gazetenin ismi beyaz renk (dişi renk) olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte logo ile beraber Türkiye haritası ve Ay-Yıldız kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye haritası Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti haritası ile birlikte gösterilmiş, daha sonraki baskılarda Kıbrıs adasının tümünün gösterimi yapılmıştır. Türkiye haritası ve Ay-Yıldız 2002 Aralık’tan itibaren sol bölümde tekil olarak gösterilmeye

başlanmıştır. Gazete Türkiye haritasını kırmızı renkte Ay-Yıldızı ise beyaz renk (dişi renk) olarak günümüzde de kullanmaya devam etmektedir. Bu değişimler gazetenin milli duruşunun bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Özellikle Türkiye ve Kıbrıs haritasının büyük ölçüde tekil olarak gösterilmesi bu durumu açıklar niteliktedir.

Yazı karakteri olarak ilk yıllarda Akşam gazetesi Amerikan yazı karakter tasarımcısı *Morris Fuller Benton* tasarlanan ve New York Times gazetesinin yazı karakteri olan “Engravers' Old English BT” ye benzer bir yazı karakterini isminde gölgeli şekilde kullanmıştır (FontInLogo). Gazete aynı zamanda tarihsel süreç içerisinde yazı karakterinde önemli değişikliklere imza atmıştır. İsimde 1960’lı yıllara kadar farklı yazı karakterlerinin tırnaklı (serif) versiyonlarının kullanıldığı görülmektedir. Yazı karakterinde 90’lı yıllardan itibaren önemli bir değişim yaşanarak tırnaksız (sans serif) düz ve modern yazı karakterine geçilmiştir. Bu durum; gazetenin kurumsal görsel kimliğini sadeleştirilmesi ve/veya kendini güncellemesi şeklinde de okunabilir. Bununla birlikte Akşam gazetesi 60’lı yıllardan itibaren “TÜRKİYE’NİN EN ESKİ GAZETESİ” sloganını kullanmış, 90’lı yıllardan itibaren ise slogan “TÜRKİYE’NİN GAZETESİ” şeklinde değiştirilmiştir. Slogandaki bu değişim yenilenme politikasının bir yansıması olarak ta değerlendirilebilir. Aynı zamanda sloganın değiştirilmesiyle yeniden oluşturulan yan anlam boyutu okuyucu kitlesine daha kapsayıcı bir mesaj verilmesi açısından da önemli görülebilir.

Türk Basını’nın önemli gazetelerinden olan Milliyet gazetesinin kurumsal görsel kimliğinin gösterimi noktasında farklı dönemlerde logo unsurlarında değişimlerin olduğu görülmektedir. Milliyet gazetesi kuruluşundan itibaren kurumsal renk olarak kırmızı rengi benimsemiş, kırmızıyı isim rengi olarak kullanmasının yanında logodaki sembollerde de kullanmıştır. Sembol olarak Milliyet gazetesi 1950’li yıllardan itibaren logosunda “Meşale” sembolünü kullanmıştır. Meşale sembolü 70’li yıllardan itibaren “kase içerisinde üç kollu alev” şeklinde yorumlanmıştır. Meşale görselinin sembolik anlamı (aydınlanma) gazetenin kurumsal yapısında önemli bir yer

tutmaktadır. Görselin daha sade ve yalın bir biçimde yeniden düzenlenmesi, gazetenin yayın politikasındaki değişimlerin bir yansıması olarak ta değerlendirilebilir. Bununla birlikte gazete ikinci kurumsal renk olarak siyah rengi tercih etmiş, siyahı hem isim ve sembolde hem de sloganda kullanmıştır. Gazete slogan olarak 90'lı yıllara kadar el yazısı karakteri ile "HALK GAZETESİ" ibaresini kullanmış, daha sonraki dönemden itibaren tırnaksız (sans serif) ince et kalınlığına sahip yazı karakteri ile "BASINDA GÜVEN" sloganına yer vermiştir. Slogandaki bu köklü değişim bize gazetenin hem yayın politikası hemde tarihsel serüvenine yönelik ipuçları vermektedir. Gazetenin isminde kullandığı yazı karakterine bakıldığında ise, ilk baskılarda "Engravers' Old English BT" yazı karakterine benzer bir yapı karşımıza çıkmaktadır. İlk kullanımlarda isimdeki yazı karakteri üç boyutlu şekilde tasarlanarak harflerin gövdelerinin kalınlaştığı görülmektedir. 1950'li yıllardan itibaren Milliyet'in ikonik hale gelen yazı karakteri hayata geçirilerek günümüzde de kullanılan yazı karakteri ortaya çıkmıştır. Bu yazı karakteri modern ve minimal bir yapıya sahiptir. Gazetenin kendini yenileme ve daha güncel bir görünüş sergilemek adına böyle bir değişimi ortaya koyduğu düşünülebilir. Milliyet gazetesi ayrıca web teknolojisinin kullanılması ile birlikte web adresini isminin üstüne yerleştirerek logoda gösterimini yapmaktadır. Bu durum gazetenin yeni medya teknolojilerine verdiği önem ve okuyucu kitlesi ile dijital ortam üzerinden de iletişime geçme çabası olarak ta değerlendirilebilir.

Hürriyet gazetesinin dönemsel değişimine bakıldığında 1948 tarihinden itibaren kurumsal görsel kimliği ile ilgili köklü değişimlere imza attığı görülmektedir. Gazete yazı karakteri olarak 1980'li yıllara kadar tırnaklı (serif) klasik ve kalın gövdeli yazı karakteri kullanmıştır. Yazı karakterindeki köklü değişim 1988 yılı Mayıs ayı itibariyle kendini göstererek tamamen modern, tırnaksız (sans serif), harf gövdesi olarak et kalınlığı ve puntosu (boy-genişlik) büyük bir yazı karakterine geçiş yapılmıştır. Ayrıca "H" harfinin arkasına siyah renkte fon yerleştirilerek, gazetenin ismi tamamen dişi (negatif) olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu düzenleme gazetenin ismine görsel

olarak boyut katarak logo bölümünün kütleli olarak gösterimine imkan sağlamıştır.

Kurumsal renk kullanımına bakıldığında ise kırmızı ile birlikte 1988 Mayıs ayı itibariyle “siyah” renk ikincil renk olarak logoda kullanılmıştır. Siyah renk ayrıca sembol olarak kullanılan “Türk Bayrağı”, “Atatürk Portresi” ve sloganda da kullanılmaktadır. Kontrast bir etkiye sahip olan siyah rengin ikinci renk olarak kullanılması ile logo bölümünün görsel olarak algılanma seviyesi yükseltilmiştir. Çünkü logoda yer alan kırmızı ve siyah rengin aynı zamanda ana renklerden (ana renkler: kırmızı, siyah, mavi, sarı) olması görsel ifadeyi çok daha güçlü hale getirmektedir. Türk Bayrağının logo ile beraber kullanılmaya başlaması 1950’li yıllardan itibaren başlamakla birlikte, Atatürk portresinin siyah renkli olarak 1987 yılında logoya eklendiği bilinmektedir.

Gazetenin slogan kullanımına bakıldığında ilk yıllarda “Günlük Müstakil Siyasi Gazete” şeklinde tanımlama başlığı kullanılmıştır. Slogan olarak ise “Türkiye Türklerindir” ibaresinin ilk yıllardan itibaren tırnaklı bir yazı karakteri ile gösteriminin yapıldığı daha sonra tırnaksız düz bir yazı karakteri kullanılarak portre ile beraber gösterildiğini tespit edilmektedir. Bu ibare gazetenin kurumsal görsel kimliğinde güçlü bir şekilde gösterilmektedir. Çünkü “Türkiye Türklerindir” cümlesi Atatürk’e ait bir söz olarak bilinmektedir. Hürriyet gazetesinin bu sözü slogan olarak kurumsal görsel kimliğinde kullanmasının sebebi olarak 1949’lu yıllarda Avrupa’daki gurbetçilerin gazete etrafında birleşmelerini teşvik etmek amacı ile yerleştirdiği bilinmektedir. Slogan günümüzde de Hürriyet gazetesi tarafından kullanılmaktadır. Slogandaki bu sözün Atatürk’e ait olması bir slogan olarak gazetenin kurumsal görsel kimliğindeki yerini pekiştirmektedir. Bununla birlikte sloganın ulusal bir gazete olan Hürriyet tarafından kullanılmasına yönelik belirli dönemlerde eleştiriler meydana gelmiş, gazete konu ile ilgili gündemde tartışma yaratacak eleştirilere mağruz kalmıştır. Hürriyet gazetesinin 20 yıl genel yayın yönetmenliğini yapmış olan Ertuğrul Özkök ise bu konu ile ilgili eleştirilere mağruz kalmış, sloganın kurumsal görsel



kimlikten çıkartılmasına yönelik herhangi bir girişimde bulunmadığını söylemiştir. Özkök sloganın anlamsal derinliğini “Orada yazılı olan iki kelime Türkiye Cumhuriyeti Anayasası”nın ifadesidir...” şeklinde ifade ederek, konuya dair görüşlerini ortaya koymaktadır (Özkök, 2022). Bu minvalde logoda yer alan Türk Bayrağı, Atatürk portresi ve “Türkiye Türklerindir” ifadesinin gazetenin kurumsal görsel kimliğinde uzun bir dönem yer almaya devam edeceği de öngörülebilir.

### **Sonuç**

Kurumsal görsel kimlik tasarımlarının medya işletmelerin yayın politikası ve okuyucu kitlesi ile ilişkilerinde önemli bir yere sahip olduğu belirtilebilir. Özellikle gazetelerin logo, slogan gibi görsel göstergeler üzerinden kendilerini ifade etmeleri doğrudan ve/veya dolaylı bir şekilde buldukları konum açısından da bazı referansları ortaya koymaktadır. İsimde kullanılan kavramın anlamı veya sloganda geçen bir sözcüğün oluşturduğu çağrışımlar okuyucu kitlesinde çeşitli yargılara sebebiyet verebilmektedir. Bundan dolayı konjonktürel olarak ülkede meydana gelen önemli olaylar veya medya işletmesinin bünyesinde meydana gelen önemli değişimler özellikle kurumsal görsel kimliğin temsiliyeti noktasında farklı yaklaşımları beraberinde getirebilmektedir. Medya işletmesinin imtiyaz sahibinin değişmesi, siyasi alanda meydana gelen değişimler, ülkenin bir savaşa girmesi ve/veya yayın politikasında meydana gelen köklü değişimler gibi birçok faktör kurumsal görsel kimliğin yansıtılmasında farklı politikaların hayata geçirilmesine sebebiyet verebilmektedir.

Medya alanı içerisinde özellikle gazeteler ile ilgili oluşturulan kurumsal görsel kimlik yapılarında sembollerin öne çıktığını söylemekte mümkün. Semboller özellikle gazetelerin logolarında önemli bir yer tutarak gazetenin misyonunu okuyucu kitlesine bazı kavramlar üzerinden aktarmak için kullanılmaktadır. Gerek mitolojik semboller gerekse hayvan ve/veya bitki motifleri gibi semboller gazetenin durduğu yerin gösterilmesi bakımından bazı mesajlar içerebilir. Örnek olarak ülke bayrağının gazetenin logosunda yer alması durumu gerek yayın politikası gerekse gazetenin

konumlanması açısından bazı referanslar içerebilir. Bayrak sembolü gazetenin milli bir gazete olduğunu göstermesinin yanında, gazetenin politik duruşu ve yayın yaptığı ülkenin milli değerlerine saygılı olduğunun da bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında ülke haritasının gösterimi de böyle bir yaklaşımın görsel göstergesi olarak ifade edilebilir. Bununla beraber zıt bir durum olarak kurumsal görsel kimliğinde bayrak, ülke haritası gibi milli sembolleri kullanmayan gazetelerde milli bir duruş sergileyebilir. Bunun böyle olmadığını söylemek tarafı ve ideolojik bir yaklaşım olacaktır. Çünkü araştırmadaki örneklem üzerinden de görüldüğü üzere dönemsel olarak gazetelerin yaşamış oldukları köklü değişimler ve/veya yayın politikasında meydana gelen kırılmalar kurumsal görsel kimliklerinde etkili olabilmektedir. Özellikle kurumsal görsel kimliklerdeki slogan kullanımında bu durum çok daha etkili olmaktadır. Bu bakımdan dönemsel olarak sloganların değiştiği ve/veya sloganların gösteriminde bazı değişimlere gidildiği görülmektedir. Ülkedeki siyasi ortam ve toplumun dönemsel olarak medya ve basın ile olan ilişkisi bu değişimlerin nasıl karşılık bulacağına yönelik referanslarda taşıyabilmektedir. Bu çerçevede konu değerlendirildiğinde örneklemdeki gazetelerin Cumhuriyet’ten günümüze Türk Basın tarihi içerisinde kurumsal görsel kimlikleri üzerinden de konumlarını güçlendirdiklerini söylemek mümkündür.

Cumhuriyet dönemi ile beraber Türk Basın tarihine öncülük etmiş gazetelerin kurumsal görsel kimlikleri incelendiğinde, gazetelerin kuruldukları günden itibaren kimliklerini okuyucuya en etkili şekilde sunmak adına dönemsel olarak tasarım temelli politikaları hayata geçirdikleri görülmektedir. Bir kurum veya işletme açısından kurumsal görsel kimliğin yansıtıcı özelliği ve kurumu temsil etme gücü dikkate alındığında, gazetelerin bazı faktörler nedeni ile kimliklerinde görsel açıdan değişime gittikleri söylenebilir. Gazetelerin kuruluş aşamasında ortaya koydukları değerlerin bir yansıması olarak değerlendirilebilecek kurumsal görsel kimlikleri, gazetenin el değiştirmesi, ülkenin içinde bulunduğu siyasi ortam, finansal sebepler veya insan faktörünün neden olduğu süreçler

yüzünden dönemsel olarak değişime uğramak durumunda kalmaktadır. Bununla birlikte tarihsel süreç içerisinde “İllüstrasyon Sanatı”, “Grafik Tasarım” ve “Görsel İletişim Tasarımı” alanlarındaki gelişmelerde gazetelerin görsel kimliklerini yenilemelerini zorunlu kılmaktadır. Bu çerçeveden konu değerlendirildiğinde örneklem içerisindeki gazetelerden Cumhuriyet gazetesi dışındaki gazetelerin dönemsel olarak köklü değişimler yaptığını söylemek te mümkündür.

Gazetelerin kurumsal görsel kimliklerinin değişim serüvenine bakıldığında Cumhuriyet gazetesinin daha korumacı bir tasarım politikasını benimsediği söylenebilir. Gazetenin isminin Atatürk tarafından verilmesi ve aynı zamanda gazetenin isminin yeni kurulan rejimin ismiyle aynı olması nedeni ile görsel kimliği oluşturan alt referansların korunması yoluna gidildiği düşünülebilir. Bu nedenle kurumsal görsel kimliğin ilk yıllardaki gösterimi ile güncel olan gösterimi arasında çok büyük farklar gözlenmemektedir.

Akşam gazetesinin kurumsal görsel kimliği ile ilgili dönemsel olarak pek çok değişim geçirdiği söylenebilir. Gazetenin Osmanlı dönemi ile birlikte Cumhuriyet döneminden itibaren günümüze kadar çok sayıda el değiştirdiği bilinmektedir. Bu durum gazetenin her el değiştirdiğinde yeni gelen yönetim ile kurumsal kimliğini yeniden düzenlediğini düşündürmektedir. Çünkü kurumsal görsel kimlik gazetenin genel yayın politikasının ve nerede durduğunun da bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Milliyet gazetesinin Atatürk'ün izni ile kurulması ve 1935'ten 1950 yılına kadar “Tan” ismi ile yayımlanması kurumsal görsel kimliğinde bazı değişimlere neden olduğu söylenebilir. Özellikle yeniden yayın hayatına Milliyet ismi ile başlaması yazı karakterinde önemli değişimlere neden olmuştur. Bununla birlikte “meşale” sembolünün bir gösterge olarak görsel kimliğe eklenmesi ve slogan olarak “HALK GAZETESİ” ibaresinin kullanılması durumu da gazetenin yayın politikası ve siyasi zemindeki konumu açısından bize bazı çağrışımlar vermektedir. Çünkü “Tan Matbaa Baskını” olayı Türk Basın tarihinde önemli kırılmalara sebep olmuş ve basın alanında farklı süreçlerin yaşanmasına zemin hazırlamıştır.

Hürriyet gazetesinin kurumsal görsel kimliğinin gelişimine bakıldığında ise değişime daha açık bir tasarım politikası uyguladığı söylenebilir. Özellikle gazetenin 1948 yılı itibari ile çok partili dönemde yayın hayatına başlaması ile hızlı bir şekilde basın alanında etkili olmaya başladığı bilinmektedir. Gazetenin yurtdışında da yayımlanması ile etki alanının genişlemesi söz konusu olmuştur. Bu durum gazetenin kurumsal görsel kimliğine “Türkiye Türklerindir” sloganının girmesine neden olarak dönemselsel olarak eleştirilere mağruz kalmasına da sebep gösterilmektedir. Genel çerçevede Hürriyet gazetesinin kurumsal görsel kimliği tipografik teknikler ve görsel göstergeler açısından örneklemedeki diğer gazetelere göre daha zengin ve daha güncel olarak değerlendirilebilir.

Dijitalleşme ile beraber medyanın hızlı bir şekilde sanal ortama kaymasıyla özellikle gazete ve benzeri medya işletmelerinin kurumsal yapılarında köklü değişimler söz konusu olmaktadır. Dijital medyadaki dönüşüm ve dijital iletişim teknolojisindeki gelişmeler ışığında medyadaki kurumsal yapılanma süreçlerinin çok daha dinamik bir şekilde ilerleyeceği öngörülebilir. Bu çerçevede “görsel iletişim tasarımı” alanı ile medya işletmelerinin kurumsallaşma süreçleri arasındaki ilişkiyi güncel olarak ortaya bilimsel çalışmaların yapılması bu anlamda önemli olacaktır.

### **Kaynakça**

- Akgül, B., & Ayer, Z. (2018). Sanayi 4.0 Sürecinde Medyada Sektörel Dönüşüm. *OPUS*, 9(16), 2310-2327.
- Akil, R. (2013). Doktora Tezi. *Kurumsal Kimlikte Simgcilik ve Üçgen Simgesi Örneği: Üçgen Simgesinin Belirtge Olarak Antropolojik Bir İncelemesi*. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Fen-Edebiyat Fakültesi Antropoloji Bölümü.
- Arşiv, A. Ü. (2016). *Akşam Gazetesi*. 12 06, 2023 tarihinde <https://dSPACE.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/1103#:~:text=20%20Ey1%C3%BCI%201918'de%20Necmettin,M%C3%BCcadele'yi%20destekleyen%20g%C3%B6r%C3%BC%5%9F%C3%BC%20benimsemi%C5%9Flerdir. adresinden alındı>

- Aytekin, M., & Silsüpür, Ö. (2021). Türk Yapım Şirketlerinin Görsel Kimlik Bağlamında İncelenmesi: BKM Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*(2), 101-124.
- Dündar, F. N. (2013). Görsel Kimliğin Kurum İmajına Etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 91-101.
- E-Cumhuriyet. *Cumhuriyet*. 12 06, 2023 tarihinde EGazete Cumhuriyet: <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/2023-12-01/0> adresinden alındı
- FontInLogo. *New York Times*. 12 09, 2023 tarihinde Font In Logo: <https://www.fontinlogo.com/logo/the-new-york-times> adresinden alındı
- Gaztearsivi. *Cumhuriyet Gazetesi Arşivi*. 11 29, 2023 tarihinde Gaztearsivi.com: <https://www.gaztearsivi.com/gazete/cumhuriyet> adresinden alındı
- Gaztearsivi. *Milliyet*. 12 08, 2023 tarihinde Gazte Arşivi: <https://www.gaztearsivi.com/gazete/milliyet> adresinden alındı
- Hepkon, Z. (2003). Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi*, 2(4), 175-211.
- Kirişcan, B., Taşdemir, B., & Tonguç, G. (2020). Tipografinin Gazetelerin Görsel Kimliği Ve Güvenilirliği Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *SDÜ ART-E*, 13(25), 102-137.
- Korkmaz, A. (2007). Yazılı Basında Kurum Kimliğinin Oluşturulması Sürecinde Kurum Kimliği Stratejisinin Belirlenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(17), 385-391.
- Koyuncu, E. (2016). Haber Ajanslarının Hedef Kitleye Doğrudan Ulaşımı Ve Etkileşimi Üzerine Bir İnceleme: Instagram Ve Twitter Örneği. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 50-63.
- Özkök, E. (2022). 37 yıl sonra günah çıkardı: Hürriyet'in logosunu tartışmaya açtı. 24 12, 2023 tarihinde Odatv4: <https://www.odatv4.com/guncel/37-yil-sonra-gunah-cikardi-hurriyetin-logosunu-tartismaya-acti-255394> adresinden alındı

- Öztürk, G. (2006). Logonun Kurum Kimliği Üzerine Etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 1-17.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2017). *Doğuştan Dijital*. İstanbul: İKÜ Yayınevi.
- Sezgin, M. K. (2008). İletişim Biçimi ve Ortamı Olarak Görsel Kimlik. *Selçuk İletişim*, 5(2), 61-67.
- Sungur, S. (2012). Türkiye'de Ençok Tercih Edilen Üniversitelerin Görsel Kimlik Tasarımlarının Analizi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(3), 54-63.
- Şimşir, B. N. (tarih yok). *Harf Devrimi*. 12 06, 2023 tarihinde Atatürk Ansiklopedisi: <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/harf-devrimi/> adresinden alındı
- Vikipedi. *Türkiye Türk'lerindir*. 12 08, 2023 tarihinde Vikipedi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye\\_T%C3%BCrkler](https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye_T%C3%BCrkler) indir adresinden alındı
- Vural, Z., & Kesken, R. (2012). Rekabet Avantajı Sağlamasında Kurumsal Pazarlama ve Kurumsal Görsel Kimlik. *Erciyes İletişim*, 2(4), 54-74.

Şekil 1. <https://www.gastearsivi.com/gazete/cumhuriyet>

Şekil 2. [https://twitter.com/ozlemdogan\\_/status/1278595324874035201/photo/1](https://twitter.com/ozlemdogan_/status/1278595324874035201/photo/1)

Şekil 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1950-03-19/0>

Şekil 4. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/oku/192/1995-05-01/0>

Şekil 5. <https://www.medyafaresi.com/gazeteler/2023-12-01/cumhuriyet>

Şekil 6. <https://www.gastearsivi.com/ara/1950>

Şekil 7. <https://www.gastearsivi.com/gazete/aksam>

Şekil 8. <https://www.gastearsivi.com/gazete/aksam/1964-03-05/1>

- Şekil 9. [https://www.kitantik.com/sozluk/Aksam-Gazetesi-30-Agustos-1995-Apo-Cildirdi-GZ17672\\_1br9qfykp9qzmdv1dp8](https://www.kitantik.com/sozluk/Aksam-Gazetesi-30-Agustos-1995-Apo-Cildirdi-GZ17672_1br9qfykp9qzmdv1dp8)
- Şekil 10. <https://www.medyafaresi.com/gazeteler/2023-12-05/aksam>
- Şekil 11. <https://www.tarihidikadim.com/1930-1935-yillarinda-milliyet-gazetesinde-1-ocak/>
- Şekil 12. <https://www.nadirkitap.com/milliyet-gazetesi-26-haziran-1955-50-milyon-dolarlik-yeni-bir-yardim-yapiliyor-efemera26764665.html>
- Şekil 13. <https://twitter.com/TrDisPolitika/status/839106780328308736/photo/1>
- Şekil 14. <https://www.nadirkitap.com/milliyet-gazetesi-15-kasim-1994-kenan-evren-ezeli-rakipler-arasinda-yilin-transferi-tartismasi-baslatti-efemera34451105.html>
- Şekil 15. <https://www.borsatek.com/gunun-ulusal-gazete-mansetleri-08-12-2023-3271g-p12.htm>
- Şekil 16. <https://www.letgo.com/item/hurriyet-gazetesi-1-sayi-1-mayis-1948-iid-1629636912>
- Şekil 17. [https://www.kitantik.com/product/Hurriyet-Gazetesi-12-Haziran-1960-Pazar-Memleketin-Cok-Calismaya-Ihtiyaci-Var-Talebeler-Ankara-ve-Istanbulda-Bazi-Idarecilerini-Istifa-Ettirdiler\\_1br9qfwkflo76fb1oen](https://www.kitantik.com/product/Hurriyet-Gazetesi-12-Haziran-1960-Pazar-Memleketin-Cok-Calismaya-Ihtiyaci-Var-Talebeler-Ankara-ve-Istanbulda-Bazi-Idarecilerini-Istifa-Ettirdiler_1br9qfwkflo76fb1oen)
- Şekil 18. <https://twitter.com/TrDisPolitika/status/1120396498414575623/photo/1>
- Şekil 19. [https://twitter.com/arsiv\\_gazete/status/1187095121747156994/photo/1](https://twitter.com/arsiv_gazete/status/1187095121747156994/photo/1)
- Şekil 20. <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-12-08/hurriyet-gazetesi-manseti>





# EKONOMİK POLİTİKALAR, KAMUSAL YAKLAŞIMLAR VE MEDYA'DA EMEK HAREKETLERİNİN TEMSİLİ<sup>1</sup>

Serhat ÇOBAN<sup>2</sup>, Şevval YENERÖZ<sup>3</sup>

## Giriş

Ekonomik sistemlerdeki yaşanan değişimler sosyal, siyasal ve kültürel hayatı derinden etkileyerek dönüştürebilmekte ve yeni ekonomik faaliyet alanları oluşturarak yeni istihdam sahaları meydana getirebilmektedir. Sanayi Devrimi ve sonrasında dünyadaki ekonomik düzenin temel eksenini liberalizm ve küreselleştirmenin oluşturduğu söylenebilir. 1930'lu yıllara kadar dünya ekonomisinin temel sorunlarını çözmeye klasik ekonomi yaklaşımlarının hâkim olduğu görülmektedir. Fakat 1929 Dünya Ekonomik Buhranı süregelen ekonomik modelin değişmesi gerekliliğini doğurmuştur. Ekonomik buhranın yol açtığı sorunların çözümünde, devletin müdahaleci rolünün artırılması düşüncesi önem kazanmıştır. 1970'li yılların ikinci yarısına gelindiğinde ise klasik iktisat modelinden vazgeçilerek yeni arayışlara yönelinmiştir. Bu çalışma 1970'li yılların sonunda ortaya çıkan neoliberal ekonomi politikalarının medya alanına etkisine eğilerek medyanın kamusal sorumlulukları çerçevesinde ele alınabilecek emek haberlerinin medyada nasıl yer aldığını irdelemektedir.

## 1. Keynesyen Politikalar

1930'lu yıllarda ortaya çıkan kriz tüm dünyada derinden hissedilmiş olup sefalet, yoksulluk büyük ölçüde artmış, toplumda gelecek kaygısı, ümitsizlik ve karamsarlık duyguları hâkim olmaya

---

<sup>1</sup> Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalında Doç. Dr. Serhat Çoban yürütücülüğünde Şevval Yeneröz tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, serhatcoban@comu.edu.tr

<sup>3</sup> Bilim Uzmanı, syeneroz@gmail.com

başlamıştır. Bu süreçte John Maynard Keynes çözüm arayışlarına farklı bir bakış açısı getirmiş ve geleneksel yaklaşımlardan farklı olarak devletin ekonomiye müdahaleci yaklaşımının buhrandan çıkış için bir yöntem olabileceğini savunmuştur (Bulut, 2003: 81). Krizden kurtuluş olarak ortaya çıkan Keynesyen ekonomi politikaları vatandaşlara haklar ve güvenceler sağlamış, refah düzeyini yükseltmiş, bunun sonucunda sosyal devlet anlayışının “altın çağı” yaşanmıştır (Acar, 2017: 250). Merkez ülkeler açısından büyüme oranlarındaki artış, devam eden teknolojik yatırımlar sonucu oluşan gelişme, düşük işsizlik oranları ile ifade edilen Keynesyen ekonomi modelinde “devlet”, piyasaları denetleyip düzenlemiş ve bu dönem 1970’li yıllara kadar sürmüştür (Dumenil ve Levy, 2008: 25). 1974 yılına gelindiğinde ise petrol kriziyle başlayan yeni bir buhran baş göstermeye başlamıştır. Bu dönemde devletin ekonomide elinin olması “sermaye ve ticaretin önünde engel” olarak görülmüş ve bu engelin uluslararası düzlemde ortadan kaldırılmasını amaçlayan bazı yapılar ortaya çıkmıştır. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Teşkilatı (OECD), Hizmet Ticareti Genel Antlaşması (GATS), Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Antlaşması (GATT) bu yapılar arasında yer almıştır. Bunlara ek olarak İkinci Dünya Savaşı sonrasında Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (DB) kurulmuştur. Bu kuruluşların oluşturulmasının asıl amacı savaşın getirdiği ekonomik sıkıntıları yaşayan Avrupa ülkelerine dolaylı yoldan yardımda bulunmak ve dünyadaki piyasa koşullarını belirleyen bir güç olmaktır. 1970’li yıllarda DB’nin uyguladığı kredi faizleri, yardım edilen ülkelerde kriz yaratacak boyutlara gelmiş, yardım etme maksadıyla kurulan DB, bu dönemde büyük ölçüde kar elde etmiştir (Çımrın, 2009:199).

Bu ortamda Keynesyen ekonomiye karşı sesler yükselmeye başlamış, krizin nedeni olarak sosyal refah devleti sisteminin olduğu öne sürülmüştür. 1929 yılında yaşanan Dünya Ekonomik Buhranından kurtulmak için aranan yeni ekonomik model anlayışı gibi yine bir yeniliğe ihtiyaç duyulmuş ve daha önce bir krizin kurtuluşu olarak üretilen Keynesyen ekonomi şimdi vazgeçilen sistem olmuştur.

## **2. Neoliberal Politikalar**

1979 yılında İngiltere’de Thatcher iktidara “There Is No Alternative” (TINA- Başka Alternatif Yok) sloganı ile gelmiştir.

Krizden kurtuluş yolu olarak neoliberalizmi gören ve ülkesinde bu doğrultuda ekonomik yapılanmaya giden Thatcher gibi 1981 yılında ABD başkanı Reagan da bu anlayışı benimsemiştir. Bu sayede İngiltere ve ABD’de başlayarak tüm dünyada neoliberal politikalar benimsenmeye ve hayata geçirilmeye başlamıştır (Gül, 2006: 215-216; Palley, 2008: 51). Yükselen değer olan bu modelin devamlılığı için tüm dünyada “bütünleşmiş dünya ekonomisi” yaratma gerekliliği doğmuştur. DB ve IMF gibi uluslararası finans kurumlarının neoliberal görüş doğrultusunda oluşturduğu ve ‘Yapısal Uyum’ adı verilen programlar, 80 sonrası dönemde bu politikaların hızlanmasını sağlamıştır (Erdoğan ve Ak, 2003:7-9). Bu anlamıyla da neoliberalizm; borç verenler ve hissedarların lehine olacak şekilde yeni bir emek ve yönetim disiplini, devletin kalkınma ve refah alanlarındaki müdahalelerinin azaltılması, finansal kurumların çarpıcı büyümesi, finansal ve reel sektör arasında birincilerin faydasına olacak yeni ilişkilerin uygulanması, merkez bankalarının güçlendirilerek faaliyetlerinin fiyat istikrarına yönlendirilmesi, çevrenin kaynaklarının merkeze akıtılması olarak nitelenebilir (Dumenil ve Levy, 2008: 27).

Sosyal refah devleti döneminde işçilerin kazanımları ve örgütlü mücadeleleri, neoliberal politikaların uygulandığı (devletin sendikal örgütlere bağlı işçiler üzerinde baskısını arttırdığı) dönemde büyük darbe almıştır. 1980’li yıllarda üretim süreçlerinin parçalanmasıyla aynı mekânda binlerce işçinin bir arada çalışma ve üretimin her alanında var olma sistemi ortadan kalkmıştır (Işıklı, 2003: 208).

Tüm dünyada 1970’li yıllar genel anlamda ekonomik olarak durgun geçmiş ve 1980’li yıllar yaşanan krize çözüm arayışlarına sahne olmuştur. Bu yıllarda dünyadaki piyasalar durgun seyrederken Türkiye’de ise iç ve dış borçlanma yoluyla ekonomik büyüme gerçekleşmiştir. 1978 yılında Türkiye’nin iç borcu 4 milyar 840 milyon dolar, dış borcu ise 13 milyar 800 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir (Alpay ve Alkin, 2017: 151-157; Kazgan, 2005: 188-189).

1980 yılına gelindiğinde Türkiye döviz nedeniyle büyük bir krizin içine girmiştir. Üretim için gerekli olan temel maddelerin ithal edilememesi ve aynı zamanda grevler nedeniyle üretim akışında sık sık duraksamalar yaşanması, çözüm bulunması gereken ana konulardan olmuştur (Köse, 2000: 27). Tüm bu yaşanan olumsuz

gelişmelerin nedeni olarak; devlet kontrolünde olan ekonomik pazar, ithalatın engellenmesi, faiz oranlarının denetimi, “ithal ikame” modeliyle devam eden Kamu İktisadi Teşekkülleri üzerinde gerçekleşen sanayileşme politikaları görülmüştür (Alpay ve Alkin, 2017: 177).

1978 ve 1979 yıllarında yaşanan ekonomik krizin aşılabilmesi için istikrar programları hazırlanmış fakat istikrarsızlık nedeniyle uygulanamamıştır (Aksu, 2018: 60). 1977-1979 yılları arasındaki ekonomik tabloyu Kazgan, “istikrar arayışı ve IMF’in devreye girmesi” olarak niteler. Borçların üst seviyelere çıkması ve vadesi gelen borçların ödemesinin gerçekleştirilememesi 1977 yılının en önemli gündem konusu olurken istikrarsızlık hükümetlerin ekonomik krize çözüm arayışlarına balta vurmuştur. Her gelen hükümetin yeni kararlar alıp çıkış yolu planlarken bu planları gerçekleştirilmeden değişmesi ülkeyi daha da çıkmaz hale sokmuştur. Borç patlamasını engellemek amacıyla oluşturulan önlemler arasında devalüasyona gidilerek Türk lirasının değerinin düşürülmesi (25 TL= 1 Dolar) ve faizlerin yükseltilmesi gösterilebilir (Kazgan, 2005: 115).

Dönemin siyasi iklimi incelendiğinde ekonomik ve sosyal açıdan kaotik bir yapı taşıdığı söylenebilir. 1979 yılının sonlarına doğru Başbakan Bülent Ecevit istifa ederek koltuğu Süleyman Demirel’e devretmiştir. Demirel, kendi yönetiminde başbakanlık müsteşarı olan Turgut Özal’dan daha önce uygulanmayan istikrar programlarının yerine yeni bir program hazırlamasını istemiş, Özal böylece uzun süre Türkiye ekonomisinin başında geçireceği yıllar için ilk adımı atmıştır (Boratav, 2018: 162).

1980 yılına bu ekonomik ortamda girilirken 24 Ocak kararları ve sonrasında 12 Eylül askeri darbesiyle gelen yeni yönetimin oluşturduğu iktisadi planlarla neoliberal politikalara paralel adımlar atılmıştır (Alpay ve Alkin, 2017: 160). 24 Ocak Kararları 1980 yılında popüler olan IMF’nin desteğiyle yürütülen “ortodoks bir istikrar” programı olarak nitelendirilebilir. Bu kararların alınma ve uygulanma sürecine gelene kadar Türkiye ekonomisinin liberalleşmesi konusunda oldukça baskı uygulanmıştır. IMF, Dünya Bankası ve OECD Türkiye üzerinde bu konuda ısrarcı politikalarını sürdürmüştür (Alpay ve Alkin, 2017: 157-158).

1988 yılına kadar devam eden bu süreçte serbest piyasa ekonomisine geçmenin sosyo-ekonomik geri dönüşleri değerlendirildiğinde ilk olarak sendikalara uygulanan yaptırımlar dikkat çekmektedir. 1980 yılında gerçekleşen askeri darbe sonucu siyasi partiler kapatılmış, bazı isimlere siyaset yapma yasağı gelmiş bunlarla birlikte sendika ve derneklerin faaliyet alanları önemli derecede kısıtlanmış, DİSK ve MİSK kapatılarak DİSK ve ona bağlı sendika yöneticilerine dava açılmıştır (Yazıcı, 2010: 119-120). Toplu pazarlık hakkı işçilerin elinden alınmış, sendikal faaliyetler izne tabi tutularak, genel kurul toplantıları dahi polislerin eşliğinde gerçekleştirilebilmiştir (Koç, 2003: 94). “Sendikalara karşı 1980’de başlamış olan bu fiili yasaklar dönemi MGK tarafından 1983 yılında kabul edilen 2821 Sayılı Sendikalar Kanunu ve 2922 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu yürürlüğe sokulana kadar sürmüştür” (Alpay ve Alkin, 2017: 163).

Sonuç olarak, 1961 ve 1982 anayasası sendikaların akıbeti açısından tamamen zıt olayların gelişimine yol açmıştır. 1960’lı yıllarda sendikal haklar ile sendikal örgütlenme en iyi dönemini yaşarken 1970’li yılların sonuna doğru sıkıntıya ve 80 darbesi sonrası ise zor bir döneme girmiştir. Örgütlenme haklarının kısıtlanması ücretler konusunda çalışanlar için olumsuz gelişmelerin yaşanmasına sahne olmuştur (Şahin, 2010: 27-28).

### **3. Neoliberal Politikaların Medya Alanına Yansımaları**

1970’lerde teknolojinin gelişimi ile iletişim alanında önemli bir ‘sıçrama’ gerçekleşmiş ve bu sıçramanın ana hatlarını bilişim, telekomünikasyon ve kitle iletişim araçlarının teknolojik ilerleme ile birbirine bağlanması oluşturmuştur. Kablo ve uydu bağlantılı teknolojilerin gelişimi yeni iletişim ortamlarının oluşmasını sağlamış, bu sayede yeni bir toplumsal yapının meydana geldiği tezi dile getirilmeye başlanmıştır. Fakat toplumsal yapının dönüşümü için yalnızca enformasyon teknolojilerinde yaşanan gelişmeler değil yaşanacak deregülasyon politikaları da oldukça etkili olacaktır (Kejanlıoğlu, 2004: 80-81).

1980’lerde küreselleşme adımları ve serbestleşme politikaları medya sektörünün popüler bir hale gelmesini sağlamıştır. Özellikle

1989 yılında ABD’nin ekonomik ve politik olarak hegemonyasını pekiştirdiği bu dönemde geleneksel medya organlarına yapılan yatırımların yanı sıra gelişen teknoloji ile “yeni medya” alanına da önem verilmeye başlanmıştır. Adaklı (2006: 34-36), medya endüstrilerinin kar elde etme amacıyla kurulan ticari kurumlar olduğunu, teknolojik gelişmelerin ise bu yapıların gelişmesine ve büyümesine önemli ölçüde katkı sunduğunu belirtmiştir.

Bu dönemde medya kuruluşları reklamdaki daha fazla pay alabilmek için yayıncılık politikalarını reklamcılarının taleplerine yönelik daha çok hareket ettirmek durumunda kalmış, başka yayın kuruluşlarını ele geçirme hedefleri bu dönemde etkili olmuştur. Tüm bunlar satın alma ve birleşme faaliyetlerine neden olarak ‘mülkiyet bakımından’ yoğunlaşma yaşanmasını ve medya sektöründe tekelleşme doğurmuştur (Günel, 2007: 57-58).

Medyada tekelleşme, reklam odaklı yayınları artırırken, aynı zamanda bir anda klasik kamu yayıncılığı anlayışından koparak çeşitliliğin fazlaşmasına neden olmuştur. Yeni programcılık anlayışları ile içerik zenginliği meydana gelmiştir. Fakat bu zenginlik görüntüde kalarak aynı tarz yayınların defalarca yayınlanmasından öteye gidememiştir. 24 saat yayıncılık anlayışı, haber programları ile sınırlı kalmış, tüm içeriklerin ana teması “eğlence” olarak standartlaşmış ve bu çizgiden öteye geçilememiştir (Adaklı, 2010: 69).

Neoliberal politikalarla 1980 yılında başlayan süreç medya sektörünü önemli oranda etkilemiş, medyanın büyük sermayenin önemli bir parçası haline gelmesine yol açmıştır. Büyük şirketlerin basın alanında faaliyet göstermeleri daha küçük ölçekli ve ekonomik açıdan bağımsız basın kuruluşlarının oluşmasını ve sektörde tutunmalarını engellemiştir. Aynı zamanda şirketleşen yayın organlarının basın emekçileri üzerindeki baskısı artmış, sendikali işçiler, sahip oldukları hakları koruma konusunda sıkıntıya girmiştir. Dünyada değişen yayıncılık anlayışıyla paralel olarak Türkiye’de de yazılı ve görsel basına yansıyan içerikler nicelik olarak artsa da nitelik olarak zayıf kalmıştır. Birbirine benzer eğlence temalı içeriklerde, magazin, sansasyon ve manipülasyon dikkat çekici düzeye gelmiştir (Adaklı, 2010: 75).

Türkiye’de 1980-1983 dönemi askeri darbe nedeniyle Milli Güvenlik Konseyi’nin (MGK) yetkileri elinde bulundurduğu dönem

olarak tarihe geçmiştir. Darbe sonrası ilk yapılan işlerden biri TRT'ye el koymak olmuştur. TRT yönetiminin başına ilk iki hafta Tümgeneral Servet Bilgi daha sonra Tümgeneral Macit Akman Genel Müdür olarak atanmış ve üç yıl iki ay boyunca bu görevi yerine getirmişlerdir. PTT ve Basın Yayın Enformasyon kurumlarına da askerler atanarak ülkenin iletişim alanındaki temel yapıları kontrol altına alınmıştır (Kejanlıoğlu, 2004: 212).

Türkiye'deki neoliberal politikalar konusunda önemli bir husus olan 24 Ocak Kararları Turgut Özal tarafından hazırlanmış, 1980 Askeri Darbesi'yle yönetimin değişmesine rağmen darbeden sonra da uygulanmaya devam etmiştir. Birçok temel ihtiyaç maddelerine rekor oranda zamlar yapılmıştır. 25 Ocak'ta ilk olarak gazete kağıdına %300 zam yapılmıştır. Kömüre %100, tüpgaza %45 ve demir çelik ürünleri ile akaryakıtta %50 oranlarında zam yapılmıştır. Basın sektöründe kullanılan kağıdın kilosu sübvansiyon ile birlikte 9 TL iken sübvansiyonun kalkması ile 41 TL'yi bulmuştur. Bu gelişme ekonomik anlamda bağımsız basın kuruluşlarının bir anda erimesine sebep olmuştur (Adaklı, 2006: 138-141).

1980'lerde başlayıp, 1990'larda hızlanan medyadaki yoğunlaşma sürecinin aşamalarını Kuyucu (2013) şu şekilde ifade eder. Politik alanda medyanın önemli bir aygıt olarak ön plana çıkması, promosyon verme üzerinden büyüyen medya örgütleri, özel televizyonculuğun ortaya çıkması, 90'lı yıllardan sonra başlayan hızlı büyüme, işyeri sendikacılığına yönelik medya kurumlarının negatif tutumları (151).

Medya sektöründe görülen yoğunlaşma gazetecilik yapma biçimi üzerinde de etkili olmuştur. Özellikle de medya patronlarının ticari ve politik güç odakları ile girdiği ilişkiler neticesinde bu ilişkileri yeniden üreten haber metinleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Neoliberal politikaların medya alanına etkisi ile anaakım medyanın hak ihlallerine yönelik haberleri azalmış, toplumda "öteki" konumda bulunan gruplar görülmemeye başlanmıştır. Bu durum medyanın kamusal sorumluluğu üzerine düşünülmesi gerekliliğini doğurmuştur (Şen ve Avşar, 2012: 43).

#### 4. Yöntem

Bu çalışmada Teun A. van Dijk’ın söylem analizi yaklaşımı kullanılacaktır. Söylem, bireysel ve toplumsal göstergeler barındıran dilsel bir temsil sistemidir. Dil, söylemi üreterek söyleme araştırılabilir bir kavram boyutu kazandırmaktadır (Büyükkantarcıoğlu, 2012: 164; Sözen, 2017: 22). Söylem analizi yaklaşımı ise birçok farklı disiplinin ortaya çıkardığı bir alandır. Modern söylem analizinin gelişimi 1960’lı yılların sonu 1970’li yılların başına denk düşmektedir (van Dijk, 1988: 17). Söylem çözümlemesinin amacı salt gerçeği ortaya çıkarmak değil, anlama dayalı bir analiz yapmak, anlamsal çerçevede bir sonuç ortaya koymaktır (Nixon ve Power, 2007 aktaran Atabek, 2007: 152).

Söylem ideolojiden bağımsız değerlendirilemez. Toplumsal gerçekliğin ve toplumsal gerçekliği oluşturan ideolojilerin bir yansımasıdır. Söylem, ideoloji ve toplumsal pratikler arasında karşılıklı bir etkileşim bulunmaktadır. İdeolojiler söylem ile aktarılmakta, ideoloji ve toplumsal pratikler de söylemin gücünden etkilenebilmektedir (Büyükkantarcıoğlu, 2006: 121-127).

Söylem çözümlemesi çalışmalarına haber çözümlemeleri ile katkı sağlayan önemli kuramcılardan biri de Teun A. van Dijk’tir. Hollandalı akademisyen van Dijk söylem çalışmalarının yapısalcı etkiden postyapısalcılığa doğru kaymasına da zemin hazırlamıştır (Güngör, 2016: 261). Gazetelerde yer alan haber metinleri, köşe yazıları, reklamlar gibi söylem örnekleri insanların gündelik yaşamında belirleyici roller üstlenmektedir (Büyükkantarcıoğlu, 2012: 167). Toplumsal ve siyasi olayları yorumlarken bazı inançların toplumda kök salarak kendini yeniden üretmesi bağlamında haber medyası önemli ölçüde etkilidir (Ülkü, 2004: 384- 385). Van Dijk’a göre haberin başlığı, dili, haber yazımında kullanılan kaynaklar, kurumun yayın politikası gibi faktörler toplumsal iktidarın içinde kurulduğu ve yeniden üretildiği alanda gerçekleşir (Keskin, 2004: 391; Çalık ve Baykal, 2020: 247). Olaya ya da duruma bakış açılarını ortaya çıkarma amacı taşıyan söylem çözümlemesi, haberin değerlerinde yer alan objektiflik ilkesinin yerine getirilip getirilmediğinin de analizini yapmaktadır (Özer, 2009: 228).

Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmada, ‘Üçüncü Havalimanı İşçi Eylemleri’nin 14 Eylül 2018- 30 Eylül 2018 tarihleri arasında yazılı basında yer alan haberleri van Dijk’ın söylem analizi yöntemi ile



incelenmiş, haberin dilsel yapısı ve ideolojik alt metnini ortaya çıkarmak amacıyla söylem analiz yöntemi tercih edilmiştir.

Gazeteler farklı ideolojik yapılardan olmak üzere altı gazete olarak belirlenmiştir. Sol (Cumhuriyet, Evrensel), sağ (Yeni Asya, Yeni Şafak) ve liberal (Hürriyet, Sabah) ideolojilere sahip ikişer gazete belirlenmiştir. Gazeteler, van Dijk'ın söylem analizi kapsamında çözümlenerek haberlerde ideolojik unsurların yer alıp almadığı incelenmiştir. Çalışmada neoliberal politikaların gazetelerin haber içerikleri üzerinde ne gibi etkileri olduğu da değerlendirilmiştir.

## 5. Eylemin Oluşumu ve Nedenleri

Üçüncü Havalimanı İşçi eylemlerinin incelendiği bu çalışmada olay çeşitli aktörlerden oluşmaktadır. Bunlardan bir tanesi 10 Temmuz 2013 tarihinde havalimanının yapımı ve işletmesi amacıyla kurulmuş İstanbul Grand Airport (İGA) olarak bilinen çeşitli inşaat şirketlerinin içinde bulunduğu konsorsiyumdur (Adal, 2018).

Olayın bir diğer aktörünü ise havaalanı inşaatında çalışan işçiler oluşturmaktadır. İşçiler zaman içinde buldukları çalışma koşullarından şikâyet etmeye başlamış ve bunu da çeşitli siyasal aktörler üzerinden dile getirmiştir. Zaman zaman küçük ölçekli eylemler yapılmış olsa da kitlesel ve medyada yankı bulan bir eylem gerçekleştirilmemişlerdir.

14 Eylül'de başlayan ve hızla büyüyen eylemden önce 2018 yılının ilk aylarında da işçiler kısa süreli eylemler gerçekleştirmişlerdir. Taşeron işçilere yönelik ücret gaspı ve çalışma koşulları bu eylemlerin zeminini oluşturmuştur. Şubat ayında gerçekleşen eylem ise içinde buldukları fiziksel koşulların (yatakhane, yemek, tuvalet vb.) iyileştirilmesi yönündedir. Yine 2018 yılının yaz aylarında işçiler ücretlerinin ödenmemesi üzerine, iş bırakma eylemleri gerçekleştirmişlerdir. Son olarak 12 Eylül Çarşamba günü 17 işçinin yaralanmasıyla sonuçlanan bir servis kazası meydana gelmiş, bunun üzerine 14 Eylül'de İstanbul Havalimanı işçileri kullandıkları servislerin yetersizliği ve kötü çalışma koşullarını öne sürerek iş bırakma eylemi yapmıştır. Yaklaşık on bin işçi "Köle Değiliz" sloganı ile şantiye girişini servislere kapatarak eyleme başlamıştır (EÇT, 2018: 47). Sonraki süreçte İnşaat ve Yapı İşçileri Sendikası (İYİ-SEN)

işçileri kullandıkları servislerin yetersiz olduğunu ifade ederek eyleme başladıklarını bildirmiştir (İYİ-SEN, 2018). Bunun üzerine İGA yönetimi eylemin sonlanması amacı ile sendikalı işçiler ve temsilciler ile bir araya gelerek işçilerin sorunlarını ve taleplerini dinlemiş ve sorunlarının en kısa zamanda çözüleceğini bildirmiştir (Kılınç, 2018). Fakat işçilerin sunduğu 16 maddelik talep reddedilince işçiler eylemlerine devam etme kararı almıştır. Sonrasında işçi koğuşu baskınları, gözaltılar ve tutuklamalar ile eylemin devam etmesi engellenmiştir (EÇT, 2018: 47).

## 6. Bulgular

### 6.1. Haber Sayılarına İlişkin Bulgular

Gazetelerde yer alan haber sayıları, gazetelerin ele aldığı konuya ilişkin önemi ve ilgisini göstermektedir. Bu anlamda “Üçüncü Havalimanı İşçi Eylemleri”nin Evrensel, Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah, Yeni Asya ve Yeni Şafak gazetelerinin internet sayfalarında 14 Eylül 2018- 30 Eylül 2018 tarihleri arasında ne oranda yer verildiğine ilişkin haber sayıları bu bölümde ele alınacaktır.

Evrensel, Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah, Yeni Asya ve Yeni Şafak gazetesinde 14 Eylül 2018 - 30 Eylül 2018 tarihleri arasında toplam 142 haber yapılmış olup bu haberlerden 34’ü Evrensel, 25’i Cumhuriyet, 3’ü Hürriyet, 2’si Sabah, 8’i Yeni Asya ve 1’i Yeni Şafak Gazetesi’nde yayınlanmıştır.

**Tablo1. Üçüncü Havalimanı İşçi Eylemlerine Yönelik Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı**

	Evrensel	Cumhuriyet	Hürriyet	Sabah	Yeni Asya	Yeni Şafak	Toplam
<b>Sayı</b>	34	25	3	2	8	1	73
<b>Oran</b>	%46,5	%34,2	%4,1	%2,7	%10,9	%1,3	%100

Bu anlamda Üçüncü Havalimanındaki işçi eylemlerine yönelik haberlerin sol basında daha fazla olduğu görülmektedir. Özellikle de

Evrensel gazetesinde yer alan haber sayısının fazlalığı gazetenin konuya önemli bir ilgi gösterdiği bilgisini vermektedir. Çalışmada dikkat çekici bir diğer unsur da çalışmada liberal ve sağ ideoloji doğrultusunda yayın politikasını oluşturan gazetelerde yer alan haber sayısının azlığıdır. Özellikle de çalışmada liberal olarak ele alınan Hürriyet ve Sabah gazeteleri işçi eylemlerini çok az haberleştirmekte, bu anlamda da konuya ilgi ve önem vermediği söylenebilir. Sağ ideoloji doğrultusunda yayın politikasını oluşturduğu varsayılan Yeni Asya ve Yeni Şafak gazetelerinde de haber sayısının az olduğu görülmekle birlikte Yeni Asya gazetesinin haber sayısının liberal bir konumlanma içinde olduğu varsayılan Hürriyet ve Sabah gazetesinden daha fazla olduğu görülmektedir.

İşçi eylemlerine dönük haberlerin gazetelerde yer verme sıklığının azlığı neoliberal politikaların medya sektörüne olan etkisini somut olarak ortaya koymaktadır. Özellikle de liberal ya da sağ ideolojiler doğrultusunda yayın politikalarını oluşturan gazetelerin neoliberal paradigmanın doğrudan etkisi altında kaldığını sadece haber sayıları özelinde söyleyebilmek bile mümkündür.

## **6.2. Haberlerdeki Aktörler ve Ana Konular**

Haber metinlerinin hangi karşıtlıklar üzerine kurulduğu ve olay taraflarından hangi kişi ve kurumların ifadelerine ne ölçüde yer verdiği, gazetelerin ideolojik yaklaşımlarıyla paralel olarak şekillenmektedir. Çalışmada yer alan haberler söylemleri aktarılan kişiler üzerinden değerlendirildiğinde gazeteler arasında farklılıklar olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet ve Evrensel gazeteleri, olayı yaşayan işçiler ve işçi ailelerinin ifadelerine sıklıkla yer vermekle birlikte işçilerinin yanında olduğunu vurgulayan sendika yöneticileri, muhalefet milletvekilleri ve avukatların da açıklamalarını haber metinlerinde kullanmıştır. İki gazetede de olay işçi perspektifinden ele alınarak yansıtılmıştır.

Cumhuriyet ve Evrensel gazeteleri arasında olayı haberleştirme açısından benzerlikler bulunsa da çeşitli farklılıkların olduğu da görülmektedir. Cumhuriyet gazetesi merkez sol ideoloji temelinde

daha çok iktidar karşıtı yayın politikası üzerinden olayı güvenlik güçleri ve işçiler üzerinden inşa etmiştir. Polis şiddeti ana konu olarak belirlenmiş ve kolluk kuvvetleri genel olarak iktidar ile bağlantılı bir biçimde sunulmuştur. Bunun yanı sıra, haberlerde yer alan diğer karşıtlıklar; hükümet-hukuk dernekleri, işçi- İGA, bakanlık-muhalefet partileri, vali-işçiler şeklindedir. Evrensel gazetesi ise gazetenin yayın politikasını işçilerin yaşadıkları mağduriyet ve haksızlığı temel alan bir biçimde oluşturmuştur. Haber metinleri işçi-patron ikiliği üzerine kurgulanmış, emek sömürüsü ve işçilerin hak arama mücadeleleri ön plana çıkarılmıştır. Haber başlıkları ve ana metinde işçiler lehine olan bakış açısı fark edilmekle birlikte kapitalist sisteme eleştirel yaklaşımların öne çıktığı bir habercilik dili de göze çarpmaktadır.

Cumhuriyet gazetesi genel olarak iktidar eleştirisi odaklı haber anlayışı üzerinden yayın politikasını oluştururken Evrensel gazetesi yaygın olarak işçi mağduriyetlerini sistem eleştirisi üzerinden değerlendirmiş ve hak odaklı gazetecilik temelinde yayınlar yapmıştır. Bu anlayış farklılığı iki sol ideolojiye sahip gazetenin işçi eylemlerine yaklaşımının ve haber dilinin kimi yönlerden benzese bile kimi yönlerden ayrıştığını göstermektedir.

Hürriyet gazetesi ve Sabah gazetesi, bu çalışmada liberal politikalarla hareket eden iki yayın kuruluşu olarak değerlendirilmiştir. Hürriyet gazetesinde 3. Havalimanı işçi eylemleri ile ilgili üç haber yayınlanmıştır. Haber dili unsurları ve haberin duyurulmuş şekli gazetenin ideolojisi ile paraleldir. Başlıklar haber metniyle uyumlu olup, bariz bir taraflılığı yansıtmadan resmi bilgileri iletme amacıyla oluşturulan cümlelerden oluşmuştur. Bu durum, gazetenin liberal anlayışı bağlamında anlamlı bir veri olarak karşımıza çıkar.

- 3. havalimanında 126 işçi gözaltında (18 Eylül 2018).
- 28 işçi için tutuklama talebi (19 Eylül 2018).
- Yeni havalimanı iddiaları (26 Eylül 2018).

Haber metinlerinde sadece alıntı cümleler ve basın açıklamalarına yer verilmektedir. Böylece gazetenin olayın herhangi bir tarafında kendini konumlandırmak istemediği açıkça belli

olmaktadır. Aynı zamanda yaşanan olayın az haberleştirildiği görülmektedir. Gazetenin sadece siyasi aktörlerin açıklamalarına yer vererek objektifliği sağlamaya çalıştığı da söylenebilir. Bu tercihin bir diğer sebebi ise neoliberal politikalar sonucu ortaya çıkan medya sahipliği ve bu sahipliğin girmiş olduğu güç ilişkileri boyutu ile açıklanabilir. Medyanın bir ticarethane haline gelmesi ile farklı sektörlerde yer almış kişilerin bir kazanç sağlama girişimi olarak medya alanına yönelmeleri, haber üretim tarzlarını ve haber dillerini değiştirmiştir. Haber seçiminde hangi haberlerin servis edileceği, nelerin görmezden gelinmesi gerektiği medya patronlarının ekonomik ilişkileri anlamında önemli bir konu olmuştur. Bu bağlamda Hürriyet gazetesinin tarafsızlık tercihi güç ilişkileri bağlamında değerlendirilebilmektedir.

Sabah gazetesinde ele alınan mevcut olay ile ilgili iki haber yer almıştır. Haber başlıkları anlamsal olarak incelendiğinde eylemi net bir şekilde niteleyen, eylemciler hakkında fikir sahibi olunmasını sağlayan ifadelerin yer aldığı görülmektedir. Başlığın büyük harflerle yazılması da haberde verilen mesajın önemine dikkat çekmektedir. Başlıklar haber metniyle uyumlu olup, provokasyon ve provokatör olarak tanımlanan olay ve kişilerin detaylı açıklamasına yer verilmektedir.

- 2. GEZİ PROVOKASYONU (16 Eylül 2018).
- O PROVOKATÖRLER TUTUKLANDI (20 Eylül 2018).

Haber metinlerinde ilgili olay işçiler ve havalimanı yetkilileri arasında yaşanan anlaşmazlıklardan koparılıp hükümet ve muhalefet karşıtlığına çekilerek olaya siyasi bir boyut kazandırılmıştır. İşçilerin hak arama temelli eylemleri bağlamından soyutlanmış, eylem yapan işçiler provokatör olarak damgalanmış, İGA yetkililerinin yanı sıra işçiler ve iktidar da mağdur pozisyonda konumlandırılmıştır.

Yeni Asya ve Yeni Şafak gazeteleri çalışmada sağ ideolojik anlayışa sahip iki gazete olarak ele alınsa da işçi eylemlerinin yansıtılışında farklılıkların yer aldığı saptanmıştır. Öncelikle haber sayısındaki farklılıktan bahsetmek gerekir. Yeni Asya'da ilgili olay

kapsamında sekiz habere yer verilmişken Yeni Şafak gazetesinde yalnızca bir haber yayınlamıştır.

Yeni Şafak gazetesinde ilgili haber gazetenin 16. sayfasında spotsuz bir şekilde yayınlanmıştır. Hem yer verildiği sayfa numarası hem de ayrılan bölüm itibariyle önem verilmeyen bir haber olarak nitelendirilebilmektedir. Haberin ilk cümlesi “İstanbul havalimanının bitmesine sayılı günler kala, sol örgütler açılışa gölge düşürmek için provokasyona başladı” olmuştur. Başlığı biraz daha detay vererek açıklayan bu cümle sonrasında devam eden metinde sol örgüt açılımları yapılmış ve provokasyonun nasıl yapıldığı anlatılmıştır.

Yeni Asya gazetesinde ise haberde açıklamaları aktarılan taraflar; işçiler, sendika, işçi avukatları ve Vali Vasip Şahin olarak sıralanabilir. Haber metinleri bir veya iki paragraftan ibaret olup resmi kaynaklardan elde edilen bilgiler ışığında hazırlanmıştır. Yeni Şafak’ın aksine herhangi bir olay aktörüne yönelik suçlayıcı, ima eden bir söyleme sahip olunmadığı belirtilebilir. Haber dili ve habere ayrılan yer göz önüne alındığında daha liberal bir yaklaşımla hareket edildiği görülmektedir.

### **6.3. Kelime Seçimleri ve Cümle Yapıları**

Yaşanan olaylar ve durumlar haberleştirilirken seçilen kelimeler, kişi ve eylemlerin tanımlanmasında tercih edilen ifade biçimleri gazetelerin ideolojik yapılanmaları ile bağlantılıdır. Üçüncü havalimanı işçi eylemlerinde yaşanan olayın nedenlerini, olayın taraflarını ve durumu ifade ederken seçilen kelimeler de gazeteler arasında farklılık göstermiştir. Çoğunlukla gazetelerin ideolojik çizgileri ile paralel sözcüklerin kullanıldığı görülmüştür.

Cumhuriyet gazetesinde mevcut olayın ana aktörleri olan işçiler ‘emekçi’ sıfatıyla nitelendirilmiştir. Güvenlik güçlerinin eyleme müdahalesi ise ‘abluka’ ve ‘kuşatma’ kelimeleri ile belirtilmiştir. Abluka ve kuşatma kelimeleri benzer anlamlarda olup “bir ülkenin veya bir yerin dış dünya ile olan her türlü bağlantısını kuvvet kullanarak kesme” durumunu ifade etmektedir (TDK, 2022). Ayrıca metin içinde ‘polis zoruyla’, ‘biber gazıyla tartaklama’, ‘biber gazı ile

müdahale' ifadelerinin yer alması, güvenlik güçlerinin orantısız güç kullanımı ile özdeşleştirilerek işçilerin mağdur, güvenlik güçlerinin ise egemen konuma yerleştirildiğini işaret etmektedir.

Eylemin nedenleri “sefalet koşulları”, “sefalet üstüne gaz ve cop”, “işçilerin sefalet isyanı”, “temiz yatak yerine hapis” ve “insani talep” başlıkları ile haberleştirilmiştir. Bu başlıklar devam eden spot ve haber girişlerinde detaylandırılmıştır. Böylece eylemin çıkış sebeplerine ve işçilerin haklılığına dikkat çekilmiştir. Bundan dolayı gazetenin ideolojik yapısı ile kelime seçimleri örtüşmüş olarak değerlendirilebilmektedir.

Evrensel gazetesi de Cumhuriyet gazetesi ile paralel olarak işçilerin eyleminin haklılığı ve çalışma koşullarının zorluğunun altını çizen kelimeleri tercih etmiştir. İşçiler ‘emekçi’, çalışma koşulları ‘insanlık dışı’, güvenlik görevlilerinin eylemleri ‘abluka’, ‘baskı’ ve ‘işgal’ sözcükleri nitelenmiştir. İşçi lehine kurulan cümlelerin kelime seçimleri ile desteklendiği, işçilerin karşısında konumlanan patron ve güvenlik güçlerinin olumsuz yönlerinin öne çıkarıldığı görülmüştür.

Cümlelerin aktif/pasif yapıda kurulmasının ideolojik olarak belli kodları ifade ettiği bilinmektedir. Haberdeki özneler hakkında kurulan ya da onların açıklamalarının aktarıldığı cümlelerin aktif yapıda kurulması muhabirin/gazetenin bu düşünceleri onayladığı anlamının çıkarılabileceği bir sentaktik özelliktir. Bu bağlamda Cumhuriyet gazetesinin cümle yapıları incelendiğinde aktif yapı cümlelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yalnızca patron konumunda olan İGA yetkililerinin ve İGA'nın öznesi olduğu cümlelerin pasif yapıda kurulmuş olması dikkat çekmektedir. İGA dışındaki tüm işçi, avukat, sendika ve muhalefet milletvekili açıklamaları aktif yapıda kurulan cümleler ile metinde yer almıştır. Cumhuriyet gazetesi haber metinlerini seçtiği kelimeler ve cümle yapılarının kurulumu ile dilbilimsel açıdan işçi lehine oluşturmuştur. Evrensel gazetesinde ise her haber aktörü için kurulan cümleler hemen hemen aynı oranda aktif/pasif cümle yapısı ile kullanılmıştır.

Hürriyet ve Sabah gazeteleri ise birbirlerinden farklı kelime seçimlerine sahiptir. Hürriyet gazetesi yaşanan olayı aktarırken ‘iddia’ kelimesine sıkça yer vererek olaydaki fikrinsel yanlılık oluşturabilecek sözcüklerden kaçınmıştır. Yetkililerin ifadeleri dedi, anlattı, söyledi gibi aktif yapıda cümleler oluşturacak fiiller ile aktarılmış, ayrıca yorum katacak herhangi bir sözcük ve ifadeye yer verilmemiştir. Sabah gazetesi ise olayla ilgili yalnızca iki habere yer verse de bu iki haberde olayın hangi tarafına yakın olduğunu açık bir şekilde belirtmiştir. İşçiler eylemden koparılarak, eylemi yapanların bazı ‘provokatörler’ olduğu iddia edilmiş, eylemden ‘provokasyon’ olarak bahsedilmiştir. Sendikalar ve eyleme katılan işçilerden ‘işçi temsilcisi sıfatıyla’ ve ‘işçi kılığında’ gibi eylemcileri işçilerden ayrı ‘teröristler’ olarak tanımlamak amacı ile hareket edilmiştir. Eylemi organize edenler ‘kaos çetesi’ olarak adlandırılmış ve eylemin nedeni hak arama mücadelesi ile değil terör ve düşmanlıkla bağdaştırılmıştır. İnşaat şirketi olan İGA’nın eylemleri ise ‘çözüm aradı’ fiiliyle barışçıl ve uzlaşmacı bir zemine oturtulmuştur. Cümle yapıları da İGA’nın haklı ve mağdur pozisyona yerleştirildiği aktif yapıda kurulmuştur.

Yeni Asya ve Yeni Şafak gazeteleri incelendiğinde ise Yeni Asya gazetesinin muhafazakar sağ yayın politikasına sahip olarak çalışmada ele alınmasına rağmen daha liberal bir çizgide haber dili kullandığı görülmüştür. Yeni Asya gazetesi eylemler ile ilgili haberlerde cümle yapılarını, haber aktörleri ve tarafları arasında anlamlı bir farklılık olmayacak ölçüde eşitlikçi bir tavırla kurmuştur. Kelime seçimleri ise daha çok alıntı cümlelerden oluşmuştur. Yeni Şafak gazetesi ise yayınladığı tek haberde, eylemden ‘provokasyon’ ifadesi ile bahsetmiş, eylemciler ‘provokatör’ ve ‘eylem yapan şahıslar’ olarak nitelenmiştir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Neoliberal politikalar medya alanında da önemli değişimlere neden olmuş ve iktidar/güç odaklarının medyaya etkisinin boyutu artmıştır. Medya sektörünün birer kazanç kapısı olarak görülmesi, özelleştirme politikalarının hayata geçirilmesi ve medyanın tekelleşmesi haber üretim süreçlerini doğrudan etkilemiştir. Haber



seçimindeki koşullar ve haber dilindeki ideolojik yansımalar medya patronlarının ekonomik ilişkilerine paralel olarak değişim göstermiştir. Haber bir meta haline gelmiş ve bilgi verme amacıyla değil pazarlama amacıyla gazetede yer bulmaya başlamıştır. Bunun sonucunda, hak temelli gazetecilik anlayışı törpülenmiş, medyada işçi eylemlerinin ve sendikal hareketlerin görünürlüğü giderek azalmıştır.

Gazetelerin üçüncü havalimanına karşı tutumları değerlendirildiğinde; Cumhuriyet gazetesinin hem olaya hem de haberin anlaşılmasında etkili olan ardalın bilgilerine, haberin retorliğini oluşturulan unsurlara, işçi ve işçi tarafında konumlanan haber aktörlerinin açıklamalarına geniş şekilde yer verdiği görülmüştür. Gazetede yer alan haberler işçi ve güvenlik güçleri arasındaki gerilim üzerinden kurgulanmıştır. Bu anlamda gazetenin sahip olduğu ideolojik temel ile eylemlerin haberleştirilme biçiminin kısmen uyumlu olduğu söylenebilmekle birlikte haberlerde temel çelişkinin sistem eleştirisinden ziyade iktidarın politikalarına yöneldiği görülmektedir.

Evrensel gazetesi de eylemlere geniş şekilde yer vermiştir. İncelenen gazeteler içinde eylemlere en çok yer ayıran ve en fazla haber yapan gazete olmuştur. Haberler hak ve emek mücadelesi temelinde kurgulanmıştır. Haberlerde daha çok işçi ve İGA arasındaki karşıtlık göz önüne serilmiştir. İşçi-patron ilişkisi üzerinden haberlerin inşa edilmesi gazetenin ideolojisi ile uyumluluk göstermiştir. Yalnızca işçilerin yaşadıkları sorunları aktaran ve işçilerin kendilerinin kaleme aldığı metinlere de yer verilen “haber mektup sayfası” gazetenin hem bu eylemler ile ilgili tavrını hem de genel anlamda ideolojik konumunu göstermektedir. Haber metninin içinde sıklıkla işçi ve işçi yakınlarının sözlerinde alıntılar yapılması da gazetenin ideolojisiyle paralel bir tutum olmuştur. Gazete haber kaynağı olarak haber ajanslarından ziyade kendi muhabirlerini kullanmış, bu tavrı ile yaşanan olaya verdiği önemi göstermiştir.

Hürriyet gazetesi liberal anlayışı benimseyen ve bu doğrultuda haber üreten bir gazete olarak ele alınmıştır. Gazetede üçüncü havalimanı işçi eylemleri ile ilgili üç haber yer almıştır. Bu haberlerde

işçilerin, sendikaların, işçi avukatlarının görüş ve bilgilendirmelerine yer verilmediği görülür. Yalnızca İstanbul Valisi Vasif Şahin ile CHP milletvekillerinin olayla ilgili açıklamaları doğrudan alıntı yöntemi ile okuyucuya aktarılmıştır. Böylece olaydaki hak arama ve işçi mücadelesi habere hiç yansıtılmamıştır. Sendikalar ile avukatların açıklamalarının görülmemesinin yanısıra İGA yetkililerinin de sözlerine yer verilmemiştir. Üçüncü havalimanı ile ilgili eylem ve tartışmalar devam ederken CHP Milletvekili Aykut Erdoğan’ın havalimanı ile ilgili yolsuzluk iddiaları haberleştirilmiş fakat eylemler hakkındaki sözlerine ve görüşlerine yer verilmemiştir. Bu durum odağın işçi eyleminden çekilerek yalnızca siyasi parti tartışmaları düzeyine indirgenmek istendiğini göstermektedir. Haber dilinde sadece “söyledi, dedi, yaptı” gibi eylemleri olduğu gibi ileten kelimeler seçilmiş ve başka hiçbir anlamsal farklılık oluşturabilecek kelimelere yer verilmemiştir. Sadece aktaran pozisyonunda, ajans haberi üslubuyla olay haberleştirilmiştir. Liberal teorilerin ilk ortaya çıkış yılları düşünüldüğünde hak mücadelesine eğilen ve ifade özgürlüğünü savunan habercilik pratiklerinin yaygınlığı dikkat çekerken, neoliberal dönemin “liberal” gazetelerinde hak mücadelelerine çok fazla bir önem verilmediği söylenebilmektedir. Aynı zamanda konuya ilişkin üç haberin yapılması da ele alınan konunun görmezden geldiğini göstermektedir.

Sabah gazetesi, Hürriyet gazetesi ile liberal ideolojiyi benimsemiş ve bu yayın politikasına sahip bir haber kuruluşu olarak varsayılarak çalışmaya dahil edilmiştir. Gazetede üçüncü havalimanı işçi eylemleri ile ilgili iki haber bulunmuştur. Bu anlamda Hürriyet gazetesi ile benzer bir tutum sergilendiği ve olayın görmezden gelinerek önemsizleştirildiği düşünülmüştür. İki haber van Dijk’ın eleştirel söylem analizi kapsamında incelendiğinde ideolojik olarak bir konumlanma olduğu gözlemlenmiştir. Haberler provokatörler-hükümet karşıtlığı üzerinden inşa edilmiştir. İGA mağdur ve haksızlığa uğrayan taraf konuma yerleştirilirken işçiler ve sendika haberin öznesi olarak görülmemiştir. Dolayısıyla eylemciler damgalanarak şeytanlaştırılmıştır. Diğer gazetelerden farklı olarak,

haberdeki işçi aktörü, şantiyedeki çalışma koşullarını öven nitelikte sözleri ile kendine yer bulmuştur.

Yeni Asya ve Yeni Şafak gazeteleri muhafazakâr sağ ideoloji doğrultusunda yayın yapan gazeteler olarak varsayılarak çalışmada ele alınmıştır. Yeni Asya gazetesi analiz edildiğinde muhafazakâr sağ ideolojiden ziyade daha çok liberal ideolojiye yakın bir noktada durduğu görülmektedir. Haberlerde başlıklar yaşanan olayı resmî olarak duyurarak bir özetleme amacı taşımakla birlikte alıntı yapılan iki başlıktan birinde Vasif Şahin diğesinde ise işçi avukatlarının sözleri yer almaktadır. İşveren konumundaki İGA şirketi metinlerde varlık gösteremese de devlet yetkilileri, işçi ve işçi temsilcilerinin yer alış şekli ve miktarının eşit olduğu görülmektedir. Eylem sonrası cezaevinde olan işçilerin yayınladıkları mesajın haberleştirilmesi önemli bir detay olsa da haber dilindeki resmiyet ve mesafe dikkat çekmektedir. Yayınlanan mesaj doğrudan alıntı ile okuyucuya aktarılmaktadır.

Gazete analizlerinde son olarak Yeni Şafak gazetesine yer verilmiştir. Eylemler ile ilgili gazetede yalnızca bir haber yayınlanmıştır. Yayınlanan haber eleştirel söylem analizinin unsurları kapsamında çözümlendiğinde, kelime seçimlerinde kullanılan ifadelerin gazetenin ideolojik yapısına uygun olduğu gözlemlenmiştir. Haber, gazetenin 16. sayfasında yayınlanmıştır. Gazetenin haberi manşetten ya da daha önceki sayfalardan duyurmamış olması olaya karşı tutumunu göstermiştir. Haber Sabah gazetesine benzer bir biçimde güvenlik güçleri ve provokatör karşıtlığı üzerinden kurulmuştur.

Buradan hareketle, eleştirel söylem analizi yöntemi ile çözümlenen altı gazetenin haberlerinin çoğunlukla kendi ideolojik yaklaşımlarına uygun olarak hazırlandığı tespit edilmekle birlikte gazetelerin kendi ideolojik konumlanmalarının dışında farklı yayıncılık pratikleri sergilediği de söylenebilmektedir.

Bu anlamda genel olarak değerlendirildiğinde gazetelerin yayın politikalarının haberlerini çerçevelemede önemli bir unsur olarak

karşımıza çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte haber üretimi ve yayınlanması aşamasında benzer ideolojik çizgiye sahip gazetelerin kimi ortak tutumlar ile haberlerini inşa ettikleri görülmekle birlikte aralarındaki çeşitli farklılıkların da haber metnine yansıdığı belirtilmelidir. Neoliberal politikalar ekseninde değerlendirdiğinde ise emek hareketlerine ilişkin habercilik pratiklerinin liberal ya da sağ ideolojik konumlanma içinde tanımlanabilen gazetelerde hem anlam hem de görünürlük yitimine uğradığı söylenebilir.

### **Kaynakça**

- Acar, E. (2017). Neoliberalizm ve Sosyal Refah Devleti Ekseninde Üçüncü Yol Yaklaşımı. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 248-263.
- Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Adal, H. (2018, 17 Eylül). 3. Havalimanı İşçilerinin Eylem Kronolojisi. *Bianet*. Erişim Adresi: <https://bianet.org/bianet/emek/200906-3-havalimani-iscilerinin-eylem-kronolojisi>
- Aksu, H. N. (2018). *Türkiye’de Kamu Yönetiminde Neoliberalizm Dönüşüm Bağlamında Yeni Sağ Muhafazakar Anlayışın Çözümlemesi: Turgut Özal Dönemi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi.
- Alpay, Y. ve Alkin, E. (2017). *Olaylarla Türkiye Ekonomisi – Yirminci Yüzyıl Türkiye Ekonomi Tarihi*. İstanbul: Hümanist.
- Atabek, Ü. (2007). “Söylem Çözümlemesi Başlangıç Seviyesi İçin Öneriler”. G. Ş.

- Atabek, Ü. Atabek (der.). içinde *Medya Metinlerini Çözümlemek İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. (s.151-162). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boratav, K. (2018). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2015*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Bulut, M. (2003). 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve Türkiye’de Devletçiliğe Geçiş. *Bilig*, (26), 77-101.
- Büyükkantarcıoğlu, N. (2006). *Toplumsal Gerçeklik ve Dil*. İstanbul: Multilingual.
- Büyükkantarcıoğlu, N. (2012). Söylem İncelemelerinde Eleştirel ve Dilbilimsel Boyut:
- Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Ötesi. Ö. Özer (der.). içinde *Haberi Eleştirmek Araştırma Alanlarına Göre Eleştirel Haber Çalışmaları*. (s.161-197). Konya: Literatürk.
- Çalık, M. ve Baykal K. C. (2020). Habertürk, Sabah ve Birgün Gazetelerindeki Suriyeli Mülteci Haberlerinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (5), 241-262.
- Çımrın, F. K. (2009). Küreselleşme, Neoliberalizm ve Refah Devleti İlişkisi Üzerine. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 195-204.
- Dumenil, G. ve Levy, D. (2008). Neoliberal (Karşı)devrim. A. Saad-Filho ve D. Johnston (der.). içinde *Neoliberalizm: Muhalif bir seçki*. (25-42). İstanbul: Yordam Kitap.
- EÇT. (2018). *İşçi Sınıfı Eylemleri Raporu*. İstanbul: Emek Çalışma Topluluğu.
- Erdoğan, E. ve Ak, M. Z. (2003). Neoliberal Ekonomik Dönüşüm ve Sendikalar. *Kamu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 9(2), 2-14.
- Gül, S.S. (2006). *Sosyal Devlet Bitti Yaşasın Piyasa! Yeni Liberalizm ve Muhafazakarlık Kıskaçında Refah Devleti*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- Günalp, C. (2007). *Kamu ve Özel Televizyon Yayıncılığında İzleyici Araştırmaları ve Ratingin Rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi.

- Güngör, N. (2016). *İletişim: Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Işıkli, A. (2003). *Gerçek Örgütlenme*. Ankara: İmge Kitabevi.
- İYİ-SEN, [@insaaticileri]. (2018, 14 Eylül). İnşaat ve Yapı İşçileri Sendikasının Resmi Hesabı, 3. *Havalimanında Eylemdeyiz. Basın açıklamamız: goo.gl/cq9Ehe* [Tweet]. Erişim adresi: <https://mobile.twitter.com/insaaticileri/status/1040485610069393408>
- Kazgan, G. (2005). *Türkiye Ekonomisinde Krizler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kejanlıoğlu, D.B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Keskin, Z. E. (2004). Türkiye’de Haber İncelemelerinde Van Dijk Yöntemi. Ç. Dursun (der.). içinde Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi. (s.391-405). Ankara: Elips Kitap.
- Kılınç, B. (2018, 15 Eylül). İşçilerin En Temel İhtiyaçları Bir Maliyet Hesabı Olarak Görüldü. *Sivil Sayfalar*. Erişim Adresi: <https://www.sivilsayfalar.org/2018/09/15/3-havalimaninda-iscieylemi-iscilerin-en-temel-ihytiyaclari-bir-maliyet-hesabi-olarak-goruldu>
- Koç, Y. (2003). *Türkiye İşçi Sınıfı ve Sendikacılık Hareketi Tarihi*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Köse, S. (2000). *24 Ocak 1980 ve 5 Nisan 1994 İstikrar Programları Çerçevesinde Yapılan Hukuki ve Kurumsal Düzenlemelerin Mukayeseli Analizi*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları.
- Kuyucu, M. (2013). Türkiye’de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler. *Selçuk İletişim*, 8(1), 144-163.
- Özer, Ö. (2009). *Eleştirel Haber Çözümlemeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Palley, T.I. (2008). Keynesçilikten Neoliberalizme: İktisat Biliminde Paradigma Kayması. A. Saad-Filho ve D. Johnston (der.). içinde

- Neoliberalizm: Muhalif bir seçki.* (42-59). İstanbul: Yordam Kitap.
- Sözen, E. (2017). *Söylem Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/ Güç ve Refleksivite.* İstanbul: Profil Kitap.
- Şahin, H. Ç. (2010). Türkiye’de İşçi Sınıfının Gelişim Süreci ve Geçmişten Günümüze İşçi Hareketi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7), 21-30.
- Şen, F. ve Avşar, Z. (2012). Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (35), 42-60.
- Ülkü, G. (2004). Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve van Dijk Yöntemi. Ç. Dursun (der.). içinde *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi.* (s.381-389). Ankara: Elips Yayınları.
- van Dijk, T.A. (1988). *News as Discourse.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yazıcı, E. (2010). *Osmanlı’dan Günümüze Türk İşçi Hareketi.* Ankara: Binyıl Yayınevi.





# YEREL MEDYA

Engin ÇAĞLAK<sup>1</sup>

## Giriş

Yaygın basına göre daha sınırlı imkanlara sahip, belirli bir kent, ilçe ya da bölgeye haber içeriği sağlayan medya kuruluğu olarak tanımlanan yerel basın, yaygın hayatını sürdürdüğu bölgenin güncel olaylarına, kültür sanat, spor etkinliklerine ve diğer ilgi alanlarına yönelterek içerikler üretmektedir. Ülke genelinde yer bulmayan ancak coğrafyası için önemli konular, yerel medyanın ana gündemini oluşturmaktadır. Yerel basın organları yerel yönetimlerin halkın sorunlarından ve beklentilerinden haberdar olması açısından da önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

Dünya basın tarihi veya Türk basın tarihinin en önemli yapı taşlarından biridir yerel basın. Gazetecilik mesleği ve haber diye adlandırılan bilgi olgusu, yerelden ulusala ve daha sonra da uluslararası arenaya yayılmış ve profesyonelleşmiş bir meslek dalı olarak varlığını devam ettirmektedir. Haberin dolaşımı yerelden, uluslararasına kadar pek çok mecrada önem kazanmaktadır. Özellikle demokrasinin ilk basamağı olan yerel ve mahalli seçimlerde yerel basının oynadığı rol, demokrasinin gelişmesi ve yaygın kabul görmesi açısından önemlidir. Bu anlamda yerel basın en ücra köşelerdeki vatandaşların bilgilendirilmesini, kamuoyu oluşturulmasını, kamu hizmetlerinin denetimini, ilgili ve yetkili mercilerin bilgilendirilmesini yapılan haberlerle sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı da yerel basının günümüz Türkiye'sinde durumunu ve sorunlarını irdelemektir. Çalışmanın önemi ise ulusal ve uluslararası basını besleyen yerel basının ne derece önemli olduğunu vurgulamaktır. Çalışmanın evreni Türkiye yerel basını ve çalışmanın yöntemi ise ikincil veri

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, engincaglak@gmail.com

kaynaklarının taranması ile birlikte sektörün sorunlarına ilişkin nitel bir analizdir.

### **1. Yerel Basın Kavramı ve Tarihsel Gelişimi**

Gazetenin başlangıç noktası olarak Avrupa’da 1450’lerde “Haber Yaprakları” kabul edilmektedir. 17. Yüzyılın başlarında ise süreli yayın “Gazete” adıyla anılmıştır. 1660’da ise ilk günlük gazete ortaya çıkmıştır. Bunda 1440’larda Avrupa’dan bütün kıtaya yayılan matbaa büyük rol oynamıştır (Koloğlu, 2023). Türk basın tarihi, Osmanlı İmparatorluğu döneminde -günümüz kavramsal tanımı ile kullanırsak- başlangıçta “yerel basın” şeklinde yayın hayatına başlamıştır. Osmanlı’da ilk yaygın Türkçe gazete olarak kayıtlara geçen Takvim-i Vakayi’den önce yerel ölçekte yabancı dillerde yayımlanan gazeteler bulunmaktadır. Bir başka deyişle Türkiye’de ilk gazete örnekleri, yerel gazetelerdir (Aydeniz, 2007).

Osmanlı döneminde devletler arası ilişkilerin sıkça konuşulması, Osmanlıdaki yabancı basının kamuoyundaki varlığını sorgulatmıştır. Bu durum sonucunda vilayetler özelinde gazeteler kurulmuştur. Türkiye’de gazete faaliyetleri yerel gazeteler aracılığı ile başlamaktadır. Osmanlı döneminde gazeteler ilk olarak toplumsal örgütlenme ihtiyacını karşılamak ve bürokrasi ile vatandaş arasındaki iletişimi sağlamak için ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte batı ülkelerinde var olan ve Osmanlı’ya kadar ulaşan gazetecilik faaliyetlerini kontrol edebilme açısından vilayetleri içerisine alan yerel basın kavramının temeli ortaya çıkmaktadır (Çığ, 2007: 30). Bu doğrultuda “Türkiye’de yerel basının öncüsü sayılabilecek ilk gazeteler, Osmanlı döneminde yayımlanan ‘Vilayet Gazeteleri’dir. Daha sonraları yerel basın ‘taşra basını’, ‘Anadolu basını’ ya da ‘mahalli basın’ şeklinde adlandırılmıştır” (Erdem, 2007: 111). Yerel basın tanımlarının birleştiği ana fikir ise belirli bir çerçeve ile sınırlandırılmış olmasıdır. Bu sınırlandırma bir şehir, bir ilçe veya bir bölgeyi belirleyen, halka açık bir şekilde yayın yapan kitle iletişim araçları olarak gösterilmektedir (Vural, 1999: 41). Bunun yanı sıra yerel basının çalışma alanı da gerek hedef kitlesi ve gerekse de haber konuları açısından yakın çevresiyle ilgilidir (Patan, 2019: 17).

Yerel basın; bir il, bir kasaba veya bir yerleşim alanında vuku bulan olayları, meydana gelen veya paylaşılan bilgi veya haberleri, bununla birlikte yaşanan çeşitli faaliyetleri, haber haline getiren, görsel, sesli veya yazılı haberleri yayımlayan, dağıtımı ve etki alanı belirli bir alan içinde faaliyet gösteren medya kuruluşlarını veya gazetecileri tanımlamaktadır (Bülbül, 2001: 10).

*“Genel bir anlatımla yerel basın, sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, yöre halkını bilgilendirme, eğitmeye, eğlendirmeye böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır. Yerel basın “yalnızca belli bir bölgede yayımlanan ve okunan, ulusal gazetelerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler” olarak da tanımlanmaktadır” (Girgin, 2001: 147).*

Atilla Girgin’e göre (2009: 213), basının asıl işlevi haber aracılığı ile bireyi içinde yaşanan çevre, toplum, ülke ve uluslararası ortamdaki gelişen olaylara ilişkin doğru bilgi sunmaktır. Bu doğrultuda toplum içinde ve siyasi ortamda bireyin kanaatlerini sürdürdürebilmesi, değiştirebilmesi ya da güçlendirebilmesini sağlamaktadır. Yerel medya, doğrudan kamu yönetimiyle halk arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Yerleşmenin her yönü ile güçlü olduğu bölgelerde ise halkın toplumsal ve bireysel haklarını daha etkin savunabildiklerini, istek ve ihtiyaçlarını daha rahat bir şekilde dile getirebildiklerini söylemek mümkündür (Nalcıoğlu, 2007: 202). Türkiye’de basın üzerindeki devletin kontrol etme gücü 1980’li yıllara gelindiğinde değişmeye başlamıştır, devletin basın üzerinde güç oluşturma durumu holdinglerin bu sektörde yer almaya başlaması ile azalmıştır. Bu süreçte var olan medya kuruluşlarının büyüdüğü, yeni medya kuruluşlarının sayılarında artış olduğu görülmektedir (Tokgöz, 2008: 37, akt. Atçeken, 2018: 26).

Yerel medya için aktarılan tanımlar kapsamında özetlemek gerekirse; Yerel basın veya yerel medya, belirli bir alanda vuku bulan söylem veya olayları habere dönüştürmekle birlikte belirli bir alan içinde de yayın ve dağıtımı tanımlamaktadır. Basının öncelikli

sorumluluğu kamu yararını gözetmektir. Bu durum yerel medya için de geçerlidir. Belirli bir bölgenin veya mahalin gözlemcisi, dinleyicisi ve yazanı, anlatanı olarak kamuoyu oluşturmaktadır. Bu sorumlulukla görevini yerine getiren yerel basın, ulus ve uluslararası demokrasi için çok önemli görev üstlenmektedir. Büyük bir makinenin küçük ama önemli bir dişlisi rolü bulunmaktadır. Aynı zaman da yerel siyasal erklerin, belediye hizmetlerinin veya yerel halkın sözcüsü görevini de üstlenen yerel medya, halk ile yerel yönetim ve dahası merkezi yönetim arasında bir köprü, bir iletişim aracı görevini üstlenmektedir.

Gazeteler yayımlanmaya başladıkları günlerden itibaren insanların haber alma meraklarının büyük bir kısmını karşılamış, zamanla gelişimlerini yerel ve bölgesel medya organlarının yaygınlaşmasıyla da sürdürmüştür. Bu açıdan yerel basın organları, yaygın medyanın ilgi göstermediği, görmezden geldiği konulara odaklanarak kentlerinin sesi olmuşlardır.

Yerel medya, yayım hayatını sürdürdüğü bölgelere özgü sorunların yanı sıra hemen hemen her coğrafyada etkisini gösteren ekonomik sıkıntılarla da mücadele etmektedir. Özellikle belirli sermaye grubunun dışında ya da desteği olmadan ayakta durmaya çalışan yayım organları, reklam verenlerin azlığı, resmi ilan gelirlerinin fazla sayıda yayım organıyla paylaşılmasından dolayı yetersiz kalması gibi sorunlarla mücadele etmektedirler.

Her ne kadar son yıllarda yerel medya kuruluşları, dijitalleşmeye ayak uydurarak yerelden daha yaygın ve küresel bir basın kuruluşu hüviyetine kavuşsa da işledikleri ve haberleştirdikleri konular özelinde genellikle hitap ettikleri kitle yerel özelliktedir. “Yerel medya” bu anlamda da genellikle basılı olan yerel gazete kavramına denk gelmektedir. Bunun yanı sıra dijitalleşme ve basım maliyetleri de yerel basını hızla dijital dönüşüme zorlamaktadır. Aynı zamanda dijital mecralarda yer almak yerel medya okuyucu ve izleyicilerini sadece belli bir bölge içinde sınırlamamakta özellikle gurbette yaşayan eş, dost ve akrabalar içinde bilgi kaynağı olmaktadır.

## 2. Türkiye de yerel basının durumu

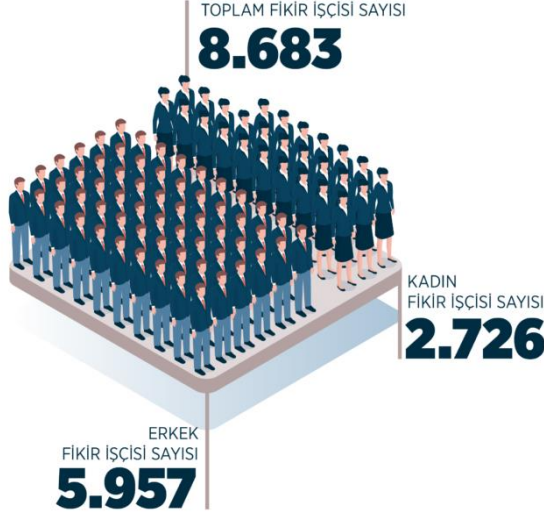
Türkiye’de yerel medya, en ufak kasaba ve beldelere kadar faaliyet göstermektedir. Özellikle internetin yayılmasıyla birlikte ve özellikle iletişim teknolojilerinin her kesim tarafından ulaşılabilir olması da yerel basının çalışmasına kolaylık sağlamaktadır. Diğer taraftan yurttaş gazeteciliği kavramının gelişmesi ve cep telefonları sayesinde her köy ve mezrada bir kameranın kayıta olduğu anlamına gelmektedir. Böylelikle yerel medya kılcal damarlar gibi ülkenin her bölgesinden haber toplamakta ve ulusal veya uluslararası basına bilgi akışı sağlamaktadır. Yerel medyanın en önemli işlevlerinden birisi kamu yararını birinci öncelik tutarak toplumun ihtiyaçlarını yöneticilere duyurmaktır. İkincisi ise yerel yöneticilerin kamunun ihtiyaçları doğrultusunda yaptıkları çalışmaları duyurmak ve alınan tedbirleri anlatmaktır. Yerel basın bu yönleriyle yönetime yardımcı olmakta bir araç vazifesi görmesinin yanı sıra önemli bir kamu hizmetini de yerine getirmektedir. (İnuğur, 1999)

Aynı zamanda yerel medya demokrasinin en önemli ve ilk basamaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Yerel medya önce yerel ve bölgesel demokratik katılıma etki etmektedir. Bununla birlikte demokrasinin sağlıklı gelişmesi için en ücra köşelerden genele doğru hizmet veren yerel yönetimler, bölgenin önde gelen liderleri ve yerel halk için çok önemli bir kamu denetçisi ve kamuoyu oluşturucu olarak görülmektedir. Bir ülkenin en ücra köşesinden en gelişmiş mega kentlerine kadar doğru bilgi akışının ve demokratik gelişimin küçük ama önemli bir çarkı olarak yerelden genele etkisi bilinmektedir (Kayacan, 1996:74). Yerel medyayı demokrasinin önemli bir parçası olarak kabul eden Kayacan’a göre; Yerel basın, faaliyet gösterdiği alanda olay ve olguları haber yaparken, tarafsız ve gerçekleri bozmadan aktarırken bölge kamuoyunda belirli bir etkiye sahip ve yerelin sosyo-ekonomik kalkınmasına katkı sağlayabilen, alanda gerçekleşen sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal, sportif ve benzeri gelişmeleri haber etik ve ilkelerine bağlı bir şekilde okuyucu/izleyicisine aktaran kuruluş veya kişilerdir (1996:75). Yerel medyanın bu işlevlerine rağmen kamuoyunda farklı algılamalarla da

anıldığı görülebilmektedir. Bu açıdan yerel medyaya yönelik bakış açılarından biri, masa başı haberlerle Resmi İlan almak için çıkan, ya da kişisel çıkar elde edilmesi hedeflenen, içerik yönünden zayıf yayın kuruluşları olduğu yönündedir. Farklı bir bakış açısına göre ise taşra basını veya bir başka deyişle Anadolu basını ve çalışanları, kendi kişisel çıkarlarından önce ülke ve ulus çıkarlarını savunmaya halen devam etmektedir. Gazeteciler de bu anlayışla çalışmalarını sürdürmektedir. Bu bakış açılarından birincisini tanımlayan gazete ve gazeteciler bulunmakla birlikte, genel kabul gören görüş ise ikinci yaklaşımdır ve taşra basınının yaşadığı pek çok zorluğa rağmen, faaliyet gösterdikleri alana yapmış olduğu katkılar ve hizmetler çoğu alan ve konular başlığı altında çok büyük önem taşımaktadır (Kurtbaş, Doğan ve Göker, 2009) Amerika ve Avrupa’da yer medya gelişmiş ve büyük bir etkinlik göstermesine karşın Türkiye’de benzer kuruluşların bu seviyeye gerek teknolojik alt yapı gerekse tiraj ve gelirler açısından gerekse de kitleyi etkileme yönünden ulaştığını söylemek mümkün değildir. Yerel medyanın içinde bulunduğu kent ortamı, bölgenin sosyal ve kültürel ortamı da yayın kuruluşunu doğrudan etkilen unsurlar arasında yer almaktadır (Vural, 2001).

Basın İlan Kurumu’nun, 81 ilde resmi ilan yayınlama hakkını haiz süreli yayınların sayılarına, asgari kadrolarında yer alan fikir işçilerinin cinsiyetlerine, eğitim durumlarına, sarı basın kartı sahipliği ve eğitim durumlarına ilişkin verilerine göre;

Türkiye’de, resmi ilan alma hakkına sahip gazete sayısı 2018 yılında 1.116 olarak tespit edilmektedir. Bu basın kuruluşlarında çalışan sayısı ise 8.683 kişidir. Çalışanların 5.957’sini erkek çalışanlar oluştururken, 2.726’sını kadın çalışanlar oluşturmaktadır. Sarı basın kartı sahibi olan haberci sayısı ise 3.667 kişidir. Sarı basın kartı sahibi 1.572 kişi İstanbul’da ikamet etmektedir.



Kaynak: BİK, 2018

İstatiksel verilere bakıldığında da eğitim tablosu şu şekilde görülmektedir; 1.370 çalışan üniversitelerin iletişim fakültelerinden mezun. Aynı zamanda iletişimle ilgili ön lisans programlarından mezun olup, basın sektöründe çalışanların sayısı ise 234'dür. 1.217 çalışan basın mensubu ise ilköğretim mezunu, 3.590 kişi ise lise mezunu, 834 ön lisans, 2.669 lisans mezunu bulunuyor. Yüksek lisans yapmış çalışan sayısı ise 130 olurken, doktorasını yapmış fikir işçisi sayısı ise 9 olarak tespit edilmiştir.

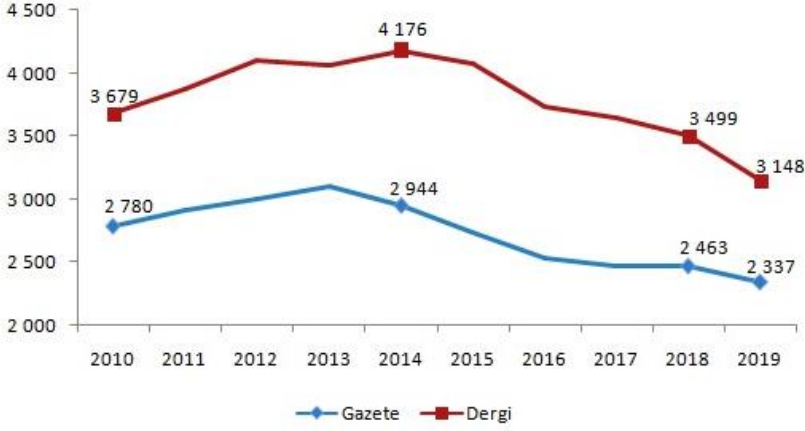


Kaynak: BİK, 2018

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Türkiye’de gazete ve dergi sayısı, 2019 yılında 2018 yılına göre %8,0 azaldı. 2019 yılında yayınlanan gazete ve dergi sayısı 5 bin 485’e düşerken bunların %57,4’ünü dergiler oluşturdu. TÜİK’in raporlarında yer alan 2010 ile 2019 arasında gazete ve dergi sayısını gösteren istatistiki çizelgeye göre; 2010 yılında 2780 olan gazete sayısı 2013 ile 2014 yılları arasında 3000 sayısına yaklaşmışken bu sayı 2019 yılında 2337’ye kadar düştüğü görülmektedir (TÜİK).



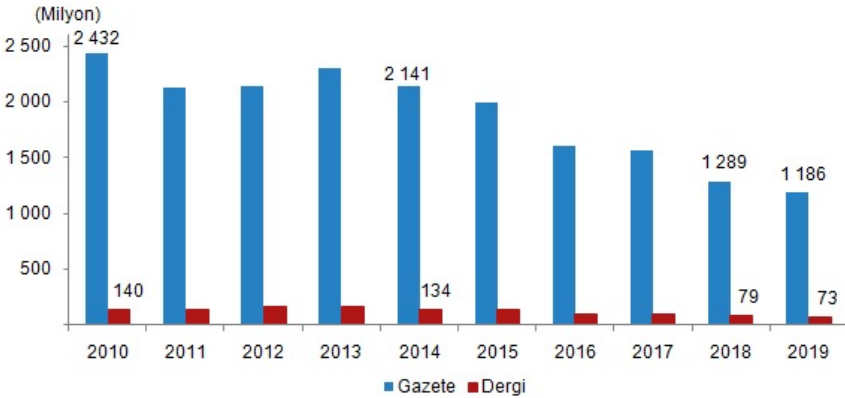
Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı, 2010-2019



Kaynak: TÜİK, 2019

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Türkiye'de gazete ve dergilerin tirajı, 2019 yılında bir önceki yıla %8,0 azaldığı görülmektedir. Türkiye'de 2019 yılında yayımlanan gazete ve dergilerin bir yıllık toplam tirajı 1 milyar 259 milyon 68 bin 89 adet iken bunun %94,2'sini gazetelerin oluşturduğu görülmektedir. Verilere göre 2010 yılında 2,5 milyona yakın olan gazete tirajları yıllar içinde azalmaktadır ve 2019 yılına gelindiğinde bir milyonun biraz üzerinde bir tiraj rakamına ulaşmaktadır.

Gazete ve dergilerin yıllara göre tirajı, 2010-2019

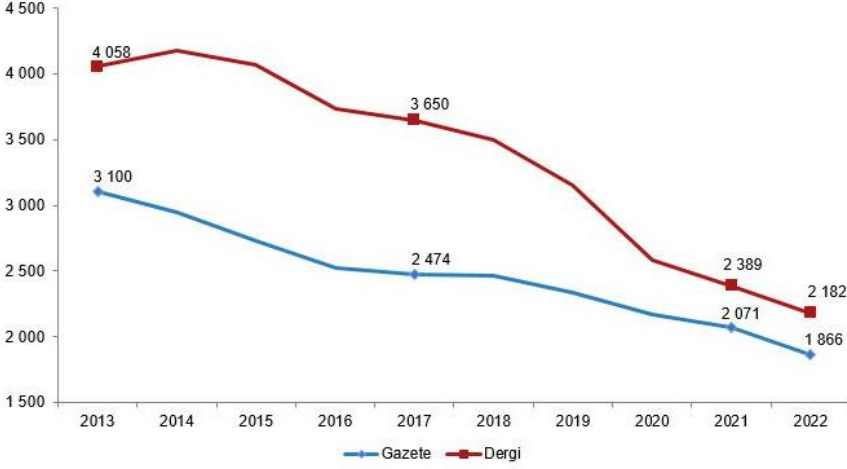


Kaynak: TÜİK, 2019

Tiraj bilgilerinin yanı sıra yine TÜİK verilerine göre Türkiye’de 2019 yılında yayımlanan gazetelerin %90,8’ini yerel gazeteler oluşturmaktadır. Yayımlanan gazetelerin ise sadece %7,3’ü yaygın (ulusal) basın tarafından yayınlanmaktadır. Yüzde 1,9’u ise bölgesel yayın yapan gazetelerden oluşmaktadır. Dergiler de ise bu durum tam tersidir. Yüzde 65,9’u yaygın (ulusal) dergileri oluştururken, yüzde 29,5’i yerel, yüzde 4,5’i bölgesel yayın yapan dergilerden oluşmaktadır. 2019 yılında yayımlanan gazetelerin yüzde 90’ı yerel gazetelerden oluşmasına rağmen gazetelerin toplam tirajının %83,6’sının yaygın (ulusal) basın tarafından sağlandığı görülmektedir. Yerel basının tiraj sayısı ise yüzde 15,7 de kalmakta bu da yerel basının okunurluğunun ne kadar az olduğunu göstermektedir. Yüzde 0,8’ini bölgesel yayımlanan gazeteler, dergilerin ise yüzde 83,7’sini yaygın (ulusal), %12,9’u yerel ve %3,5’ini bölgesel yayımlanan dergilerden oluştuğu görülmekte ve yayın sayısının yerelin daha çok olmasına rağmen tiraj bakımından yerelin aynı oranda başarı gösteremediği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan 2019 yılında yayımlanan gazetelerin yüzde 89,3’ü siyasi/haber/güncel haber üretirken, yüzde 2,1’i sektörel/mesleki haberler, yüzde 1,7’si yerel yönetim içerikli haberlerden oluşmaktadır. Dergilerin yüzde 17,9’u sektörel/mesleki haber veya konuları işlerken, yüzde 14,1’i akademik konular, yüzde 9,5’i ise eğitim/sınav içerikli konuları yayımlamaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun verilerine göre Türkiye’de gazete ve dergi sayısı, 2022 yılında 2021 yılına göre yayın sayısı yüzde 9,2 azalarak 4 bin 048 oldu. Bu yayınların ise yüzde 53,9’unu dergiler oluşturmaktadır. 2013 yılında 3 bini geçen yayımlanan gazete sayısı ne yazık ki 2022 yılında geldiğinde yayımlanan gazete sayısı 1866 adete düşmüştür. Yayımlanan dergi sayısı ise on yılda neredeyse yarı yarıya azalmış ve 2182 adet dergi yayın hayatına devam ettiği görülmektedir.

Gazete ve dergilerin yıllara göre sayısı, 2013-2022



Kaynak: TÜİK, 2022

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Türkiye'de gazete ve dergilerin tirajı, 2019 yılında bir milyarın üzerinde olurken 2022 yılına gelindiğinde ise ülkemizde yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 848 milyon 365 bin 241 olup tirajın yüzde 95,4'ünü ise gazetelerin oluşturduğu görülmektedir.

### 3. Türkiye'de Yerel Basının Sorunları

Geçmişte pek çok sorun ve problemlerle mücadele etmiş olan yerel basın, teknolojik, ekonomik ve toplumsal gelişmelere rağmen işlevini tam olarak yetire getirememektedir. Yerel medyanın sorunlarını sadece ekonomik ve teknik boyutta ele almak yetersiz kalacağından yayın yapılan bölgenin toplumsal yapısını da ele almak önemlidir. Ülkenin siyasi ve ekonomik yapısı, yerel basın düzenini olumsuz etkileyebilmektedir (Çavuş, 2017).

Yerel basının gelişmiş olması ve güçlenmesi, yerel iletişimin artmasını sağlamaktadır. Yerel yönetimin sağlıklı bir şekilde devamlılığını sağlayarak yerel demokrasinin, yerel demokratik yönetimin güçlenmesine ve halk tarafından benimsenmesine katkı sağlamaktadır (Keçili, 1984: 91 akt. Girgin, 2009: 246).

Girgin (2009:246) yerel basının gelişmesini ve iyileşmesini önleyen temel sorunları;

*“(…) gazete okuma oranlarının düşük olması, halkın isteklerine cevap verilememesi, yetersiz tirajlar, teknolojilerden akılcı bir biçimde yararlanılamaması, niteliksiz işçi çalıştırılması, çalışanların eğitimine önem verilmemesi, satışı arttırmak için içerik iyileştirmesi yerine magazin haberlerinden ve promosyon kampanyalarından medet umulması, günümüzde yerel basının da gelişmesini, iyileşmesini önleyen temel etkenlerdendir”* diye tanımlamaktadır.

Yerel medyanın lokal sorunlarının başında yetersiz tirajlar, reklam verenlerin azlığı, bölge halkının ilgisizliği, teknolojik imkanların yetersizliği, nitelikli personel yapısı gelmektedir. Son yıllarda dijital teknolojilerinin gelişmesiyle, özellikle kentlerdeki “acil olayları” anında paylaşan haber sitelerine ilgi artsa da yazılı basın için bunun mümkün olmadığı görülmektedir.

Özellikle basılı yerel gazeteler noktasında artan kağıt ve baskı maliyetleri de yerel işletmeleri oldukça zorlamaktadır. Bu da dijital medyaya yönelimi, internet sitesi üzerinden yayın hayatını sürdürme eğilimini arttırmaktadır. Ayrıca döviz kurundaki artış yazılı basın açısından ithal malzeme olan boya, kağıt ve kalıp gibi baskı maliyetlerini arttırmaktadır. Bu da yerel basına önemli bir yük getirmektedir. Resmi ilan alma koşullarının getirdiği ekonomik yük de geliri kısıtlı yerel medyayı zorlamaktadır. Yerel basının bayi satışlarının yeterli olmaması ve genellikle abonelik sistemiyle kısıtlı bir kitleye hitap etmesi de reklam verenler tarafından tercih edilmemelerine yol açmaktadır. Özellikle yeni yayın hayatına başlayan kuruluşlar, BİK’in resmi ilan almak için müracaat tarihinden sonra 36 aylık bekleme süresindeki maliyetlere dayanamamaktadırlar. Personel giderleri ve baskı maliyetleri bu açıdan yerel medyanın en önemli gider kalemleri olarak kuruluşların ayakta durmasını güçleştirmektedir.

Yerel gazetelerin en önemli gelir kaynaklarını resmi ilanlar ile özel kuruluşların verdiği reklamlar oluşturmaktadır. Sanayisi ve iş dünyası gelişmiş kentlerde yerel basın bir nebze de olsa reklam gelirlerini arttırabilmişken daha küçük kentlerde yayın organları ayakta güçlkle durabilmektedir. Yerel medya organlarının bu açıdan sahipleri ya sanayiciler olup diğer gelir kaynaklarıyla yayını desteklemekte ya da resmi ilan alan köklü gazeteler zor olsa da bir şekilde yayın hayatlarını sürdürebilmektedir. Günümüzde, yerel basın kuruluşlarının resmi ilan gelirlerine bağlı olarak yayını sürdürdüğü ve medya kuruluşlarının ve ek kaynak bulma yöntemlerinin pek değişmediği, hatta bu basın kuruluşlarının basın ilan kurumuna olan ekonomik bağımlılık durumunun her geçen yıl daha da fazlaştığı görülmektedir. Yerel medyada, özel ilanlar, resmi ilanlara göre çok da az bir ekonomik katkı sağlamaktadır. Özel ilanların, resmi ilanlardan farkı ise gerçek kişi veya tüzel kişilerin kendi tercihlerine göre istenilen mecrada reklamlarını yayınlatabilir olmasıdır (Atçeken, 2018). Bununla birlikte iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve hayatın her aşamasında olduğu gibi yerel medyada da değişim ve dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Özellikle kolay ulaşılabilir ve taşınabilir cep telefonları sayesinde dünyanın en ucra yerlerinde bile olsa kayıtta bir kamera olabileceği fikri yerel basının ulaşabileceği sınırları genişletmektedir.

### **3.1. Altyapı ve Teknoloji Yetersizliği**

Yerel basının sayıca büyük bir kısmını oluşturan Anadolu'daki yerel basın düşünüldüğünde gelişmiş matbaa baskı teknolojileri, yapılacak haber içeriğinin gerektirdiği ekipmana ulaşamaması yerel basının sorunları arasındadır. Ekonomik yetersizlik sonucu Anadolu basınındaki sorunların bir diğer sorunu teknolojik eksikliklerin teknolojinin gelişmeyle birlikte artarak devam etmesidir. Teknolojik yetersizlik, gazetelerin içeriğinden, sayfa düzeninden, baskı ve dağıtıma kadar bir dizi olumsuzluğu beraberinde getirmiştir (Girgin, 2009: 251). Bu durum haber içeriklerindeki kaliteyi düşürdüğünden yerel basın için olumsuzluk oluşturmaktadır. Maddi eksiklik ve düşük bütçeli sermayeden kaynaklı Anadolu'da yüzlerce yerel gazete, teknik

alt yapısını günün şartlarına göre yenilemekte sıkıntılar çekmektedir (Şeker, 2007: 80). Yerel basının daha az gelişmiş yerlerde faaliyet göstermesi ve buna bağlı ilan gelirlerinin az olması sonucunda da ekonomik yetersizlikler teknolojik donanımlarını eksik bırakmaktadır (Kınsün, 2019: 62). Diğer taraftan 1990’lı yıllarla birlikte internetin hızla yayılması ve Web 2.0 ile birlikte tüm dünyaya yayın yapabilmek daha az maliyetli bir hal almıştır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve ulaşılabilir anlamda maliyetlerinin azalması yerel basının teknolojik yetersizlik sorununu ortadan kaldırdığı görülmektedir. İthal kağıt sorunu ve baskı maliyetlerinin de artması yerel basını dijital ortama geçmeye zorlayan bir etken olarak bilinmektedir. Bununla birlikte okuyucu ve izleyici kitlenin de okur-izler alışkanlıkları yeni iletişim teknolojilerine uyum sağlamış ve dünyanın önde gelen gazete ve dergileri de basılı yayınlarından vazgeçecekleri tarihleri duyurmuş veya bir kısmı tamamen basılı yayınlarını durdurmuştur.

### 3.2. Nitelikli Eleman Sorunu

Profesyonel kadro eksikliğinin olması, yerel medyada nitelikli haber içeriklerine yansımaktadır. Gazeteci olmak için eğitim almış kadronun eksikliği haber metinlerinin değerini düşürmekte, güvenilirliği azaltmakta ve etik açıdan değerinin sorgulanmasına neden olmaktadır (Karabay, 2000:61).

*“Gazeteciler arasında önemli bir ayrım olan alaylı-mektepli tartışması da ayrı bir sorun teşkil etmektedir. Yeniliğe kapalı olunması, iletişim fakültesi öğrencilerinin maddi beklentilerinin karşılanmaması sonucu yerel medyada nitelikli eleman az bulunmaktadır. Nitelikli eleman istihdam etmekte zorlanan yerel medya çalıştırmakta olduğu gazetecilerinde kendilerini geliştirmeleri için gerekli olan maaşı tam anlamıyla temin edememektedir” (Temel vd. 2012: 132).*

Mesleki devamlılığın sağlanmasında isteksiz medya sahipleri bu noktada az sayıda ve iletişim fakültesi mezunu olmayan çalışanlar ile uzun süreler yerel medya faaliyetlerini sürdürmektedir. Bunun yanı sıra 1 Şubat 2023 Resmî Gazete’de yayınlanan 32091 sayılı Basın İlan Kurumunun Yönetmeliğinin beşinci bölümünde Resmî İlan Yayımıyla

Alakalı Gazete ve İnternet Haber Sitelerinin Genel Vasıfları Kapsamında 19. maddesinde Kadroda yer alabilecekler başlığı altında;

*MADDE 19- (1) Kadroda yer alabilecek fikir işçilerinin aşağıdaki nitelik ve şartlardan en az birine sahip olması gerekir:*

*a) Yükseköğretim kurumlarının iletişim fakültelerinden veya diğer fakültelerin iletişimle ilgili bölümlerinden mezun olmak ya da Yükseköğretim Kurulunca denkliği kabul edilen eşdeğer diplomaya sahip olmak.*

*b) Fikir işçisi sıfatıyla basın kartı sahibi olmak.*

*c) Meslek yüksekokullarının iletişimle ilgili bölümlerinden mezun olmak şartıyla basın yayın organlarında fikir işçisi statüsünde en az 6 ay ara vermeden çalışmış olmak ve bu çalışmayı belgelemek.*

*ç) Diplomaları Millî Eğitim Bakanlığınca kabul gören meslek okullarının iletişimle ilgili bölümlerinden mezun olmak şartıyla basın yayın organlarında 5953 sayılı Kanun kapsamında sosyal güvenlik mevzuatına tabi olarak fikir işçisi statüsünde en az 6 ayı devamlı olmak üzere toplam 12 ay çalışmış olmak ve bu çalışmayı belgelemek.*

*d) En az 6 ayı devamlı olmak üzere toplam 15 ay süreyle, fikir işçilerine ilişkin 5953 sayılı Kanun kapsamında sosyal güvenlik mevzuatına tabi şekilde çalışmış olmak ve bu çalışmayı belgelemek.*

*e) En az 6 ayı devamlı olmak üzere toplam 15 ay süreyle kamu yayın organlarının haber hizmetlerinde kamu hukuku statüsüne göre çalışmış olmak ve bu çalışmayı belgelemek.*

*(2) Yazar olarak istihdam edilenler ile bir fikir işçisiyle sınırlı olmak kaydıyla 22/5/2003 tarihli ve 4857 sayılı İş Kanununa göre engelli sayılan ve bu durumlarını usulüne uygun sağlık kurulu raporuyla belgeleyenler için birinci fıkrada belirtilen şartlar aranmaz (Resmi Gazete)*

Yerel medyada nitelikli eleman sorununa çözüm bulabilmek adına aynı zamanda iletişim fakültesi ve ilgili meslek yüksek okulu

mezunlarına istihdam sağlayabilmek için Basın İlan Kurumundan ilan almak isteyen yerel basın kuruluşlarında kadro verilme şartı getirilmektedir.

### **3.3. Resmi İlan Pastası, Ekonomik Eksiklik**

Matbaacıların gazete yayınlayarak gazetelerinin özellikle resmi kuruluşlar ile aralarında köprü görevi görmesi, bu doğrultuda iş yapma potansiyellerinin arttırması birçok matbaacıyı yerel medya yapmaya teşvik etmektedir. Bunun dışında gelir getirisinin az olması sebebiyle bu gazeteler Basın İlan Kurumu’ndan resmi ilan almak ve madden fayda sağlamak için gazetecilik faaliyetleri içerisine bulunmaktadır (Girgin 2009: 249). Yerel medya sayısının bu noktada çoğalmakta olması neredeyse tek gelir kaynağı olan resmi ilan gelirlerini azaltmaktadır (Kınsün, 2019: 58). Bu durum gerçek anlamda gazetecilik yapmak isteyen ve sektöre yeni dahil olan medya kuruluşlarını zorlamaktadır.

Resmi ilanların adil bir şekilde gazetelere dağıtılması amacıyla 1961 yılında, 195 sayılı Kanun ile kurulan Basın İlan Kurumunun, “Basın”, “Hükümet” ve “Tarafsızlar” olmak üzere üç grupta toplam 42 üyesi bulunmaktadır. Basın İlan Kurumunun İstanbul, Ankara, İzmir şubeleri aracılığıyla hizmet vermektedir. İlerleyen tarihlerde alınan genel kurul kararlarıyla ülke genelinde 81 İldeki şubeleri marifetiyle, resmi ilan ve reklamlara aracılık etmektedir. Böylelikle Basın İlan Kurumu yurdun dört bir köşesinde faaliyet gösteren yerel gazete, dergi, internet haber siteleri, televizyon ve radyolarına eşit ve adil bir şekilde ilan pastasından pay vermektedir. Böylelikle yerel basın ekonomik olarak yerel erklerden daha bağımsız yayın hayatını sürdürme şansı bulmaktadır. Bununla birlikte Basın İlan Kurumu’nun dağıttığı ilan paraları ne kadar yeterli gelmekte veya yerel basının, kurumdan ilan parası alabilmek için gerekli şartları sağlayıp sağlamadığı ayrı bir tartışma konusunu oluşturmaktadır.

Kurum, Türkiye genelinde resmi ilan ve reklam yayınlama hakkı bulunan 947 gazeteyi resmi ilan yayınlama hakkının devamı bakımından düzenli olarak denetlemektedir.



Resmi ilan ve reklamların yayınlanmasıyla basına sağlanan; özellikle yerel gazeteler için hayati öneme sahip kamu desteği, 2002’de 53,5 milyon lira iken 2022 yılında yaklaşık 778 milyon lirayı bulmaktadır. Resmi İlan Kurumu’nun on yıl içinde sağladığı destek on katından fazla artış göstermesine rağmen yerel medya imtiyaz sahipleri ve yerel medya çalışanlarının pek çoğu tarafından yeterli görülmemektedir.

<b>RESMİ İLAN TUTARLARI (2000-2022)</b>		
<b>Sıra</b>	<b>Yıllar</b>	<b>Resmi İlan Tutarı (₺)</b>
1.	2000	6.570.837,71
2.	2001	9.737.947,92
3.	2002	22.976.000,00
4.	2003	31.187.000,00
5.	2004	42.004.000,00
6.	2005	45.691.000,00
7.	2006	54.862.000,00
8.	2007	69.620.000,00
9.	2008	76.900.000,00
10.	2009	99.976.000,00
11.	2010	117.931.000,00
12.	2011	129.925.000,00
13.	2012	142.834.000,00
14.	2013	162.242.000,00
15.	2014	187.565.596,37
16.	2015	242.118.856,80
17.	2016	265.134.379,41
18.	2017	278.671.820,38
19.	2018	288.893.245,77
20.	2019	329.688.813,71
21.	2020	322.002.849,44
22.	2021	496.946.740,35
23.	2022	778. 699. 258,17
	<b>Toplam</b>	<b>4.202.178.346,03</b>

Görsel 1. BİK’in yıllar itibariyle ilan gelirlerini gösteren tablo  
(Kaynak: İlan.gov.tr)

Verilere bakıldığında 2018’de 1089 gazete, 834 dergi olmak üzere 1923 süreli yayına destek sağlayan BİK, 2022’de 947 gazete, 921 dergi olmak üzere 1868 yayına resmi ilan ödemesi yapmaktadır. Ödeme yapılan yayın kuruluşu sayısındaki azalmaya rağmen 2018’deki 76 milyon 900 bin liralık tutar, 2022’de 778 milyon lirayı aşması dikkat çekmektedir.



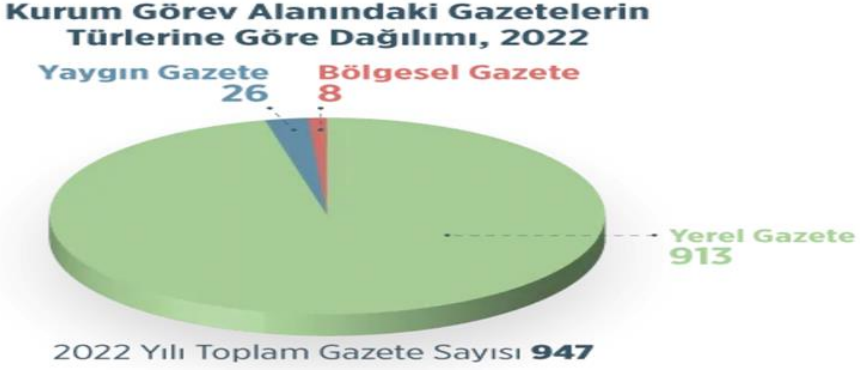
Görsel 2. 2018 - 2022 Yılları Yayınlanan Süreli Yayınların Adedi  
(Kaynak: İlan.gov.tr)

Yerel medyanın sorunları genel olarak şu başlıklar altında değerlendirilebilir. Medyada sorun olarak görünen pek çok şeyin temelinde ekonomik yetersizlikler gelmektedir. Özellikle ulusal (yaygın) medyanın reklam ve ilan gelirlerinin büyük bir bölümünü alması, tiraj olarak daha geniş kitlelere ulaşabiliyor olması yerel medyayı zora sokmaktadır. Yerelde faaliyet gösteren yazılı, işitsel, görsel ve internet siteleri yeteri kadar mali kaynak bulamamaktadır. Yerelde faaliyet gösteren kurum ve işletmelerin ise bütçeleri sınırlı

olduğu için yerel medyaya yeteri kadar ilan geliri sağlayamamaktadır. Ülke genelinde binlerce yerel medya kuruluşu olmasına karşın reklam gelirleri ulusal basının yanında çok küçük bir rakam olarak kalmaktadır. Hal böyle olunca yerel medyanın bağımsız ve özerk yayın yapabilmesi için kuvvetli bir sermayeye ve disipline sahip olması gerekmektedir. Bununla birlikte sorun olarak görünen kalifiye eleman sorunu ise özellikle son yıllarda sayıları giderek artan iletişim fakülteleriyle çözülmüş görünmekle birlikte genç mezunlara yaşamlarını idame ettirecek ücret ödenemeyince, kalifiye personel istihdamı yine ekonomik sorunlara dayanmaktadır. Aynı şekilde ekonomik zorluklar nedeniyle gerekli teknolojik alt yapı yatırımları yapılamamaktadır. Diğer taraftan Basın İlan Kurumu ilan verme şartlarının yeniden düzenleyerek dijital mecralarda yer alan haber sitelerinin sürdürülebilir olmasını zorlamaktadır. Mesleği habercilik olan ve gazetecilik etik ilke ve değerlerine gönülden bağlı olan gazeteler, gazeteciler, doğru, tarafsız, yeni, ilginç ve anlaşılabilir haber üretebilmek için çabalamaktadır. İnternet haber sitelerine getirilen günde on bin tıklanma ve en az ortalama bir dakika internet sayfasında kalma şartı, bazı internet haber sayfalarında tıklanma ve sayfada daha uzun kalma uğruna haberin öğelerinden uzaklaşmaya itmektedir. Özellikle haber başlıkları ile içeriğin tam olarak örtüşmediği görülmektedir. Örnek olarak; Kredi Yurtlar Kurumunun burs başvuruları belli oldu mu? gibi bir başlıkla ilgi çekmekte ama haberin içeriğine bakıldığında sayfada kalma süresini arttırmak için haber gereksiz şekilde fotoğraflarla ve ilgisiz metinlerle uzatılmaktadır. Haberin son sayfasına gelindiğinde ise burslar açıklandığı zaman sizlere bu sayfalardan yayınlayacağız denmektedir. Bu hayatta veya yayında kalma çabası olarak gözlemlenirken habere ve haberciliğe zarar verdiği düşünülmektedir.

Basın İlan Kurumu'nun 2022 yılı verilerine göre görev alanındaki 947 gazetenin 913'ünü yerel gazeteler oluşturmaktadır. Bunun 26'sı yaygın, 8'i ise bölgesel gazetelerdir. Yerel medyada faaliyet gösteren kuruluş sayısının bu kadar çok olmasına karşın tiraj

ve ilan gelirlerinin yaygın basın karşısında çok küçük rakamlardan ibaret olması da ilginç bir durum olarak gözlemlenmektedir.



Görsel 3. Kurumun Görev Alanındaki Gazetelerin Türlerine Göre Dağılımı  
(Kaynak: ilan.gov.tr)

### 3.4. Etik Değer Yoksunluğu

Yerel basın toplumsal bilincin oluşmasında ve demokrasinin gelişmesinde etkin rol oynamaktadır. Yerel basının sorunları etik çerçeveden ele alındığında haberde doğruluk ve dürüstlük ilkesinin - özellikle ekonomik bağımsızlığın korunamadığı zamanlarda- varlığını sürdürmek güçleşmektedir. Yazı dilinde yansıttığı üslup genellikle reklam ve propaganda ağına düşmüş yerel basının etik değer yoksunluğuna sahip olduğu göstermektedir. Ayrıca haber kaynaklarının tam anlamıyla araştırılmadan içerik üretilmesi yerel basının etik sorunlarına karşılık gelmektedir (Yılmaz, 2009:137).

Bunun yanı sıra 1 Şubat 2023 Resmî Gazete’de yayınlanan 32091 sayılı Basın İlan Kurumunun Yönetmeliğinin beşinci bölümünde Resmî İlan Yayımla Alakalı Gazete ve İnternet Haber Sitelerinin II. Bölüm Şartlar başlığı altında Asgari ziyaretçi trafik bilgileri kapsamında;

*MADDE 61- (1) İnternet haber sitelerinin günlük asgari ziyaretçi trafik bilgileri kategorilerine göre aşağıda verilmiştir:*

<b>Tablo-8</b>		
<b>Kategori</b>	<b>Tekil ziyaretçi sayısı</b>	<b>Sayfa görüntüleme sayısı</b>
<b>Genel Kategori</b>	500.000	1.500.000
<b>1. Kategori</b>	50.000	150.000
<b>2. Kategori</b>	30.000	90.000
<b>3. Kategori</b>	20.000	60.000
<b>4. Kategori</b>	10.000	30.000
<b>5. Kategori</b>	3.000	9.000

Görsel 6: Basın İlan Kurumu Yönetmeliği (Resmi Gazete, 2023)

Basın İlan Kurumu gerçek gazetecilerle diğerlerini ayırmak için yaptığı bu ve benzeri uygulamalar, haberciliği meslek edinmiş imtiyaz sahiplerini zorladığı görülmektedir. Gazeteciler sektörde tutunabilmek ve basın ilan kurumunun reklam pastasından pay alabilmek adına haberlerini çeşitli yollarla pazarlamaya çalışmaktadır. Özellikle tekil ziyaretçi sayısını yakalamak isteyen yerel medya kuruluşları haberlerini daha ilginç kılmak için sansasyonel haber başlıkları atmakta ama içerik okuyucuyu aynı oranda tatmin etmemektedir. Bu durum haber ve haberciler için ciddi bir sorun olarak görülmektedir.

## **Sonuç**

Sonuç olarak yerel basının önemi ve üstlenmiş olduğu görev toplumun her kesimi tarafından kabul ve takdir görmektedir. Bununla birlikte yerel medyanın yaşadığı sorunlara çözüm bulmakta zorluk çekilmektedir. Yerel basın, demokrasinin gelişmesi ve en küçük yerleşim yerlerine kadar kök salması için küçük ama en önemli dişlilerden biri gibi görev yapmaktadır. Diğer taraftan günümüz sosyal, ekonomik ve siyasal şartlardan ötürü yerel basın, ulusal basına göre nispeten özgüven sorunu yaşamaktadır. Bunun sonucunda yerel medyanın giderek daha da zayıfladığı ve kapanmaların yaşandığını yapılan araştırmalar göstermektedir. Yerel basının kendi değerinin farkında olmaması hem nitelik hem de nicelik açısından her geçen gün kötüye gitmektedir. Sayısal veriler açısından değerlendirildiğinde

yerel basın kuruluşlarının sayısının çokluğuna rağmen tirajlarda aynı oranda bir artış görünmemektedir (Özcan, 2019).

Yapılan bazı araştırmalarda, ülkemiz genelinde yerel basın kuruluşlarının büyük bir kısmının Basın İlan Kurumu’nun belirlediği şartları asgari ölçüde olacak kadar karşıladığını ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda yerel medya kuruluşlarının gazete sayıları açısından parçalanmış bir yapıda olduğu ve istenilen seviyede bölge insanına ulaşamadığı da gözlemlenmektedir. (Atçeken, 2018)

Türkiye’de yerel medyayı desteklemek için resmi ilanların daha iyi gazeteler çıkmasına bir destek olarak benimsenen işlevinin değiştiğini, pek çok yerel gazete için tek gelir kaynağına dönüştüğünü söylemek mümkündür. Tiraj ve fiili satışların gazetelerin beyanı esasına göre belirlenmesi nedeniyle, ortaya çıkan rakamların gerçekleri yansıtmadığı, gazetelerin beyan ettikleri sayının çok altında basıldığı ve bazılarının bölgelerindeki okuyucuya hiç ulaşmadığı bilinmektedir. Satış geliri, özel ilan ve reklam geliri artacak, gazetelerin resmi ilana bağımlılığı azalacaktır (Şeker, 2005).

Benzer sorunlarının yıllardır çok kez dile getirilmesine rağmen kalıcı çözümler bulunamaması, içeriğinde de dikkat çekici bir değişim olmaması yerel medyanın gelişmemesinde en önemli nedenler olarak değerlendirilmektedir.

### **Kaynakça**

- Arvas, İ. S. (2014). Türk Basınında Etik ve Öz Denetim, Beta Yayıncılık: İstanbul.
- Atçeken, K. (2018). “Resmi İlan Desteği ve Yerel Basın İlişkisi”. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (e-dergi), 1(2). s. 25-32.
- Aydeniz, H. (2007). “Tarihsel ve Literal Açından Yerel Gazetecilik”. S. Gezgin (ed.). içinde Türkiye’de Yerel Basın. (s. 1-27). İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: İstanbul.
- Bâb-1 Âli Tarihçesi. <http://www.istanbul.gov.tr/babiali-tarihcesi>  
Erişim Tarihi: 17 Aralık 2023

- BİK (Basın İlan Kurumu). (2018). [bik.gov.tr/kurumsal-haberler/basin-ilan-kurumu-2018-basin-calisanlari-istatistikleri](http://bik.gov.tr/kurumsal-haberler/basin-ilan-kurumu-2018-basin-calisanlari-istatistikleri), Erişim Tarihi: 15 Aralık 2023
- BİK (Basın İlan Kurumu). (2023). “Resmî İlan ve Resmî Reklam Alan Süreli Yayınlar Listesi”. Erişim Tarihi: 17 Aralık 2023
- Bülbül, A. R. (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çavuş, S. (2017). “Yerel Basının Sorunları Üzerine Tespitler: Aksaray Örneğinde Nitel Bir Araştırma”. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (4), s. 19-32.
- Çığ, Ü. (2007). “19. Yüzyılda Osmanlı’da Gazetecilik Hareketleri: Takvim-i Vekayı’dan Vilayet ve Özel Girişim Gazetelerine”. S. Gezgin (ed.). *İçinde Türkiye’de Yerel Basın*. (s. 29-46). İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: İstanbul.
- Dalgaldere, S. ve Çelik, R. (2014) *Yerel Gazetelerin Çalışan Sayısı ve Niteliği Bağlamında Hatay Yerel Basın Örneği*, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 11 Sayı: 26, s. 1-10
- Erdem, B. N. (2007). “12 Eylül İhtilali’nin Yerel Basının Haber Seçimleri Üzerinde Etkisi: Hakimiyet Gazetesi Örneği”. S. Gezgin (ed.). *İçinde Türkiye’de Yerel Basın*. (s. 211-242). İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: İstanbul.
- Erdinç, O. (2007). “Yerel Medyanın Tarihsel Gelişimi ve Geleceği”. S. Gezgin (ed.). *İçinde Türkiye’de Yerel Basın*. (s. 107-110). İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: İstanbul.
- Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik, İnkılap* Kitapevi:İstanbul.
- Girgin, A. (2009). *Türkiye’de Yerel Basın*, Der yayınları: İstanbul.
- Gürel, N. (2009). *Dünden Bugüne Babiâli, Heyamola Yayınları*: İstanbul.
- İlan.gov.tr, <https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe>, Erişim Tarihi: 5 Aralık 2022

<https://www.sanalbasin.com/canakkale-gazeteleri> Erişim Tarihi: 5 Aralık 2022

İnuğur, N. (1999). Basın Yayın Tarihi. İstanbul: Der Yayınları.

Karabay, N. (2000). Gazetecilik ve Haber (Kuramsal Bir Yaklaşımla). Meta Basım:İzmir.

Karagöz Kızılca, G. & Kızılca, F. K. (2022). Basın İlan Kurumu ve 2017-2021 Arasında Basına Verilen İlan Durdurma Cezaları. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (36), 6-33. DOI: 10.16878/gsuilet.1073008

Kayacan, İ. (1996). Basınımızın Anadolu Cephesi. Ankara: Ece Yayınları.

Kınsün, S. (2019). “Türkiye’de Yerel Basının Gelişimi, Sorunları ve Geleceğine Yönelik Öngörüler Bingöl Yerel Basın Örneği”. Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Marmara Üniversitesi.

Kurtbaş, İ. , Doğan, A. & Göker, G. (2009). YEREL MEDYA SORUNSALLARI VE SEKTÖR ÇALIŞANLARININ SORUNLARA BAKIŞLARI “ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ”. Erciyes İletişim Dergisi, 1 (2),- <https://dergipark.org.tr/pub/erciyesiletisim/issue/5861/77576> Erişim Tarihi: 15 Aralık 2023

Mısırlıoğlu, B. (2022) Yerel Medyada Etik Sorunlar: Çanakkale Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Medya ve Kültürel Çalışmalar Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale.

Nalcıoğlu, B. (2007). “Türkiye’de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Güncel Sorunları ve Çözüm Önerileri”. S. Gezgin (ed.). içinde Türkiye’de Yerel Basın. (s. 197-210). İstanbul, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları: İstanbul.

Özcan, A. (2019). Enformasyon Diyeti Olarak Yerel Habercilik. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 4 (1), 37-49. <https://dergipark.org.tr/pub/inifedergi/issue/46490/550965> Erişim Tarihi: 14 Aralık 2023



Patan, K. (2019) Yerel Basının Gündem Oluşturma Gücü: Yeşil Giresun Gazetesi Örneği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi. Erzurum.

Resmi Gazete,  
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/02/20230201-7.htm>, Erişim Tarihi: 17 Aralık 2023

Satr, A. (2020). Rüzgarlı Sokak. Barış Kitap: Ankara.

Şeker, M. (2005). Yerel Gazeteler ve Resmi İlan. Selçuk İletişim, 4 (1), 101-115.

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19012/200795> Erişim Tarihi: 15 Aralık 2023

Temel, M., Korkmaz, A., Korkmaz, A., Somuncu, B., Somuncu, B. ve Şilen, K. 2012. “Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması”. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9 (19), s. 125-157.

TÜİK, 2019. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya--Istatistikleri-2019-33620>, Erişim Tarihi: 17 Aralık 2023

TÜİK, 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yazili-Medya-ve-Uluslararası-Standart-Kitap-Numarası-Istatistikleri-2022-49423>, Erişim Tarihi: 17 Aralık 2023

Uçak, O. & Erkal, A. (2019). Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Yerel Basının Gelişim Süreci Selçuk İletişim, 12 (1), 92-122. DOI: 10.18094/josc.397938

Vural A M (2001) Toplumsal Gelişim Sürecinde Katkı Sağlayan Bir Araç Olarak Yerel Medya, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 11, 115-126.

Vural A. M. (1997.) Yerel Basın ve Kamuoyu, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Vural, A. M. (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları no: 607 Eskişehir 1999.

- Yılmaz, N. (2009). “Yerel Basının Etik Sorunları”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi 1(36), s. 131-143.
- Yirsutimur D. (2018). "Zonguldak İl Merkezi Gazeteleri 1923-1960", Researcher, c. 6, sayı. 2, ss. 65-97-<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2151499> Erişim Tarihi: 13 Aralık 2023

# ‘BEN, BİR BAŞKASIDIR’<sup>1</sup> - TAYFUN PİRSELİMOĞLU SİNEMASI’NDA KİMLİK İNŞASI

Gülseren DİNVAR<sup>2</sup>

## Giriş

Modernitenin önemli çıktılarında biri, on yedinci yüzyıl itibarıyla Avrupa’da değişmeye başlayan kültürel ortamla birlikte toplum bilincinin giderek aşınması, bireyin ve bireyselliğin öne çıkmasıdır. On sekizinci yüzyıl rasyonalizmi, aydınlanma düşüncesi etrafında sanayileşen, kentleşen, modernleşen ve bireyselleşen toplum yapısındaki değişim sanat alanındaki üretimi de büyük ölçüde etkilemiş, boyutlandırmıştır. Kendi gündelik yaşamıyla, kimliğiyle olan ilişkisi, modernitenin kurguladığı değerler sistemi etrafında derinleşmeye başlayan “birey”, özellikle yirminci yüzyıl sanatının temel meselelerinden birisi haline gelir. Biçimsel, estetik ve kavramsal özellikleri bakımından “sorgulayıcı”, “aykırı”, “norm dışı” olarak tarif edilebilen modern sanatın bireye/insana yaklaşımı, klasik dönemin sanat anlayışının aksine “ideal”, “kusursuz” “pürüzsüz” olanın dışındadır.

Modern bireylerin tarihsel süreç içerisinde elde ettiği sosyal hakların, özgürlüklerin, idealize edilen kazanımların sanat alanında eleştirel perspektiften yorumlanması bilhassa yirminci yüzyıl sanatının merkezini oluşturur. Resim, heykel, edebiyat, tiyatro, mimari gibi çeşitli sanat alanlarında kendini göstermeye başlayan modernist yaklaşım, yirminci yüzyılda üretimi yeni başlayan sinema sanatında da gecikmeden karşılığını bulur. Modernist kültür anlatılarında işlenen

---

<sup>1</sup>Fransız şair Arthur Rimbaud’un bir dizesinden ödünç alınarak kullanılmıştır. ‘Düşünüyorum.’ demek yanlış bir şey. ‘Beni düşünüyorlar.’ demeli. Sözcük oyunumu bağışlayın. Ben bir başkasıdır! (Rimbaud, 2008: 64-65).

<sup>2</sup> Araştırma Görevlisi Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, TV, Sinema Bölümü, [gulseren.dinvar@comu.edu.tr](mailto:gulseren.dinvar@comu.edu.tr),

ortak tema; “bireyin” sonlu yolculuğunda kim olduğunu bilme arzusu, toplumsal alanda kendi yolunu bulma kaygısı, var olma, kabul görme mücadelesi kısacası kendi varlığını kavrama, inşa etme, kimliğini yapılandırma sorunudur. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası varoluşçuluk akımının da etkisi altında şekillenen modernist sinemanın başat konuları, bireyin varoluş sorunu etrafında çerçevelendirilebilir. Modernizmin gölgesinde krize dönüşen kimlik inşası sinemada varoluşçu felsefenin izlekleriyle; yalnızlık, yabancılaşma, kaygı, hiçlik, anlam bunalımı, rastlantısallık, absürt vb. biçimde temsil edilir.

Modernizm dönemine ilişkin sosyolojik çıkarımları, fikir ve teorileriyle tanınan Antony Giddens gibi kuramcılar; moderniteyle birlikte toplumsal alandaki değişikliklerin bireylerin kim olacakları ve ne yapabilecekleri üzerindeki kontrol alanlarının değiştiğine sık sık işaret ederler. Bireyler yaşam yolunu şekillendirirken, yani başkalarıyla yaşamı ortaklık ilişkisi içerisinde deneyimlerken, ilişkilerini sürdürebilmek için karşılıklı bilgiye, güven ilişkisine sahip olmayı arzularlar (Giddens, 2013: 179). Genel olarak yirmi birinci yüzyılda modern birey, nispeten de olsa, varlığın -salt akılla değil- içsel duyularıyla ilişkisini derinleştirmiş, yaşam serüveninin sistematik yapılar tarafından belirlendiği yolundaki düşünceleri aşmaya başlamıştır (Giddens, 1991; Bauman, 2010).

Bir kimlik, köken arayışı ya da mevcut kimliğini yeniden yapılandırma çabası da Tayfun Pirseli moğ lu Sinemasının, sanatının vitrin konularından, dikkat çeken temel izleklerindendir. Pirseli moğ lu filmleri; üzerine giydirilen, zamanla yerleşip kalan kimlikleri terk etme arzusu içerisinde olan, her an bir başkası olmaya öykünen, kentin çeperlerinde yaşayan, öteki kimliğiyle özdeşleşmiş karakter yapılarıyla örülüdür. Yönetmenin de belirttiği gibi; aslında “kimlik dediğimiz şey, içimizde sakladığımız kimliklerin bir amalgamından, bir toplamından ibarettir. Amorf bir yapıdır” (Pirseli moğ lu Akt.Yücel, 2014). Pirseli moğ lu filmlerinde de neredeyse aynı kanı taşıyan, aynı sofradan beslenmiş, akraba karakterler üzerinden, çağla birlikte aktif olarak değişen bireyin toplumsal alandaki konumunu, varoluşunu

sorgulamaktadır. Gündelik yaşamında dilediği gibi yol alamayan, başka hayatlarda başka biri olduğunu düşleyen karakterlerin varoluş sancuları, çıkışsızlıkları, kurtuluş umudunun tükenmişliği Pirselimolu Sinemasının alameti farikası niteliğindedir.

Pirselimolu filmlerindeki karakterlerin kimlik yapılarının hangi izlekler üzerinden nasıl, temsil edildiğini araştıran bu çalışmada; felsefenin ve psikolojinin başvurduğu tanımlar üzerinden sosyolojik film çözümlemesi yapılacaktır. Bu bağlamdan hareketle örneklem filmler üzerinden; modernleşen dünyada kendi varlığına yabancılaşan, yalnızlığı derinleşen, sıklıkla tutarsızlıklar içerisinde temsil edilen, kendini absürt durumlara düşüren, benliğini aşmaya/ bir başkası olmaya çalışan, kaygı çukurundan çıkamayan ötekilerin varoluşsal-otantik kimliği deşifre edilmeye çalışılacaktır.

### **1. Kimlik ve Ontolojik Güvenlik İlişkisi**

İlk olarak 1960 yılında varoluşçu psikiyatrist Ronald David Laing tarafından *The Self and the Others* [Benlik ve Başkaları] adlı çalışmada kullanılan *Ontological Security* [Ontolojik Güvenlik] 1990'lı yıllar itibariyle Anthony Giddens tarafından sosyal bilimler alanına aktarılmıştır. Kendi döneminde en tanınmış psikiyatristlerinden biri olan Laing'in fikir ve teorileri günümüzde de çeşitli alanlardaki yazarları, film yönetmenlerini, sosyologları ve düşünürleri etkilemeye devam etmektedir. Laing, her ne kadar kendisi kabul etmese de bazı çevreler tarafından anti-psikiyatri olarak adlandırılan hareketin sembol ismi olarak değerlendirilmektedir. Laing, psikiyatristleri "sosyal kontrol ajanları", psikiyatri kurumlarını da "aşağılanma merkezleri" olarak yorumlayan fikirlerin mimarı olduğu doğrultusunda eleştirilse de sosyal bilimler alanına katkıları inkâr edilemez boyutlardadır (Widauer, 2021). "Ontolojik güvenlik/güveniksizlik" teorisi kavramsal, düşünsel derinliğiyle disiplinler arası pek çok bilimsel çalışmanın gözde konuları arasında olsa da özellikle uluslararası ilişkiler alanının ilgi gösterdiği konulardan biridir. Devletlerin de bir kimliğe sahip olduğu görüşünden hareket eden bu çalışmalar, ontolojik güvenlik teorisinin zamanla

bireyi aştığını, kapsamını genişlettiğini gösterir nitelikte ilerleme göstermektedir.

Mitzen, Giddens ve Laing’den hareketle ontolojik güvenliği; bir eylemlilik duygusunu gerçekleştirmek için kişinin kendisini zaman içinde bütün, sürekli bir kişi olarak -değişmek yerine var olarak- deneyimleme ihtiyacıdır şeklinde tanımlar (Mitzen, 2006: 342). Uluslararası çalışmalar alternatif fiziksel güvenlik durumlarında ontolojik güvenliğe ulaşma olasılığı ve özellikle de istikrarlı bir kimlik arayışının ontolojik güvenlik/fiziksel güvenliksizlik durumuna geçişe izin verip vermediği veya nasıl izin verdiği sorusu üzerinden şekillenmektedir (Rumelili, 2013; Mitzen, 2006). Üretilen araştırmaların büyük bölümünün bu bağlamlar üzerinden ilerlemekte olduğu söylenebilir. Genel olarak odaklanan çerçeve bireylerin, toplumların, devletlerin sosyal alanların, zamanın ruhunun genel kabuller etrafında benlik bilincini, kimlik inşa sürecini dizayn ederken başta fiziksel güvenliğine dair kendisini ne derece güvence altında hissettiğidir. Mitzen’e (2006) göre toplumsal normlar ve kültürel değerler de fiziksel güvenliğin tehditi ve güvencesi konusunda önemli bir pozisyon üstlenmektedir. Kimliklerin kendisi olabilme, kimliklerini özgürce şekillendirebilme imkanına erişimleri sosyal olgular, toplumsal dinamikler, kültürel etmenler, kurum ve formasyon yapılarından ayrı/kopuk değerlendirilemez.

Bireylerin ve toplulukların kültürü koruma ya da asimilasyona uğrama tehditi karşısındaki pozisyonları; tutarlılık, süreklilik, eğilimleri sergileyip sergilemedikleri üzerinden belli bir istikrara, geleceğe dönük yapısal düzenlemelere varılabilir. Keza Ontolojik Güvenlik kadar *Ontological Threat* [Ontolojik Tehdit] konusu da benzer biçimde ilerleyen pek çok çalışmanın araştırma konusu olarak dikkat çekmektedir (Leduc, 2020). Nitekim Roe’nun (2004) “güvenlikli kılmanın azınlık haklarının içsel bir koşulu olduğu” yönündeki argümanı halen tartışılrsa da ontolojik tehditler karşısında fiziksel ve ontolojik güvenliğin birlikte düşünülmesi gerektiği konusunu genel bir anlayışa dönüştürmüş durumdadır. Uluslararası ilişkiler alanındaki araştırmalar daha çok devletlerin/toplumların

kimliklerine ve toplumları oluşturan bireylerin öz benliklerinin güvenlik algılarını nasıl şekillendiğine odaklı çalışmalardır. Bu çalışmalar modern dönemde kitlesel kutuplaşmayla bağlantılı analizler ortaya koymasından önemli bulgular içermektedir.

Psikoloji, felsefe ve sosyoloji bilimleri ise Anthony Giddens paralelinde kimlik ve ontolojik güvenlik konusuna ayrı bir veçheden yaklaşmaktadır. Daha çok birey önceliğinde kimlik yapılarıyla, bireylerin varoluşsallığıyla ilgilenen çalışmalarda “ontolojik güvenlik”; dış çevredeki baskılara, zorlayıcı durumlara karşı fiziksel beden bütünlüğünün korumasının ötesinde anlamlar ifade etmektedir. Giddens gibi Bauman, ve Goffman gibi sosyal teorisyenler bireylerin kendileri hakkındaki görüşlerinin temellenmesinde ve tutarlı bir kimlik inşasının oluşabilmesi konusunda, ontolojik güven ihtiyacının önemine değinirler. Kimliğin oluşumunda güvenlik hissine dair birbirlerini destekleyici görüşler öne sürerler. Düşünürlerin kimlik inşasına ilişkin görüşlerinde; sadece fiziksel özelliklere atıfta bulunmadıkları aynı zamanda zihinsel, düşünsel, ruhsal olarak da bedenin ötesine bakılması gerekliliğine ilişkin vurgular belirgindir. Ontolojik güvenlik literatüründe benliği kimlikle birlikte değerlendirerek, ontolojik güvenliği kimliği korumaya ve şekillendirmeye dönük temel kaygılardan biri olarak değerlendirme eğilimi açıktır. (Giddens, 1991; Bauman, 2010)

“Ontolojik olarak güvende olmak, bilinçdışı ve pratik bilinç düzeyinde, bireyin biyografik anlatısını bilgilendiren temel varoluşsal sorulara “cevaplara” sahip olmaktır (Giddens, 1991: 47). Esasen ontolojik güvenlik, bireyin olumlu bir yaşam öyküsü yaratma becerisine duyduğu güvenle sağlanabilir. Yaşamın devamını, sürekliliğini koruma güdüsü fiziksel olarak başlasa da içsel süreçlerle desteklenir. Bu nedenle psikoloji ve felsefe alanları kimlik inşa süreçlerinde, sosyo-kültürel belirlenim alanları kadar doğuştan gelen, kişinin mizacına yönelik karakteristik özellikleriyle de ilgilenir. Kimlik araştırmalarında özdeşleşme, yabancılaşma gibi kavramlar da bireyin sosyal çevresiyle kurduğu güven ilişkilerinin, öz benliğine

yansımasını analiz etmek amaçlı başvuru önemli referans noktalarıdır.

## 2. Kavramsal olarak kimlik

Kimlik [identity] kavramsal olarak Latince özdeşlik/aynılık anlamını ifade eden *idem* sözcüğünden türetilmiştir (Gleason, 2014: 23). Kimlik ilk kez felsefe alanında kavramsal olarak tanımlanmıştır. Doğa filozofları tarafından özellikle Sokrates’in kendini tanısından başlayarak, Freud’a gelinceye kadar felsefenin en öncelikli sorunlarından biri olan kimlik her dönem farklı perspektifler üzerinden tanımlanmıştır (Gözübüyük Tamer, 2014: 83). Kimliğe ilişkin olarak ilk kavramsal tanımları İngiliz düşünür John Locke yapmıştır. Locke’a göre kimlik, bir idrak, hatırlama ve şuurluluk halidir. Felsefe alanında doğa filozoflarıyla başlayan kimlik soruşturması, Kierkegaard, Hume, Kant, Heidegger, Sartre, Caspers vb. gibi düşünürlerle değin yelpazesini genişleterek ilerlemiştir. Özellikle varoluşçu felsefe ekolü içerisinde değerlendirilen filozoflar varoluşa ilişkin çıkarımlarında varlığı; kimlik ve “özdeşlik” kavramıyla izah ederler. Özdeşlik terminolojik bağlamda karşılığı ise aynı/aynılıktır.

Kimlik kavramının en genel tanımını ortaya koyan Bozkurt Güvenç (1993: 3) kimliği; kişilerin ve çeşitli büyüklük ve nitelikteki toplumsal grupların “kimsiniz, kimlersiniz?” sorusuna verdikleri cevaplar bütünü olarak tanımlamaktadır. Budak’ın (2005: 447) tanımına göre ise kimlik; “benliğimiz konusunda dün, geçen yıl, ondan önceki yıl, vb. kimsek yine o olduğumuz yolundaki öznel bir bütünlük, tutarlılık ve süreklilik duygusu; “ben kimim?” sorusuna verdiğimiz başka herkesten ayrı, eşsiz bir insan olduğumuz yolundaki cevabımızdır.” şeklindedir. Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere kimlik, kişinin kendiliğine dair düşünüş biçimini dil düzeyinde aktarması, kendini tanıtırken başvurduğu ifadeler bütünü, varoluşsal sürekliliği ve bütünselliğinin toplamıdır. Günümüzde kimlik kavramını, sabit ve değişmez gören bu anlayışın aksine sürecin inşa sürecindeki farklılıklara da atıf yapılmakta olduğu gözlemlenebilmektedir. Özellikle varoluşçu felsefe içerisinde kimlik



kapalı bir devre olarak tamamlanmaz. Varoluşun bir gereği olarak benlik/kimlik donuk değildir, sürekli olarak akış halindedir. Kimlik, ben'e/benliğe içkindir asla yeknesak bir biçimde tanımlanamaz.

Sözelimi Anthony Giddens (1991), bireyin yaşam yolunu yönlendirirken, geleceğe dönük planlar yaparken sosyal bağlar içerisinde sürdürülebilir olduğundan emin olma arzusu üzerinde durur. Bireyin kim olduğuna, neyi başarabildiğine, neyi arzu ettiğine dair görüşlerinin ancak ontolojik bakımdan kendini tam anlamıyla güvende hissettiği koşulda sağlanabileceğini savunur. Giddens'a (1991: 38-39) göre 'temel güven' duygusu ontolojik güvenliğin de temelini oluşturmaktadır. "Gerçekliğin varoluşsal dayanaklarına"- ve her ne olursa olsun işlerin genellikle yolunda gireceğine dair umuda karşılık gelir. Benliğin ve sosyal kimliğin temel varoluşsal parametreleri de dahil olmak üzere; bireyin güvende hissetmesinin, doğal dünyasını daha açık dışavurması ve kimliğini yönlendirmesi bakımından zorunlu bir haldir (Giddens, 1991: 46). Ancak Giddens sosyal alanın, toplumsal çevrenin taleplerinin dönüştürücü, yönlendirici etkilerini de göz ardı etmez. Nitekim sosyal çevre faktörünün benlik üzerindeki etkileri psikoloji alanındaki sayısız çalışmanın güncel literatürde de ana araştırma konuları arasındadır.

Psikoloji alanında John Bowlby'in 1960'lı yıllarda öne sürdüğü ve geliştirdiği "bağlanma teorisi" de insan varlığının yavrusu ile ilk bakım veren arasındaki güven ilişkisinin nasıl tesis edildiği üzerine kurgulanmıştır. Bireylerin ilk güven ilişkilerine odaklı bağlanma teorisi ve bu teorinin kapsamına giren bağlanma biçimleri; psikoloji alanının çekiciliği yüksek, popüler konuları arasındadır. Bireyler için temel güven duygusu erken çocukluk döneminde temel bakım verenleriyle kurulan olumlu ilişkilerin bir sonucudur. "Keza öteki karşısında ontolojik güvenlik arayışı da içsel ontolojik güvenlik arayışıyla bir arada var olur ve güvenikleştirme/güveniksizleştirme süreçlerinden birlikte etkilenirler" (Rumelili, 2013: 65). Bağlanma teorisinin temel prensibi de bebek ve küçük çocukların hayat karşısındaki deneyimsizliklerinden dolayı, ebeveynlerine ya da temel bakım verenlerine karşı nasıl bir bağlılık geliştirdiklerine ilişkindir

(Yıldızhan, 2016). Teoriye göre, bağlanma biçiminin kurulumu bireyin benliğine ve dış dünyasına, başkalarına ilişkin güven duygusunu geliştirmesi noktasında kurucu rol üstlenmektedir. Başkalarıyla/ötekiyle ilk tanış ve güven ilişkisi kurma bebeklik döneminde başlar, büyüme ve erginleşme süreçleriyle devam eder. Zeminin nasıl tesis edildiği, bağlanmanın ilerleyen süreçlerdeki seyri dolayısıyla kimliğin başkaları karşısında nasıl konumlanacağını da etkilemektedir.

### **3. Kimlik inşası: Benlik ve özdeşleşme**

Kimliğe ilişkin araştırmalarda özdeşlik ve benlik arası ilişki; bireylerin/grupların kendi çevrelerine ve içsel dünyalarına ilişkin düşünceler silsilesinin tamamıdır. Bu nedenle felsefe, sosyoloji, etnoloji, antropoloji, siyaset bilimi vb. disiplinlerde kimlik kavramı üzerine kapsamlı araştırmalar yapılmaktadır. Kimlik kavramı kavramsal olarak benlik kavramıyla kimi zaman özdeş olarak da kullanıldığı için temel olarak psikolojinin ve felsefenin araştırma alanında tanımlanmaktadır. Kimlik konusuna dair derinlikli bilgiye erişilmesi gerektiğinde ‘benlik’ kavramı iyi pratik edilmiş ve kolay erişilebilir ve en yakından ilksel bir referans noktası haline gelmektedir. Kişinin öz benlik bilinci, diğer insanlar hakkındaki çıkarımlarında önemli bir rol oynamaktadır. Özbenlik hakkındaki bilgilerin, çözümlenmelerin öz farkındalıkla birlikte detaylandırılması ve derin bir işleme tabi olması, kaçınılmaz olarak başkalarının alınmasına, çözümlenmesine de imkan sağlar (Symons & Johnson, 1997). Kendini tanımlama noktasın “Ben kimim?” sorusuna verilen sağduyulu bir değerlendirme bireyin hem kendi varlığını tanımasına hem de benlik yapısını, kimliğini başkalarına doğru bir biçimde iletmesine yardımcı olur (Campbell, 1996). Gleason’a göre de “kimlik” kavramı sosyal bilimlerde temel olarak birey ve toplum arasındaki ilişkiden bahsetmek için 1950’li yıllarda yoğun olarak kullanılmaya başlanmış, “Ben kimim?” ve “Ben nereye aidim?” soruları etrafında şekillenmektedir (Gleason, 2006: 194).

Selçuk Budak’ın tanımıyla ‘benlik’, “en genel anlamıyla, kişinin kendini başka herkesten ve her şeyden ayrı, eşsiz bir bütünlük olarak

hissetmesi, bunun bilincinde olması ve bu şekilde bilincinde olunan tümel varlık” olması halidir (2005: 23). Özdeşlik ise; “bir şeyin kendisi ile aynı olması ve kendisinden başka bir şey olamaması... Bir şey neyse odur ve kendisinden başka bir şey olamaz” (Hançerlioğlu, 1993: 317) tanımı üzerinden ifade edilebilir. Bireyin kimliğinin büyük bir kısmı, şu anda kim olduğu ve neye değer verdiğiinden ibaret değil, aynı zamanda gelecekte ne olmayı arzuladığı ile de ilgili olduğu için, kendini tanımlayan ilişkiler sistemiyle teması da kapsar (Schwartz, 1992). Klasik sosyoloji alanında etkileşimcilik yaklaşımının önemli isimlerinden biri olan George Herbert Mead, self [benlik] kavramı üzerinden kişinin kendisiyle ve toplumla kurduğu ilişki üzerinden çözümler. Mead (2017) ‘benlik’ kavramının sosyal bağlamına odaklanarak, benliğin sosyal deneyim ve faaliyetlerin ve diğer bireylerle ilişkilerin bir sonucu olarak geliştiğini öne sürer. Mead’ın çalışmasında benlik kavramını bireyin kim olduğu üzerinden tarif eder, toplumun diğer bireyleriyle/başkalarıyla olan ilişkisi dahilinde sürekli olarak yeniden ve yeniden kurgulanan toplumsal bir inşa olduğu üzerinden kimliğin sosyal yönüne atıfta bulunur.

Kültürel araştırmalar ekolünün önemli kuramcılarında biri olan Stuart Hall’un kimlik yorumunda da toplumsal ve kültürel yapılar içerisinde özdeşleşme konusu bu bağlamda yer almaktadır. Hall’a (1998) göre; kültürel kimlikler, tarihsel ve kültürel söylemler içinde üretilmiş özdeşleşme noktalarıdır. Bir özden ziyade süreç içerisindeki konumlanışı ifade ederler. Hall çalışmalarında sık sık kültürel çalışmalar alanında üretilen çoğu zaman ihmal edilen; alt kültürel gruplara, etnisite, popüler kültür gibi pekçok konuya ışık tutarak “ötekinin” görünür olması konusunda alanyazınına önemli katkılar sağlamıştır.

Toplumsal düzlemde benlik; tarihten, coğrafyadan, biyolojiden, üretken ve üretmeye yönelik kurumlardan, kolektif hafızadan, kişisel fantezilerden, iktidar aygıtlarından ve dinsel vahiylerden etkilenecek oluşur (Castells, 2006: 14). Gündelik yaşam içerisinde de benliğimiz başkalarının davranışlarımıza verdiği geri bildirimler ve onlarla olan ilişkilerimiz doğrultusunda biçimlenmektedir (Bilgin, 2001: 56).

William James gibi faydacı kuramcılar da kimliğin belirleyicisi olan benlik yapısının inşa sürecinde iki aşamalı bir yapıdan varlığını temel alırlar. Bu görüşlere göre bireyler içinde yaşadıkları toplumun parçaları olarak öz benlikleri dışında toplumsal, sosyal bir kimlik de üstlenmektedirler.

1970’lerin ortalarına gelindiğinde Henri Tajfel ve John Turner II. Dünya Savaşı esnasında Fransa’da ve Almanya’daki esir kamplarında yaşamış oldukları deneyimlerden hareketle grup çatışmaları üzerinden kimliğin toplumsal düzeyde inşasına ve sürekliliğine dair araştırmalar yaparlar. Tajfel ve Turner benlik yapısının algısal ve bilişsel temellerini, grup üyeleriyle etkileşim, gruplar arası ilişkiler ekseninde araştırarak toplumsal/sosyal kimlik kuramını geliştirirler. Birlikte yürüttükleri bir dizi grup çalışmasıyla kimliğin toplumsal kurgusuna dikkat çekmeyi hedeflerler. Çevresel duyarlılığı, yakın ilişkilerde temel bir ilke olarak tanımlarlar. Başkalarının varlığı benliğin merkezidir. Temel tanımlayıcı özelliklerine katıldığı ve destekleyici tepkiler verdiği sosyal ortam kimliği çerçevesindedir (Clark ve Holmes, 2004: 223). Bireylerin bir benlik imajı/ideali olduğunda, benliklerine dair belirli bir izlenimi başkalarına aktarmak için motive olmaları kaçınılmaz olarak gelişir. Çünkü benliğin esas amacı ötekinin arzusunu kazanmaktır. Lacan’a göre de benlik, kimlik inşası ötekine muhtaçtır. Kimlik, ötekinin arzusunun nesnesi, öznesi olma girişimidir (Nasio, 2007).

Ötekinin arzusundan benlik inşasının belirmeye başladığı savını en yüksek sesle ortaya atan Lacan, Freud’un takipçisi olarak psikanalizm içerisinde yapısal dilbilim, antropoloji ve sosyolojiyle temaslarını güçlendirerek kimlik konusuna odaklanır. Sosyal bilimler sözlüklerinde ağırlıklı olarak “bizden olmayan” şeklinde tanımlanan “öteki”; bilinmeyen ve sınıflandırılmayan “şeylere” verilen genel bir addir (Aslan, 2018: 66). Lacan’a göre “benlik” kurgusal olarak dil tarafından inşa edilir. Dil öncesi dönemde -Lacan’ın değimiyle *The Mirror Stage*- Ayna Evresi dönem içerisinde- kendi imgesiyle aynada ilk kez karşılaşan bebek kendi benliğini, kimliğini keşfeder. Ancak bu karşılaşmada bütüne, birleşik bir bedene dair, bir yanlış tanıma

(méconnaissance) söz konusudur. Ayna evresi teorisiyle kendi psikanalizini ortaya koyan Lacan'a göre her kimlik bu nedenle bir yabancılaşmadır "Aynada kendi imgesini gören insan yavrusu, kendi yansımından yola çıkarak sürekli bir biçimde kendi kimliğini öteki (aynadaki yansıması, beni) üzerinden belirlemeye çalışır." (Erkan, 2019: 1438). Öyleyse kimlik, benlik bilinci başkalarıyla olan ilişkiler silsilesi, başkalarının arzuları, toplumsal beklentileri üzerinden şekillenir.

Temel prensibine, düşünsel yaklaşımına duyguları da dahil eden varoluşçu felsefe içerisinde de öteki ve kimlik konuları Varlık özelinde araştırılan temel konular arasındadır. Kierkegaard, Heidegger, Marcel, Jaspers, Sartre ve Nietzsche gibi önemli düşünürler gerçek anlamdaki varoluşun, benliğin ancak eylemde, davranışlar bütününe ortaya çıkacağını savunmaktadırlar. Ölüm, acı, kaygı, tedirginlik, korku gibi insanı belli bir olgunun sınırına götüren durumlarda varlığın gerçek benlik yapısı ortaya çıkar (Jaspers, 1997: 9).

Dıştan içe doğru şekillenen fiziksel, ontolojik güvenlik algısıyla şekillenen kimlik inşa süreçlerinde Varlığın var olma- kendi kimliğini dilediği gibi keşfetme potansiyelinde varoluşçu felsefenin ilgilendiği parametreler önemlidir. Yaşam koşullarının ve temel güvenliğin güvence altına alınması bireyin varoluş yolculuğunu keşfetme sürecine anlamlı katkılar sağlar. Sosyal talimatlar dizgesi; bireyleri toplumsal alanda kabul gören ideal biri olma zorunluluğuna hapsederek, kendi ve kendiliği dışında bir başkası olmaya, öyle davranmaya bir maskeyi üstlenmeye zorlamaktadır. Modern bireyin başkalarının beğenisini elde etmek amacıyla kayda değer bir çabanın içinde olmaları, toplumsal beklentilere cevap verebilme kaygılarını dizginleyememeleri, varoluşsal bakımdan sıkışmışlık hislerini ve ontolojik güven duygularını yönlendirmektedir.

#### **4. Yöntem**

Çalışmanın sorunsalı, Tayfun Pirseliimoğlu Sinemasında bireylerin kimlik inşalarına yön veren psikososyal unsurları; 'ontolojik

güvenlik’ eksikliği, toplumsal sıkışmışlık, yabancılaşma, özdeşleşme, başkaları ve başkalaşım üzerinden çözümlenmektedir. Tayfun Pirselimioğlu Sinemasında sıkça rastlanan varoluşsal bakımdan bunalımlı kimliklerin inşa edilme sürecinde toplumsalın rolünü saptamak, kendi öz benliğinden kurtulup başkasının yerini alma arzusunun altında yatan karmaşık, örüntülü durumun filmlerindeki izdüşümünü yorumlamak çalışmanın ana amacıdır. Kendi öz benliği ile sosyal kimliği arasında sıkışmış bireylere dair, bir deneyim imkânı tanıyan Pirselimioğlu Sinemasında *ölüm ve vicdan üçlemesi* olarak tanımlanan *Rıza* (2007), *Pus* (2009) ve *Saç* (2010) filmleri ve bir başkası olma arzusunun en somut örneğini sunan *Ben O Değilim* (2013) filmleri çalışmanın örneklem evrenini oluşturmaktadır.

Örneklem evreni amaçlı (yargısal) örnekleme tekniğiyle belirlenmiştir. Etnografya geleneği içerisinde ortaya çıkarak gelişim gösteren bu teknik, araştırmacıların ön bilgileri ve gözlemleri doğrultusunda, belli bir yargı çerçevesinde en yüksek bilgi verisi sağlayacağı düşünülen ögelere, araştırma kümelerine doğrudan yönelim gösterilmesi esasına dayanmaktadır (Patton, 2005: 32). Pek çok araştırmada olgu ve olayların doğrudan keşfedilmesinde, yorumlanmasında ve değerlendirilmesinde yararlı bir araştırma tekniğidir (Yıldırım ve Şimsek, 2013: 135). Bu nedenle amaçlı (yargısal) örnekleme tekniği çalışma kapsamını belirleme ve belli bir perspektif üzerinden kültürel bir metin olan sinema anlatılarını derinlemesine inceleme imkânı tanıdığı için, nitel sinema araştırmalarında sıklıkla tercih edilir.

Çalışmada Tayfun Pirselimioğlu Sinemasındaki *Ölüm ve Vicdan üçlemesi* ve *Ben O Değilim* filmleri üzerinden ortak niteliklere sahip kimlik yapıları; ontolojik güvenlik, kimlik, özdeşleşme, yabancılaşma temaları üzerinden sosyolojik film eleştirisi yöntemiyle çözümlenecektir. Filmleri sosyal ve sosyolojik ölçütlere göre değerlendiren bu eleştiri yöntemi teknik yapısını ve eleştiri mekaniğini sosyoloji biliminden almaktadır. Bu yöntemde sanat eserini üreten yaratıcının eser dışı fikirleri, kişisel zevkleri, eserin sanatsal ya da ticari başarısı eleştiri konusu haline dönüşmez. Bu teknikte

araştırmacılar “filmleri bir toplumun değer yargılarını, normlarını, ideallerini ve dünya görüşünü yansıtan birer kültür ürünü olarak” ele alırlar (Özden, 2004: 154). Sosyolojik film eleştirisi yöntemiyle; kimlik gibi sosyo- kültürel temasları olan kavramlara ilişkin, sinemadaki temsil sistemi derinlikli olarak incelenebilir. Çalışmada da örneklem filmler üzerinden karakterlerin kimliklerini yapılandırırken toplumsal çevreleriyle, başkalarıyla/ötekilerle nasıl bir ilişki geliştirmekte olduklarına ve bu ilişki biçiminin kimlikleri nasıl biçimlendirdiği üzerinde durulacaktır.

### **5. ‘Ben, Bir Başkasıdır’ Tayfun Pirseli moğlu Sinemasında Kimlik ve Ontolojik Güvenlik**

“ ‘Düşünüyorum.’ demek yanlış bir şey. ‘Beni düşünüyorlar.’ demeli. Sözcük oyunumu başışlayın. Ben, bir başkasıdır! ” (Rimbaud, 2008: 64-65). Ulusal sinema içerisinde kendine özgü kamera retorığı ve anlatı dili ile bağımsız sanat sineması geleneğı içerisinde saygın bir yer edinen Tayfun Pirseli moğlu’nun filmlerindeki karakterlerin kimlikleri, ateş hırsız/çocuk şair Arthur Rimbaud’un bu dizelerini anımsatan bir tasarımına sahiptirler. Filmlerdeki hemen her karakter başka sesleri konuşurlar, başkalarının ideallerine özenirler, kendi kimliklerini aşmak, bir başkası olmak isterler. Çünkü Rimbaud’ın ifade ettiğı gibi, ben’leri, benlik yapıları zaten bir başkasıdır. Birinin, bir başkasının yerine geçmesi teması ile ilgilendiğini saklamayan Pirseli moğlu’nun (akt. Cebenoyan, 2010: 90) eserlerinde; karakterlerin bir başkası üzerinden kendi kimliğini bulma sancıları, başka bir hayatın tasavvurunda geçen benlik arayışı; toplumsal sıkışmışlık, ontolojik güvensizlik, yabancılaşma gibi kavramlara ilişkin temas daima vitrinindedir.

Pirseli moğlu Sineması; olduğı/olageldiğı varlıktan memnuniyetsiz, kendi ruhuna hapsedilmişçesine bir başkası olmaya öykünen, bir başka hayatta başka biri olarak var olmaya çalışan karakterlerin varoluşsal sancılarının sinematik ifadeleriyle örülüdür. Yönetmen Pirseli moğlu entelektüel kapasite olarak sanatın pek çok alanına dönük üretim faaliyeti içerisinde. Resim, gravür, roman ve senaryo yazarlığının yanı sıra yönetmen kimliğiyle uluslararası sanat

camiası içerisinde tanınmaktadır. Roman ve filmlerinde kimlik kavramına odaklanan sanatçı, özellikle köksüzlük ya da bir köken arayışını yüksek oranda sanatının konusu haline getirir. Karakterlerin besleneceği kökü bulamama hallerine, betimsel olarak da resim olarak da kurgulanan mekân temsilleri eşlik eder. Karakterlerin benlik/kimlik yapılarının taşıyıcı kolonuna dönüşen mekânlar; genel itibariyle az ışık gören, izbe soğuk otel odaları, yuva olma özelliğini yitirmiş ya da bu özelliğe zaten hiç sahip olamamış küçük, derme çatma evlerden oluşur. Bu karakteristik mekân kullanımı, pek çok bakımdan ‘yoksun’, ‘özensiz’, ‘güvenliksiz’ mekânları kendisine sığınmak edinen kimliklerin hikâyelerine dair belirgin bir ipucudur. Söz konusu hikâyelerdeki çıkışsızlık, çürümüşlük, yoksunluk, yerini bulamama, debelenme ya da tümüyle boş verme halleri atmosferle birlikte daha derinleşir ve kimliği boyutlandırır.

## **6. Tayfun Pirseliimoğlu Sinemasında Anlatının Kimliği**

Tayfun Pirseliimoğlu, sinemasını “toplumsal ıstırabın sinemaya yansması” olarak nitelendirmektedir (Pirseliimoğlu, akt. Akbulut, 2011). Yönetmenin sinemasına ilişkin olarak yaptığı bu tanımlamanın izdüşümü, filmografisi içerisindeki hemen her filmi üzerinden izlenebilir durumdadır. Pirseliimoğlu, filmlerinde özellikle yaratmaya çalıştığı bu çileli duruma dair büyük çaba gösterdiğinden bahseder. Asli amacının “alt tabakadan/sistemin dışına itilen kimliklerin hayatlarını orta ya da üst tabakaya sunmak olduğunu, çünkü mutlu sonlara inanmadığını” (Pirseliimoğlu, akt. Akbulut, 2011) benzer ifadelerle başvurarak sık sık vurgular. Bu bilinçli yönelim nedeniyle Pirseliimoğlu’nun kamerası; mutlu bir sona bağlanmayan, başladığı noktada biten, çoğu zaman sadece değişimin arzusu ve çabasıyla sınırlı kalan, tekdüze, ıstırap dolu yaşamlara odaklıdır. Anlatıyı kuran ana eksen de varoluşçu yazarların eserlerinde sık rastlanan cinsten bir inşa yapısıyla; huzursuz, bunalımlı, “kazıdıkça altından ürkütücü bir suretin” (Yıldız, 2007) belirlediği kimlikler özelindedir.

Filmlerdeki karakterlerin kimlik inşaları da -tıpkı rutin hayatları gibi- olabildiğince yalın, heyecansız, sıradan, temposuz bir düzlemde ilerlerler. Yönetmen bu temposuzluğu, heyecan eksikliğini daha etkili



kılabilmek için hikayenin anlatım dilini aynı biçimsellikle tasarlamaktadır. Reji tercihlerinde ve görüntüleme stilinde hızı ve aksiyonu siler, hemen hemen hiç kamera hareketine yer vermez. Pirselimoğlu, ima yollu bir anlatım tekniği ile seyircisini karakterlerin sıkıntılarının ana noktaları, çeperleri hakkında daha derin düşünmeye zorlar. Karakterlerin benliklerinden fıskıran sıkıntılı hali, hayatlarına musallat olan bunalmışlığı seyircinin de özümsemesi için kamera, donuk bir çerçeveleme alanına adeta hapsedilir. Bu anlamda yönetmen, akışkan olmayan bir zamanlamaya dayalı kurgu dinamiği ve ses tasarımındaki minimize müzik kullanımıyla sanat sineması içerisinde özgün bir anlatı dilini takip etmektedir. Her şeyi mümkün merteye “sihirsiz, olduğu gibi salt gerçek haliyle sunmayı tercih etmesinin nedeni olarak da benimsediği basit kurulumdan bahseder. “Yapay bir hızın, doğal olmayan bir akışın hayatımızın tüm alanlarını kaplamakta” olduğu sık sık vurgu yapar. Bunun geçekliği manipüle eden, kırılması gereken bir durum olduğuna inandığını belirtir (Pirselimoğlu, akt. Karsan, 2011).

Çalışma kapsamındaki örneklem filmlerin tamamı da temsil yapısı itibariyle gündelik yaşam gerçekleriyle örtüşmektedir. Nitekim bu deneyime eşlik eden seyirci de devinimsiz sinematik gerçekliğe dahildir. Filmlerdeki karakterler gezinirken seyirci de “küçük tamirhanelerden, tornacıardan, kasvetli esnaf lokantalarından, daracık atölyelerden ve varoş ev içlerinden müteşekkil bir” (Bozkurt, 2022) kent görür. Ancak tıpkı hikâyelerini takip ettikleri sistem dışı/öteki, yoksul/yoksun kimlikteki karakterler gibi, seyirci de herhangi bir eylemsel müdahalede bulunamayacak kadar aciz bir konumdadır. Filmlerde kamera asla başka bir yöne hareket etmediği için, seyircinin de bakış açısını, sunulan donuk, ışıltısız hayattan başka bir yöne çevirmesi olanaksızdır. Seyirci de anlatıdaki duygusunun ortağı, paydaşıdır. En az filmin karakterleri kadar toplumsal sıkışmışlığı hissetmeye, duyumsamaya, empati kurmaya itilir. Hemen her Tayfun Pirselimoğlu filminde seyirci, öteki kimliğini sırtlanmış karakterlerin peşine takılıp, hikâyelerine eşlik etme deneyimiyle yüzleşmek zorunda bırakılır. Bu bakımdan “Pirselimoğlu için, sinema yapıtının

hakikati -referansı ya da malzemesi dışsal gerçeklik olsa bile inşa edilen dinamik bir gerçeklik olarak görülmelidir. Üstelik bu gerçeklik her seferinde yeniden oluşturulabilecek çeşitli okumalara ve yorumlara açıktır” (Büte, 2017: 6). Özellikle kameranın hareketsiz kullanımı, Pirselimioğlu filmlerindeki gerçekçi atmosferi desteklediği gibi, karakterlerin kimliklerinden ve toplumsal sıkışmışlıklarından bir an bile olsa kurtulamayacaklarına dair etkili, metaforik bir anlama ve anlatının özgün kimliğine dönüşür.

### **7. Tayfun Pirselimioğlu Sinemanda Mekânın Kimliği**

Yönetmenin tabiriyle “ölüm ve vicdan üçlemesi” olarak adlandırılan, şehrin periferisinde yaşamaya çalışan ötekilerin varoluşsal krizlerini konu edinen *Rıza, Pus, Saç ve Ben O Değilim* filmlerinde de toplumsal sıkışmışlık, yabancılaşma, ontolojik güvenlik ve kimlik arayışı yüzeyde görünen konular arasındadır. İncelikli temsil stratejileriyle örülü filmlerde; karakterlerin karamsarlıkları, umutsuzlukları, çıkışsızlıkları ortak temalardır. Karakterlerin içinde buldukları melankoli ve umutsuzluk halleri, kendi öz benliklerini arama çabaları yönetmenin her filminde ayrı ayrı dönem veya koşullara yaptığı alegorik göndermelerle bireyin bakış açısını, sesini, söylemini duyurmaktadır (Öncül, 2013: 435). Yönetmene göre filmlerindeki “karamsar” anlatım, toplumsal sıkışmışlığın kimlik inşasında ne denli belirgin bir rol üstlenmekte olduğuna dair etkili bir ifade alanı, önemli bir dışavurum aracıdır.

Bu bağlamda özellikle üçlemede, modernitenin bir sonucu olarak ortaya çıkan kentin insan ruhunda yarattığı karanlık noktaların izleri mekânın kimliği üzerinden de şekillendirilir. Işık ve atmosfer yaratımı da “en az filmin içine daldığı mekânlar/ruh halleri kadar donuk, boğucu ve kısırdir” (Bozkurt, 2022).Baştan sona seyirciyi de melankoliye sürükleyen his, sinematik evren kurulumuyla, filmlerdeki mekân betimlemeleriyle desteklenerek işlevsel kılınır. “Pirselimioğlu’nun karakterlerinin suratları da atmosferi aynalar, hatta pekiştirir. Onların suratları da karanlık mekânlar kadar yavan, ifadesiz ve kurudur” (Bozkurt, 2022). Dolayısıyla Pirselimioğlu filmlerinde

dikkat çeken bir başka öge de karakterlerin kimlik inşası konusunda ontolojik güvensizlik hislerini besleyen mekânların kimlikleridir.

Mekânsal kimlik kullanımının filmin hikâyesine ve karakterlerin kimlik inşalarına katkıları her filmde ortaktır. *Rıza*'da Küçükpazar, *Pus*'ta Altınşehir, *Saç*'ta Tarlabası, *Ben O Değilim* filminde Basmane karakterlerin meskûn mekânlarıdır. *Pus*'da ve *Rıza*'da periferi, *Saç*'ta ve *Ben O Değilim* filmlerinde kentin merkezine yerleşmiş sığınak noktaları mekân olarak kullanılır. Ucu bucağı görünmeyen uzun caddeler, araba sesleri, imalathaneler, mezbahalar, köprüler, otobanlar, dar sokaklar karakterlerin kimlik inşasına etki eden ve toplumsal sıkışmışlıklarını, ontolojik güvensizliklerini anlatan mekânlardır. Gerek İkitelli etrafındaki korsan film dükkânları, gerekse karakterlerin yemek yediği salaş lokantalar, Tarlabası'nın tekinsiz sokakları, izbe, varoş otel odaları ve lobi salonları seyirciye tüm karakterlerin yaşamakta oldukları bunalımların, bu mekânlara da sindiğinin, bu mekânları da biçimlendirdiğini göstermek amacıyla kullanılır. Mekânın kullanım pratiği öteki kimliğine dair ipuçları sağlar. Bu anlamda mekânın kimliği, bireyin kimliğinin kurucu bir parçasına dönüşür. "Evsizlik ve aidiyetsizlik hissi üçlemede tekinsizlik hallerine eklenerek kendisine bir varoluş biçimi arayan krize işaret eder" (Öncül, 2013: 437).

Ayrıca örneklem filmlerdeki mekânların temsili üzerinden, kimliklerin yaşadıkları varoluşsal sıkıntılarının yalnızca kentin dışına itilmeleri, kent hayatına ayak uyduramamaları olmadığı da anlatılır. Filmlerdeki asıl sorun ötekilerin daha en baştan, kentin, modern dünyanın da dışına itilmişlikleridir. Bu sebeple örneklem filmlerde ana karakterlerin kimlikleri, devamlı olarak toplumdan, sosyal hayattan izole olarak betimlenir. Akışın dışındadırlar. Özellikle üçlemedeki evsizlik; yersiz-yurtsuzluğun, kimsesizliğin, bir köken arayışının/köksüzlüğün, kim olduğunu bilemenin/kimlik bunalımının da alegorik anlatımı toplumsal izolasyonla sağlanır.

## 8. Tayfun Pirselimoğlu Sinemasında Karakterlerin Kimlik İnşası

Tayfun Pirselimoğlu filmlerinde anlatının kimlik yapısı kadar karakterlerin kimlik yapıları ve sıkıntılarının çeperleri de aynıdır. Pirselimoğlu filmlerindeki kimlikler toplum tarafından üzerlerine atanmış, onları sıkıştıran, kalıplaşmış toplumsal kimliklerini, rollerini geride bırakmak, değiştirmek, başkalaşmak arzusu içerisinde dirler. Örnekleme çerçevesine giren filmlerdeki karakterin tamamı, aynı torna tedrisattan çıkmış gibi benzer yaşamlar içerisinde benzer kaygıları, benzer ontolojik güvenlik kaygısını paylaşmaktadırlar. Bu kimlikler yaşadıkları hayatın her anından mutsuzdurlar, film boyunca mutlu olabildikleri ya da içten gülümsedikleri bir an bile yoktur.

Hayat standartları ve yaşadıkları çevre değerlendirildiğinde öteki olma haliyle ve kimliğiyle özdeşleşmiş izlenimi verirler. Ancak özdeşleştikleri bu kimliği aşmanın, başka bir hayat sürmenin başka biri olmanın da peşindedirler. Pirselimoğlu sinemasında karakterlerin kendi rutinlerinin dışına çıkmak istemeleri, yeni bir kimlik arayışına girmeleri, *başkalaşmaları* güçlü motivasyonlara bağlı olarak kurgulanmaz. Her şey olağan rutinde, bir anda; çatışmasız, tetiklenmesiz ya da ani bir aydınlanma olmaksızın kendiliğinden, kendi rutini içerisinde oluverir. Keza Tayfun Pirselimoğlu “sinemanın bir kısmının tesadüflerden/rastlantıdan” oluştuğunu belirtmektedir (Erdugan, 2021). Bu bakımdan söz konusu tercih karakterlerdeki birikmişliğin, demlenmişliğin göstergesi olabileceği gibi varoluşsal rastlantısallığın da göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Nitekim varoluşçu literatürde yazgı/kader kavramları yerini çoğu zaman rastlantısallığa bırakmaktadır. Varoluşçu düşünceyi benimseyen Fransız biyoloğu, düşünürü Jacques Monod (1997: 7) varlığın varoluşsal bakımdan sıçrayışında en büyük engelleyici güç olarak, kaderci bakış açlarına işaret eder. İnsanın kader varsa hiçbir zaman özgür olamayacağını, varlığın Tanrı’nın onun için ördüğu kozadan hiçbir zaman çıkamayacağını, dahası bir zorunluluklar dünyası içerisinde bocalayıp duracağını görüşünü paylaşır. Demokritos’un “Evrende var olan her şey rastlantı ve zorunluluk

ürünüdür” savından da yola çıkarak, varoluşa yönelik bir yazgının olmadığı, evrendeki oluşumun ise bir rastlantı ve zorunluluk olduğu düşüncesini öne sürer (Monod, 1997). Dolayısıyla filmlerdeki bu *başkalaşım* konusundaki belirsizliğin, motivasyon eksikliği gibi duran ‘boşluğun’, gerekçesizliğin nedeni rastlantı ve buna bağlı olarak gelen zorunluluk hali olarak da değerlendirilebilir. Pirselimioğlu Sinemasının varoluşçu felsefeye kurduğu temaslar dikkate alındığında; karakterlerin kimliklerini değiştirmek konusundaki motivasyonlarının kendi yazgılarına ve toplumsal kaderlerine bir tür meydan okuma girişimi, varoluşlarında bir atılım gerçekleştirmeye dönük cılız istemleri olduğu düşünülebilir. Filmlerin anlatı evrenlerine sinen rastlantı ve zorunluluk halleri de bu düşünceyi destekler niteliktedir.

Filmlerdeki karakterler asla dahil olmadıkları hayatları kimi zaman bir pencerenin arkasından (*Saç*), kimi zaman bir televizyon ekranından (*Rıza, Pus, Ben O Değilim*) kimi zamansa akan bir otoban trafiğinin kenarından (*Rıza, Pus*) şık, göz alıcı bir manzarayı izler gibi izlerler. Bu kimlik temsilleri sistemin dışına itilmiş olmanın değil, baştan hiç dahil olamamanın, hep ‘seyirci’ kalmanın itilmişliğini, ötekiliğini yaşamaktadırlar. Duvarın ötesine geçememe hali; bunalımı ve sıkıntının dehlizlerini daha da karanlık kılmaktadır. Üstelik toplumun dışında olmaları, ontolojik güvenlik eksikliklerini daha da yükseltir.

Örneklem filmlerin hepsinde baş roldeki erkek karakterler, hayata ve sevdikleri kadınlara karşı yenik ya da bir şekilde mağlup durumda olan, omega erkeklerdir. Hamdi, Reşat ve Nihat/Necip bilhassa erkek kimliğine atfedilen erkeklik hallerinden giderek uzaklaşan, toplumsal cinsiyet rollerinin dayatmalarından bunalan ve kendi sıkışmışlıklarını aşmaya çalışan kimlik yapılarına sahiptir. Örneklem filmlerdeki kadın karakter ise; toplum tarafından atanan rollerinin bilincinde olmasalar da tepkisel yönlerini kendi dünyalarının izin verdiği ölçüde hayatlarındaki erkeğe yansıtabilen, yine varoluşsal bunalımı yüksek, ontolojik güvensizliği ve toplumsal sıkışmışlığı yüksek dozda hisseden kimlik yapılarına sahiptir.

*Pus*’ ta Reşat küçük bir korsan DVD dükkânında, Türkan bir tekstil atölyesinde, Emin ise bir mezbahada çalışmaktadır. Hepsi bir yerde tıpkı Kamyon şoförü Rıza gibi benzer yazgıyı paylaşarak işsiz kalırlar. Çaresizlikleri daha da yükselir, bir umut kırıntısı bile olmadan var olmaya, yaşamda yollarını bulmaya çalışırlar. Kentte amaçsızca dolaşırlar. “Gezginliklerinde, sistemden istemlice kopmanın değil, sistemin altında ezilmenin ya da sistemin uzak uçlarında unutulmanın acısı” vardır (Bozkurt, 2022). *Saç* filminin Meryem’i Pirselimoglu filmlerindeki karakterler arasında en masum karakterden biridir. Filmin sonunda da sert bir kimlik dönüşümünden geçmeyen, yaşadığı onca sıkıntıya rağmen, masumiyetini muhafaza eder. Meryem’in Hamdi ve kocası Musa ile olan mesafeli ilişkisi, cinsellik bakımından da soğuk davranışları ile bakire Meryem Ana göndermesini akıllara getirir. Cinsel isteğinin olmaması daha çok yaşamın tüm zevklerinden mahrum bırakılmış olduğuna dair bir vurgudur. Meryem’in kocası Musa’nın ise, 800-1000 yıl yaşadığı söylenen Musa peygamber gibi ölümsüz bir tarafı vardır.

Rıza karakteri kısmen diğer filmlerdeki erkek karakterlere göre hayatın içine daha çok dahil olmuş izlenimini vermektedir. Yoksulluğundan ve vicdanından çırpınarak kurtulmaya çalışması da diğer karakterlerin kimlik yapılarından farklıdır. Rıza ne olursa olsun var olmaya, kendi benliğini ve ontolojik güvenliğini tesis etmeye çalışır. Kendisine atanmış toplumsal kimliğini reddederek asıl benliğine ulaşmak noktasında ciddi bir çabası, atılımı, verili kimliğe razı olmama, rıza göstermeme durumudur. Rıza’nın yaşadığı bu iç karmaşa, filmde klostrifobik bir anlatımla, farklı bir ritimle aktarılmıştır. Rıza’nın kendi benlik yapısıyla özdeşleştirdiği kamyonunun bulunduğu garajdan ayrılması, bir nevi kendini oluşturan benliğinden de sıyrılışını temsil etse de nereye giderse gitsin kendi özdeşliğinden kurtulamayacağı da katidir. Çünkü birey yaşam şartlarını değiştirip, dünyanın bir ucuna gitse dahi değişmez bir bütünlükle, aynı benlik yapısının kuşanmışlığı içerisindedir. Rıza da nereye giderse gitsin, kendi kimliğini oluşturan benlik yapısı ile

özdeşlik içerisinde ve mekânsal değişikliklere rağmen yine kendisidir ve yine aynı yoksun, sistem dışı, öteki kimliğinin sahibidir.

Aynı biçimde kimlik, özdeşlik ve ontolojik güvensizlik hissi *Pus* filminde de sıkça vurgulanır. İstanbul İkitelli’de korsan DVD işi yapan Reşat’ın bir anda korsan katile, filmin daha da ilerleyen bölümlerinde ise gerçek katile dönüşmesi varoluşsal kimliğinin süreklilik içerisinde inşa edilmesidir. Keza *Saç*’ta da peruk satan Hamdi, ismine rağmen durumuna pek hamd eden, güne şükürle başlayan birisi değildir. Çünkü ölümcül, vahim bir hastalığa yakalanmıştır. Kendi yazgısını bozmak, başka biri olarak başka bir yaşamda var olmak ister ama kendi özdeşliğini, kimliğini asla bırakamaz.

Zygmunt Bauman da modernist dönemde yaşanmakta olunan çileli sürecin ana kaynaklarından biri olarak ideal benlik ve gerçek benlik yapısı arasında oluşan karmaşaya dikkat çeker. Gerçek benliği ile ideal benliği arasında bir girdabının içine hapsolan kimliklerin, ontolojik güvenliklerini güvence altına almak ve kendi kimliklerini diledikleri gibi inşa etmek adına özgürlük alanlarının bir bölümünden ya da tamamından vazgeçmeleri zorunludur (Bauman, 2010: 118-119). Çünkü modern dünya düzeninde, hediye paketinin -ideal benlik yapısının- nasıl bir ambalaja sahip olduğu, hediye kendisi -kişinin gerçek benliği- kadar önemlidir. Kimlikler de sosyal etkileşim alanları içerisinde başkalarının arzularını kazanmaya adanmıştır. Pirselimoglu filmlerinde ötekilerin kendilerine yer bulma, kimlik edinme arayışları, kendilerini başkasının bakışında tamamlama arzusu, bu arzunun imkânsızlığını dışı vurmaktadır (Büte, 2017: 16).

Lacan’ın “ötekinin arzusundan inşa olmak” olarak ifade ettiği durum ideal benlik inşası ile de ilişkilidir. İdeal benlik/kimlik yapısı ile gerçek benlik/kimlik ne kadar uyum içerisindeyse üstlenilen rolün sürdürülmesi, üstlenilen personanın tutarlığı ve kesintisizliği o kadar sorunsuz gelişim gösterebilir. Bu maskeli kimlikler çeşitli ortamlarda, çeşitli amaçlarla, çeşitli roller oynamak durumunda kalan bireyler için birer alt benlik/alter ego haline gelebilir. Nitekim Pirselimoglu Sinemasında da karakterlerin *başka* biri olma istemleri asla sınıf kaynaklı değildir. Tamamen kimliğin yeniden inşasıyla,

*başkalaşmayla* ilişkidir. Örneğin *Ben O Değilim* filminde Nihat’ın kendi benliğinden kurtulması ve Necip haline dönüşmesi durumunda herhangi bir sınıfsal sıçramadan bahsedilemez. Nihat’ın Necip olmak istemesinin tek sebebi kendi kimliğinden/benliğinden/özdeşliğinden sıkılması, sıkışmış hissetmesidir. Nitekim bir başkasının, kendi ikizinin kaderini üstlenme hali filmin sonunda tırmanışa geçer.

Almanya, Fransa, Yunanistan ortak yapımı olarak, üçlemenin ardından gelen ilk film olan *Ben O Değilim* filminde, ontolojik güvenlik ve kendi benliğinden kurtulma, bir başkasının yerine geçme, bir başkası olmaya öykünme- temaları artık tümüyle merkezdedir. Toplumsal sıkışmışlık ve değişen kimlik teması bağlamında *Ben O Değilim* filmi, yönetmenin alameti farikası niteliğinde anlatı özellikleri gösterir. *Ben O Değilim* filminde işlenen ‘Doppelgänger’ kötü ikiz teması diğer filmlerden daha görünür, bariz bir *başkası* olma, kimliğini yeniden inşa etme anlatısıdır.

Almanca bir kelime olan Doppelgänger, doppel (double) çift, ganger (walker) yürüyen kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. 19. yüzyıl romantik-grotesk edebiyat içerisinde de rastlanan, insanın kendisine birebir benzeyen bir başkasıyla karşılaşmasını anlatan, ‘kötü-ikizi’ anlamında kullanılan öteki-ben veya alter-ego olarak görülebilecek önemli bir kavramdır. Doppelgänger kavramsal açıdan genişletilirse; ‘Sartre’in *başkaları*, Foucault’nun öteki, Derrida’nın *differance*, Lacan’ın *objet petit a*, Jung’un “*gölgesini gören insan*” ifadelerini de içine alan geniş bir ontolojik düşünce ağıyla ilişkilendirilebilir. Bu tema etrafında şekillenen kültür anlatılarında çifti ile karşılaşan bireyin iç hesaplaşması başlar. Gülünç, tuhaf, tekinsiz, ürkütücü, gerilim dolu bir savaş kendi ve kötü ikizi arasında gelişir. Kendi ben’iyle karşılaşmak, bir tür aynadaki ben ile karşılaşmak gibi hem özdeşleşme hem yabancılaşmayla sonuçlanır. Benlik hesaplaşması başlar. Kötü ikiz ben ve bir *başkası*dır.

*Ben O Değilim* filmi Nihat’ın mesai arkadaşı Ayşe’nin kocasına ikizi denecek kadar benzediğini fark etmesi ve yavaş yavaş bu adamın kimliğini üzerine giymesini, O olmasını konu edinir. Filmde birbiriyle aynı görünüme sahip iki adam vardır, ancak anlatı hikâyesi Nihat’ı,



başkası olmayı arzu edeni takip eder. Nihat özdeşleştiği kimliğinden/benliğinden, sıyrılıp bir başkası olmaya, Necip olmaya karar verir. Ontolojik güven eksiliğini, köksüzlüğünü, değersizliğini Necip'in kimliği üzerinden, Necip'in hayatını ele geçirerek gidermek ister. Duygusal ilişkilene, bağlılık edinmenin peşindedir. Özdeşleştiği kimlik yapısından kendisine yabancılaşarak kurtulmak, kendisine çok benzeyen bir başkasının hayatında başka biri olmak ister. Nihat kimliğini değiştirip Necip'in yerine geçer, ama yerine geçtiği adamın da zaten birkaç kimliği söz konusudur.

Filmde yerine geçilen Necip karakteri de Nihat üzerinden işlenir. Necip'in kendi kimliği filmin sonuna değin neredeyse hiç ortaya çıkmaz. Fakat onun kimliği yan karakterlerin bahislerinden az çok belirlemektedir. Necip, Nihat'ın naifliğine sahip değildir, yönetmenin tabiriyle 'ceberut, zorba bir adamdır' (Pirselimoğlu akt. Yücel, 2014). Karısı Ayşe'yi sürekli döver, sevgi ve şefkat göstermez. Erkeklik kimliğine dair 'alfa' olarak ifade edilen, erkeklik kodlarından en kötücül özellikleri barından kimlik Necip'in benliğine içkindir. Bir taraftan da kendi içerisinde dahi karmaşık, tutarsız bir toplumsal kimliğe sahiptir. "Kahvedeki arkadaşı görüp boynuna sarılırken, tersanedeki arkadaşı yüzüne tükürür. Herkesin başka türlü tanımladığı, başka türlü baktığı bir adamdır Necip" (Pirselimoğlu akt. Yücel, 2014).

Tayfun Pirselimoğlu, filme ilişkin iki dönüm noktasının önemine değinmektedir. Bu dönüm noktalarından ilki Nihat'ın kötü ikizi Necip'in gözlüğünü takması, diğeri ise ayakkabılarını giymesidir. Yönetmenin anlatımına göre; filmdeki bu başkasının ayakkabılarını giyme olayı, eski bir Kızılderili atasözü olan "Başkasının ayakkabılarını giyip bir mil yürümek" sözüne değin uzanmaktadır(Pirselimoğlu akt. Yücel, 2014). Bu atasözü ve başkasının ayakkabılarını giyme hali Batı'da da kalıplaşmış bir deyim olsa da Türkçedeki karşılığı, olayları başkasının gözünden görmek gibi bir anlama karşılık gelir. Nihat'ın, Necip'in gözlüğünü takması gibi onda olan bir dövme yaptırması durumu ise tam olarak, ben'in bir başkası olma halindeki kararlılığı, istikrarı, sürekliliği

nitelemektedir. Nitekim Nihat’a neden gözlük taktığı sorulduğunda, gözünün bozulduğu cevabını vermektedir. Bu cevap, gerçekten bir başkası olmayı kabullenip, O’na dönüştüğü ana tekabül eder. Nihat’ın “Benim gözüm bozuldu” cevabı, aslında “Ben O oldum” cevabı vermesinin bir başka yoludur. Bu sahne Nihat’ın kendi organlarına, bedenine dahi mesafe geliştirdiğinin, özdeş kimliğini geride bıraktığının, kendi öz kimliğine yabancılaştığının metaforik anlatımıdır.

Nihat özdeşleştiği kimliği, özünü, varlığını algılamak için de kendi kimliğinden uzaklaşır. Bir başkası gibi görünmek bir başkası olmayı, başkası gibi düşünmeyi, başka ilişkiler edinmeyi sağlasın ister. Varoluşçu felsefenin önemli düşünürü Sartre felsefesinde bu durum “eksiklik/noksanlık” olarak nitelendirilmektedir. Ona göre Varlık ‘kendisi-için-varlık’ ve ‘kendisinde-varlık’ olarak üzere ikiye ayrılır. ‘Kendinde- varlık’ olmadan ‘kendisi-için-varlık’ da olamaz. Yani kendine gelmeden, farkındalık edinmeden, sorgulama sürecini geride bırakmadan kendilik kimliği de şekillendiremez. Varlık felsefesi bir ‘özgürlük felsefesi’ olarak da tanımlanan Sartre’a göre insan özgürlüğe mahkum edilmiştir. Olmak istediği ama henüz olamadıklarıyla, olanaklar silsilesiyle kuşatılmıştır (Sartre, 2015). *Ben O Değilim* filminde de Nihat ‘kendinde-varlık olmadan Necip olmaya, başkası olmaya kalkıştığı için başarılı olamayacaktır. Nihat kendisiyle tanışmış, yüzleşmiş, tam anlamıyla özdeşleşmiş bir kimlik yapısına sahip değildir. Kendisinin de yabancıdır.

Tayfun Pirselimoglu filmlerinin tamamı karamsar, melankolik bir havayı teneffüs eder ve açık uçlu denebilecek sonlarıyla hiçbir mutluluğun yaşamda olabileceğine imkân tanımaz biçimde sonlanır. Hayatı ve dahil olmadıkları toplumu bir rötgenci/seyirci olarak izleyen ötekilerin sistem içerisinde en ufak şansları yoktur. Örneğin, *Saç* filminin Hamdi’si ölümü beklerken soğukkanlı ve metanetlidir. Bunun en önemli nedeni dükkânında sıkışmış bir hayattan başka hiçbir şeye sahip olmayışı, yaşama karşı isteminin olmamasıdır. Peruk dükkanı onun için dar bir tabuttan farksızdır. Ancak filmin sonunda Hamdi beklediği gibi yaşama veda etmez. Yine Tarlaşası’ndaki peruk

dükkanında, Brezilya müzikleri dinleyerek, asla dahil olamadığı - olamayacağı- bir hayatı izlemeye ve düşlemeye devam eder.

Sadece *Saç*'ın Hamdi'si ve Meryem'i değil *Pus*'un Reşat'ı, Emin'i, Türkan'ı, *Rıza* filminin Rıza'sı, *Ben O Değilim* filminin Nihat'ı, Ayşe'si son derece mutsuz bir hayatta, ontolojik güven eksiliği içerisinde, her gün kaldıkları yerden devam etme zorundalığı içerisinde bırakılır. Varoluşsal bunalımlarına, yabancılaşma ve toplumsal sıkışmış eşlik eder. Yaşama karşı en ufak bir istek duymazlar. Var olan cılız isteklerini de filmin hikaye kurulumu içerisinde yitirip giderler. Genel olarak örneklem evrenindeki tüm filmler, "Hayat yaşamaya değer mi, değmez mi?" (Camus, 2016: 9), 'insanın bu dünyadaki varlığı Sisifos'un varlığından farksız mıdır?' soruları etrafında geçen bir sonla yine başladıkları kısır, belirsiz, tekinsiz noktaya geri döner.

## 9. Değerlendirme ve Sonuç

Tayfun Pirseliimoğlu Sineması, genel olarak ötekilerin başka biri olma istemleri, kimlik inşası "*başkalaşım*", teması üzerinden varoluşçu düşünce ile temasları güçlü hikâyelere odaklanmaktadır. Pirseliimoğlu filmlerindeki kimlik temsilleri, toplumsal cinsiyet normlarına, etnisiteye göre değil, hayat standartlarının düşüklüğü ve derin bir mahrumiyet çerçevesinde biçimlendirilir. Buna rağmen anlatıların merkezini sınıfsal sorunlar değil, kimlik sorunları biçimlendirmektedir. Filmlerde toplumsal statü ve gelir durumu bakımından zayıf, doğuştan dezavantajlı bir çevrede doğduğu için alt kültürün doğal bir üyesi olan ötekilerin; özdeşlik içerisindeki benliklerini ve bu benliği çerçevelendiren koşulları aşma, yeniden var olma, görünür olma, yeni bir yaşam kurma kısacası bir başkası olma, başka dünyaları deneyimleme idealleri ortaklık göstermektedir. Modern kent hayatındaki varoluş yorgunu ötekiler üzerinden, kimlik ve köken arayışı, bir *başkası* olma, bir *başka* hayatta var olma arzuları konu edilir.

Çalışma özelinde örneklem çerçevesine alınan ve incelenen filmlerdeki karakterlerin tamamı, ekonomik olarak dar gelirlili ve 'alt

kültüre’ mensup, sistemin dışına itilmiş, yalnız, mutsuz, kendi özdeş benliğine dahi yabancılaşmış ötekilerdir. Filmlerin tamamında temel mesele; ‘alt kültürün’ mensubu oldukları ilk anda anlaşılan, yoksul, hayata tutunmaya çalışan, sevgi ve değer yoksunluğundan kendine dahi yabancılaşmış ötekilerdir. Bu nedenle filmlerde her ne kadar sınıfsal sorunlara ilişkin güçlü temsilelere rastlansa da kimlik/benlik, özdeşleşme, yabancılaşma, ontolojik güvenlik eksikliği, toplumsal sıkışmışlık ve bir *başkası* olma/ başkalaşım ana hikâyelerin aksını kuran ortak temalardır.

Pirselimoğlu’nun tüm filmleri; temaları, karakterleri sinematografileri, atmosfer ve mekân yaratımlarıyla kendi aralarında benzer özellikler sergilediği için ‘akraba’ filmler kategorisinde değerlendirilebilir. Keza örneklem evrendeki filmlerin de karakter kimliklerinin aralarındaki kan ve doku uyumu açıkça görülebilmektedir. Tanımadığı insanları takip eden, onların kaderini üstlen, ismini/kıyafetini sahiplenen, peruğunu/gözlüğünü takan, dövmesini yaptıran kısaca kendi hayatı dışında başka bir hayatı deneyimleme arzusu taşıyan öteki kimliğiyle tüm filmlerde karşılaşmıştır. Filmlerin ana izlekleri bir arayışlar silsilesine dayanmaktadır. Hayatı hep uzaktan seyretmek durumunda kalan sistem dışı ötekiler; derin çaresizlikler, varoluşsal krizler, hayatlarından, kendiliklerinden kurtulma istemiyle beyhude bir çabaya kalkışırlar. Bir köken, yer-yurt ve kimlik arayışına girişirler. Ancak başarı gösteremezler. Kimliklerinden, özdeşliklerinden kurtulamazlar, toplumsal sıkışmışlıklarını aşamazlar. Çünkü kendi benlik yapılarıyla, öteki kimlikleriyle özdeşleşmişlerdir.

Filmlerin genel anlatı ritmi, ötekilerin toplumsal alandaki sıkışmışlıklarını, ontolojik güvensizlik durumlarını, mahrumiyetlerini, maddi ve manevi yoksunluklarını desteklemek amaçlı durağan bir yapıda tasarlanmıştır. Tayfun Pirselimoğlu’nun kamera hareketine bilinçli olarak yer vermemesi, filmlerdeki matem duygusunu, hayatın durağanlığını, sabitliğini, kendi ben’inin dışına çıkmanın mümkün olmayışını yükseltici bir etki yaratmaktadır. Kameranın donuk anlatımı filmlerdeki hayatları, kimlikleri de dondurmaktadır. Aynı

zamanda bu anlatım stili, anlatılardaki olayların gerçekçilik düzeyini de önemli ölçüde yükseltmektedir.

Filmlerde kullanılan mekânlar da karakterlerin kimlik yapılarıyla paralellik gösteren, kendi mekânsal kimlik yapılarıyla dikkat çeken bir tasarım diline sahiptir. Nitekim mekânların da kimlikleri kentin periferisindeki öteki alanlarla özdeşleşmiştir. Bu bakımdan kullanılan mekânların kimliği öteki kimliğinin temsiline dair güçlü bir anlatı unsuru olarak tespit edilmiştir. Her filmde dikkat çeken mekânların özgün kimliği; karakterin öteki kimliğine eklenen, kimi zaman öteki kimliğini yeniden inşa eden, yönlendiren baskın bir temsil aracı olarak kullanılmıştır. Kimliklerin mekânla olan ilişkisi, ontolojik güvensizlik, toplumsal sıkışmışlık etrafında hislerini yükseltir. Giderek kendi benliklerinin de dışına sürüklenen kimlikler, kendi özdeşliklerine/ kimliklerine de yabancılaşır.

Filmlerde belirgin biçimde ortak olan bir başka unsur da sistemin dışında, duvarın arkasında kalmış, duvarı hiç aşmamış ve aşma umudu olmayan kimliklerin hikâyelerinin başladığı noktaya geri dönmesidir. Mutluluk, huzur, başka biri olma, başka bir yaşamda başka biri olarak var olma umudu giderek zayıflar ve genellikle tükenir. Filmlerde hikâyesi takip edilen tüm karakterler; hayatın onlara iyi olma fırsatı tanımadığı, toplum tarafından giderek daha da dışlanan, hor görü ile karşılanan, toplumsal sıkışmışlığı, ontolojik güvensizliği sonuna dek hisseden izole hayatların ötekileridir. Kendi öz benliğinden, atanmış verili kimliğinden kurtulmak isteyen ötekiler; bir başkasının yerine geçen, kılığına giren, peruğunu/gözlüğünü takan, yemek masasına oturan kimlikler olarak betimlenir. Hayata bir şekilde tutunamamış, yardımsız kalmış kimlikler; giderek yalnızlaşan, sessizleşen, zaman zaman suça yönelen ve masumiyetlerini yitirerek 'kötülüğün sıradanlığı'na teslim olan çaresiz ötekiler olarak temsil edilirler.

Bu bağlamda Tayfun Pirselimoglu Sinemasının ana eksenini oluşturan köken, kimlik arayışı; toplumsal hayatta var olan ontolojik güvensizliğin, toplumsal sıkışmışlığın yoksul/yoksun ötekiler üzerindeki tezahürleridir. Filmlerde temsil edilen tüm kimlikler; suçlu-

suçsuz, iyi-kötü, vicdanlı-vicdansız olma ikilemleri arasında sıkışmışlardır. İyilikten kötülüğe, erdemden günaha, güçten zayıflığa her şey vardır bu kimlik yapısının harcında. Kimliklerin kendi kimliklerinin yeniden inşa etme sürecinde, toplumsal alanın rolü yönetmenin sinemasında çok belirgin bir etkinlik alanına sahiptir. Sistem dışı ötekilerin; kendi öz benlikleri ile verili kimlikleri arasında sıkışarak, toplumsal rollerinden kurtulma dürtüleri, Pirselimioğlu Sineması’nda kimlik arayışı teması ile birlikte işlenir. İncelenen örneklem filmlerde, *başka* bir kimlik edinmenin inşası içsel çatışmalar, toplumla mücadeleler üzerinden aktarılmaktadır. Kendi kendiliğini algılamak isteyen bireyin öz benlik bilinci, bir başkası üzerinden, bir başkasının bakışı, görüşü, değerlendirmesi üzerinden şekillenir. Ben denen kurgunun içinde hep bir başkaları gizlidir.

Pirselimioğlu Sineması “önü alınamaz bir biçimde büyüyen, büyüdükçe daha çok iştahlanan” kapitalist endüstriler altındaki modern kentlerin “yutmaya çalıştığı hayatların”, (Pirselimioğlu Akt. Karsan, 2011). kimsesizliğin, yardımsız kalma halinin, yoksunluğun, kimliksizliğin, dev ontolojik arayışların projeksiyon anlatısıdır. Pirselimioğlu Sineması estetik dışı mekânların, kimsesizlerin, yerini bulamayanların, hep bir başkası olmaya özenenlerin, ben’ini bulamayanların, ben’inden kurtulamayanların, başkalarının ve ötekilerin sinemasıdır.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, K. K. (2011). *Tayfun Pirselimioğlu ile Söyleşi “Mutlu Sonlara inanan biri değilim”*. HayalPerdesi. <https://www.hayalperdesi.net/soylesi/43-mutlu-sonlara-inanan-biri-degilim.aspx> (Erişim tarihi:03.12.2023)
- Aslan, M. ( 2018). Türk Sinemasında Öteki Karakter: Üçüncü Sayfa Filminde Ötekilik, Adnan Menderes University, *Journal of Institute of Social Sciences*, Vol.:5, No: 2 s.65 – 76.
- Bauman, Z. (2010). *Sosyolojik Düşünmek*. Çev. A. Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, N. (2001). *İnsan İlişkileri ve Kimlik*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Bozkurt, A. (2022). “Saç: Sistemin Uzak Uçlarında”. Altyazı Dergisi <https://altyazi.net/yazilar/elestiriler/sac-sistemin-uzak-ucularinda/> (Erişim tarihi:05.12.2023)
- Budak, S. (2005). Psikoloji Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Bütev, S. (2017). Ben O Değilim filminde başkası'nın varoluşçu görüntüsü, *SineFilozofi Dergisi*, Cilt 2: Sayı:3 s.3-34.
- Campbell, D. (1992). Writing security: United States foreign policy and the politics of identity. U of Minnesota Press.
- Camus, A. (2016). Sisifos Söyleni, Çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Can Yayınları.
- Castells, M. (2006). Kimliğin Gücü, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cebenoyan, C. (2010). “Söyleşi: Tayfun Pirselimoglu” Mithat Alam Film Merkezi Söyleşi ve Panel Yıllığı (ed) Nil Perçinler. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Erdoğan, M. (2021). “Tekinsiz hikayelerin usta yönetmeni; Tayfun Pirselimoglu”, INDEPENDENT Türkçe, <https://www.indyurk.com/node/423861/turkiyeden-sesler/tekinsiz-hikayelerin-usta-yonetmeni-tayfun-pirselimoglu> (Erişim tarihi:05.12.2023)
- Erkan, Ü. (2019). Lacan'da öznenin kurulumu ve ötekinin inşası: Psikanaliz ve oryantalizm. *Journal Of Turkish Studies*. 14(3), 1425 - 1440. 10.29228/TurkishStudies.2274.
- Giddens, A. (1991). Modernity and Self-Identity: Self And Society in The Late Modern Age. New York: Polity Press.
- Giddens, A. (2013). Sosyolojik Yöntemin Yeni Kuralları. Çev. Ümit Tatlıcan & B. Balkız, Bursa: Sentez.
- Gleason P. (2014). “Kimliği Tanımlamak: Semantik Bir Tarih”, Çev. F. Mollaer, Kimlik Politikaları: Tanınma, Özdeşlik ve Farklılık, içinde ed. F. Mollaer, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

- Gleason P.(2006). “Identifying Identity”, B. Ashcroft, G. Griffiths ve H. Tiffin (Der.) içinde, *The post-colonial studies reader* (2nd Edition). Oxford: Routledge.
- Güvenç B. (1995).*Türk Kimliği*, 3. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hall, S. (1998). *Kültürel Kimlik ve Diaspora, Kimlik-Topluluk/Kültür/Farklılık*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Hançerlioğlu, O. (1993). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.
- Jaspers, K.(1997). *Felsefe Nedir*. Çev. İsmet Zeki Eyyüboğlu. İstanbul : Say Yayınları.
- Karsan, K. (2011). Röportaj: Tayfun Pirselimoglu - Saç, <http://eksisinema.com/roportaj-tayfun-pirselimoglu-sac/> (Erişim Tarihi: 04.11.2023)
- Leduc, R. (2020). The ontological threat of foreign fighters. *European Journal of international Relations*, 27(1), 127-149. <https://doi.org/10.1177/1354066120948122>
- Mead, G. H.(2017). *Zihin, Benlik ve Toplum*. Çev. Y. Erdem. Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Mitzen, J. (2006). Ontological security in world politics: State identity and the security dilemma. *European journal of international relations*, 12(3), 341-370. <https://doi.org/10.1177/1354066106067346>
- Monod, J. 1997). *Rastlantı ve Zorunluluk*. Çev. Vehbi Hacıkadroğlu, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Nasio, J. D. (2007). *Lacan’ın Kuramı Üzerine Beş Ders*. Çev. Özge Erşen, Murat Erşen. Ankara: İmge Kitap.
- Öncül, D. Ö., (2013). “*Tayfun Pirselimoglu Üçlemesinde Mekân ve Kimlik: Rıza (2007), Pus (2009) Ve Saç (2010)*”. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.
- Özden, Z. (2004). *Film Eleştirisi: Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi*. İstanbul: İmge.



- Öztürk, Y. (2007). Tarih ve kimlik. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*. Cilt: 2 Sayı: 1, s.1-25.
- Patton, M. Q. (2005). *Qualitative Research*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Pessoa F. (2015). *Başboş Bir Yolculuktan Notlar*. Çev. Işık Ergüden, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Reis, H. T., Clark, M. S., & Holmes, J. G. (2004). Perceived Partner Responsiveness as an Organizing Construct in the Study of Intimacy and Closeness. In D. J. Mashek & A. P. Aron (Eds.), *Handbook of closeness and intimacy* (pp. 201–225). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Rimbaud, A.,(2008). *Ben Bir Başkasıdır*. Çev. Ö. İnce, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Roe, P. (2004). Securitization and minority rights: Conditions of desecuritization. *Security dialogue*, 35(3), 279-294.
- Rumelili, B. (2013). identity and desecuritisation: the pitfalls of conflating ontological and physical security. *Journal of international Relations and Development*, 18(1), 52-74. <https://doi.org/10.1057/jird.2013.22>
- Sartre J. P.( 2011). *Varlık ve Hiçlik, Fenomenolojik Ontoloji Denemesi*. Çev. T. Ilgaz-G. Ç. Eksen. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Sartre, J.P. (2015). *Varoluşçuluk*. Çev. Asım Bezirci, İstanbul: Say Yayınları.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25, pp. 1–65). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Symons, C. S., & Johnson, B. T. (1997). The self-reference effect in memory: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 121(3), 371–394. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.121.3.371>
- Tamer, M. G. (2014). “Kimlik/lerin seyrine bir keşif”. *Folklor/Edebiyat*, 20(77), 83-99.

- Widauer, J. (2021). *Talent and identity: a hermeneutic exploration of employee perspectives*. United Kingdom: Sheffield Hallam University.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara:SeçkinYayıncılık.
- Yıldız, R. (2007). *Tayfun Pirselimoglu ile Söyleşi*.  
[http://www.tiyatro.net/roportaj/36/tayfun\\_pirselimoglu.html](http://www.tiyatro.net/roportaj/36/tayfun_pirselimoglu.html)  
(Erişim Tarihi:01.12.2023)
- Yıldızhan E. (2016). Attachment theory and a glance at attachment disorders. *Anadolu Klin.* 22(1):66-72.
- Yücel, F. (2014). “*Tayfun Pirselimoglu ’yla ‘Ben O Değilim’ Üzerine Söyleşi*”. *Altyazı Sinema Dergisi*, Eylül Sayısı, İstanbul  
<https://altyazi.net/soylesiler/tayfun-pirselimogluyla-ben-o-degilim-uzerine/> (Erişim tarihi: 25.11.2023)

# TÜRKİYE'DE SOSYAL MEDYA KANUNU'NA YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Zeynep AYER ÖZTOK<sup>1</sup>

## Giriş

Günümüzde sosyal medya, iletişimden kültürel değişime kadar geniş bir yelpazede etki yaratmıştır. Günlük hayatta neredeyse her alanda kullanılan sosyal medyanın akademik dünyada gördüğü yoğun ilgi, bu platformların hayatımızdaki rolünü daha derinlemesine anlama arzusunu göstermektedir. Sosyal medyanın evrimi ve kullanıcı davranışlarının sürekli değişimi, araştırmacıları bu alandaki çalışmaları güncelleme ve genişletme ihtiyacıyla karşı karşıya bırakmaktadır (Boyd, 2010: 115-116).

Sosyal medya, günümüzde hayatımızın adeta ayrılmaz bir parçası haline gelerek iletişimden kültürel değişime kadar pek çok alanda etkili olmuştur. Özellikle Türkiye gibi, bu alandaki yasal düzenlemelerin yeni uygulanmaya başladığı coğrafyalarda, Sosyal Medya Kanunu'nun etkisi, akademik dünya ve iş insanları tarafından yoğun bir şekilde incelenmektedir (Keleş, 2023). Bu düzenleme, akademisyenlerin ve araştırmacıların ilgi odağı haline gelmiş, farklı disiplinlerden gelen uzmanlar, kanunun psikolojik, sosyolojik, iletişimsel ve hukuki boyutlarını inceleyerek derinlemesine analizler yapmaya başlamıştır.

Sosyal medya ile ilgili yeni düzenlemelerin, iletişim özgürlüğü, kullanıcı deneyimi ve platformların işleyişi üzerindeki etkilerini anlamak için yapılan araştırmalar, akademik dünyanın yanı sıra ilgili endüstrilere de büyük katkı sağlamaktadır. Sosyal medya kanunlarına ilişkin yapılan bu çalışmalar, politika belirleme süreçlerinde önemli bir

---

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, [zeynepayer@comu.edu.tr](mailto:zeynepayer@comu.edu.tr)

rehberlik sunmakta ve bu platformların bugünkü ve gelecekteki rolünü anlamak adına kritik bir kaynak olarak işlev görmektedir (Napoli, 2019: 240-241). Araştırmaların odaklandığı noktalar, platformların insan davranışları üzerindeki etkisi, iletişim dinamikleri ve bilgi akışı gibi konuları içerirken, Türkiye’deki sosyal medya düzenlemelerinin geniş kapsamlı etkileri üzerine yapılan çalışmaların önemli bir çıkış noktası olduğu da belirtilmelidir.

Sosyal medya, günümüz iletişim ve bilgi alışverişi ortamının merkezinde yer alarak, hayatımızın hemen her alanında etkili bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın kullanımı ve bu alana yönelik düzenlemeler hem bireylerin günlük yaşamını şekillendirmekte hem de toplumsal dinamiklerde önemli değişikliklere yol açmaktadır (Bozkurt, 2018: 409-410). Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu gibi spesifik bir düzenlemenin ortaya konulması ise bu dinamiklerin bir yansıması olarak dikkat çekmektedir.

Bu çalışma, Sosyal Medya Kanunu'nun Türkiye’deki akademik literatür üzerindeki etkilerini bibliyometrik analiz metoduyla inceleyerek, bu alandaki bilimsel tartışmalara katkı sağlamayı hedeflemektedir. Google Akademik veri tabanı üzerinden elde edilen veriler, Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili yapılan yayınların yıllara göre dağılımını, anahtar kelimelerin belirlenmesini, atıf sayılarına göre makalelerin dağılımını, makalelerin yazar sayısını ve kullanılan araştırma yöntemlerini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Bu durum, akademik dünyada sosyal medya konusundaki ilginin ve araştırmaların arttığını göstermektedir. Sosyal medya platformlarının insan davranışları, iletişim dinamikleri ve bilgi akışı üzerindeki etkilerini anlamak için yapılan bu çalışmalar, günümüzün hızla değişen iletişim ortamında kritik bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2020). Araştırmaların incelenmesi, Sosyal Medya Kanunu gibi düzenlemelerin ortaya çıkmasının, bu platformların kullanımı üzerindeki etkilerini ve buna bağlı olarak yapılan araştırmaların derinleştiğini göstermektedir (Arslan & Özel, 2021: 255-256).

Sosyal Medya Kanunu'nun etkileri, farklı disiplinlerden gelen araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Hukuk, iletişim, sosyoloji ve psikoloji gibi alanlardan gelen akademisyenler, Sosyal Medya Kanunu'nun yarattığı etkileri kendi uzmanlık alanları bağlamında değerlendirmekte ve bu konuda çeşitli araştırmalar yapmaktadırlar. Özellikle Türkiye'deki bu kanunun, sosyal medya platformlarının kullanıcıları üzerindeki psikolojik ve sosyolojik etkileri, iletişim özgürlüğü ve kullanıcı deneyimi üzerine yapılan araştırmalar ön plana çıkmaktadır (Bozkurt, 2018: 507-508).

Bununla birlikte, sosyal medya platformlarının hızla evirildiği ve kullanıcı davranışlarının sürekli değiştiği göz önünde bulundurulduğunda, bu alandaki araştırmaların sürekli olarak güncellenmesi ve genişletilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımı ve düzenlemeleri üzerine yapılan araştırmaların hem akademik dünyada hem de ilgili endüstrilerde strateji oluşturma ve politika belirleme süreçlerine katkı sağladığı da açıktır. Bu çalışmalar, sosyal medya platformlarının güncel ve gelecekteki rolünü anlamak için önemli bir rehberlik sağlamaktadır (Dülger & Özkan, 2021: 1-2).

Sosyal Medya Kanunu gibi düzenlemelerin sosyal medya kullanımı üzerindeki etkilerini anlamak ve bu alandaki akademik araştırmaları incelemek, günümüzün karmaşık iletişim ve bilgi alışverişi ortamında hayati bir öneme sahiptir. Bu tür çalışmalar, sosyal medya platformlarının toplum üzerindeki etkilerinin anlaşılması ve bu platformların nasıl düzenlenmesi gerektiği konusunda önemli ipuçları sunmaktadır. Sosyal medyanın hızla değişen ve şekillenen bir alan olması, akademik dünyanın da bu dinamik değişimlere ayak uydurarak sürekli güncellemeler ve yeni bakış açılarıyla araştırmalarını sürdürmesini gerektirmektedir. Sosyal medya platformlarının kullanımı ve düzenlemeleri üzerine yapılan çalışmalar, çağımızın iletişim ortamında oluşan değişimleri ve etkileri anlamak için kritik bir öneme sahiptir ve gelecekte de bu alandaki araştırmaların artarak devam edeceği öngörülmektedir.

Bu çalışmada, sosyal medyanın toplumsal etkilerini ve özellikle Türkiye'de uygulanan Sosyal Medya Kanunu'nun akademik

literatürdeki izlerini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırmaların hangi alanlarda yoğunlaştığı, hangi odak noktalarının ön plana çıktığı ve bu alandaki gelecek eğilimlerinin nasıl şekillenebileceği gibi konuları ele alınacaktır.

## 1. Sosyal Medya Kanunu

Sosyal medya, sadece bireyler arasındaki iletişimi değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal yapıyı da derinden etkilemektedir. Özellikle genç neslin kimlik oluşturma süreçlerinde, iletişim tarzlarında ve kültürel alışkanlıklarında belirgin değişikliklere yol açmaktadır. Sosyal medya platformları, farklı kültürler arası etkileşimi artırarak küresel bir iletişim ağı oluşturmuştur. Bu da kültürel alışkanlıkların, dilin ve düşünce yapılarının değişimine katkı sağlamıştır (Kaplan & Haenlein, 2010: 60-61).

Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte, kullanıcıların davranışları ve psikolojik sağlık üzerindeki etkileri de yoğun bir şekilde incelenmektedir. Sosyal medyanın kullanım süresi, paylaşılan içeriklerin türü, etkileşim biçimleri gibi faktörlerin bireylerin zihinsel sağlığı üzerindeki etkileri, psikoloji ve psikiyatri alanlarında araştırmaların odak noktası haline gelmiştir (Zyoud, Sweileh, Awang, & Aljabi, 2018). Sosyal medya, bilgiye erişimi kolaylaştırarak bilgi akışını hızlandırmış ve iletişim dinamiklerini büyük ölçüde değiştirmiştir. Fakat bu durum aynı zamanda doğru bilgi akışı ve bilgi kirliliği gibi konularda da tartışmaları beraberinde getirmiştir. Sosyal medya üzerinden yayılan yanlış veya manipülatif bilgiler, iletişim dinamiklerini etkileyerek toplumsal tartışmalara ve güven sorunlarına yol açabilmektedir (Ghani, Hamid, Hashem, & Ahmed, 2019: 418-419).

Sosyal medya platformları üzerindeki düzenlemelerin, toplumda nasıl algılandığı ve kullanıcı davranışlarını nasıl etkilediği de büyük önem taşımaktadır. Özellikle bu düzenlemelerin iletişim özgürlüğüne, sansüre ve özel hayata müdahale gibi konulara etkisi tartışma konusudur. Bu düzenlemelerin toplumsal kabulü ve uygulanabilirliği, sosyal medya kullanıcılarının tutumlarını ve platformların gelecekteki

evrimini şekillendirmektedir (Vese, 2021: 501-502). Sosyal medya üzerindeki araştırmaların, yapısı sürekli olarak değişen bu ortamın dinamiklerini anlamak için esnek olması gerekmektedir. Bu sebeple, gelecekteki araştırmaların daha çok çoklu disiplinler arası bir yaklaşımla yapılabileceği ve yapay zekâ gibi yeni teknolojilerin bu araştırmalarda daha fazla rol oynayacağı öngörülmektedir.

Sosyal medyanın insanlar arasındaki etkileşimi, kültürel dinamikleri ve toplumsal yapıyı nasıl dönüştürdüğüne dair yapılan araştırmalar, günümüzde ve gelecekte bu alanın önemini vurgulamaktadır. Bu araştırmalar, sosyal medyanın evrimini ve düzenlemelerin kullanıcılar ve toplum üzerindeki etkilerini anlamak adına kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın hem pozitif hem de negatif yönlerini anlamak ve bu platformların gelecekteki evrimine yönelik öngörülerde bulunmak önemlidir.

Türkiye'de sosyal medya üzerindeki yasal düzenlemelerin giderek artan önemi ve araştırma sonuçları, son yıllarda sıklıkla tartışılan bir konu haline gelmiştir. Özellikle, sosyal medya platformlarının kullanıcıların veri güvenliği, içerik denetimi ve iletişim özgürlüğü gibi konular üzerindeki etkileri, düzenlemelerin gündeminde önemli bir yer tutmaktadır.

Öncelikle, sosyal medya düzenlemelerinin amacı üzerinde durmak gerekir. Bu düzenlemeler, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması, hukuka aykırı içeriklerin yayınlanmasının önlenmesi ve platformların Türkiye'deki etkinlikleri üzerinde daha sorumlu bir tutum sergilemelerini sağlamayı hedeflemektedir. Özellikle, sosyal medya platformlarının belirli kriterlere tabi tutulması ve bu platformların belirli şartlar altında belirli yükümlülükler taşıması, Türkiye'deki kullanıcılar için önemli bir güvence oluşturmaktadır (Dülger & Özkan, 2021).

Öne çıkan düzenlemelerden biri, 2020 yılında yürürlüğe giren ve "Sosyal Medya Kanunu" olarak bilinen düzenlemedir. Bu kanun çerçevesinde, sosyal medya platformlarına çeşitli sorumluluklar ve zorunluluklar yüklenmiştir. Örneğin, platformların Türkiye'de temsilci

bulundurma zorunluluğu getirilmiş ve kullanıcı verilerinin Türkiye sınırları içinde saklanması gerekliliği getirilmiştir. Böylelikle, yetkili makamların erişimi ve denetimi kolaylaştırılmış ve kullanıcı verilerinin korunması sağlanmıştır (Dülger & Özkan, 2021).

Türkiye’de sosyal medya üzerindeki etkileri düzenleyen yasal düzenlemeler uzun süredir tartışılmaktadır. Sosyal medya üzerindeki etkiler, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması, içerik denetimi, iletişim özgürlüğü gibi konuları içerir. Burada düzenlemeler, aynı zamanda sosyal medya şirketlerinin faaliyetlerini ve kullanıcı deneyimlerini belirleyebilir. Örneğin, sosyal medya platformlarının belirli içerikleri kontrol etme veya kullanıcı bilgilerini nasıl sakladıkları gibi konularda belirli şartlara uymaları gerekebilir. Bu düzenlemeler genellikle, sosyal medya kullanıcılarının güvenliği ve platformların toplum üzerindeki etkileri açısından ele alınır (Arslan & Özel, 2021: 259-265).

Genel olarak, Türkiye’de sosyal medya platformları üzerindeki düzenlemeler, kullanıcıların haklarını korumayı ve platformların daha sorumlu bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu düzenlemeler hem kullanıcılar hem de sosyal medya şirketleri açısından önemli değişiklikleri beraberinde getirmekte ve Türk hukuku çerçevesinde daha etkin bir sosyal medya ortamı oluşturmayı hedeflemektedir (Oymak, 2022).

Başlangıçta, Türkiye’de sosyal medya üzerinde bir yasal düzenleme olarak, “Whatsapp Yasası” olarak bilinen ve 7244 sayılı Torba Yasa Tasarısı’nda benzer konulardaki değişiklikler öneren görüş, büyük tepkilere yol açmıştır. Bunun üzerine önerilen düzenleme, kamuoyunun tepkisiyle tasarıdan çıkarılmıştır. Ardından, "Sosyal Medya Etik Kuralları" adı altında on iki kural kamuoyuna duyurulmuştur. Bu süreçte, 21 Temmuz 2020’de yeni bir tasarı TBMM Başkanlığı’na sunulmuş ve 24 Temmuz 2020’de TBMM Adalet Komisyonu tarafından kabul edilerek Meclis gündemine gelmiştir. Sonuç olarak, teklif Meclis tarafından kabul edilerek 29 Temmuz 2020’de yasalaşmıştır (Sabah Gazetesi, 2022).



Kamuoyunda "Sansür Yasası" ya da çoğunlukla “Sosyal Medya Kanunu” olarak adlandırılan ve sosyal medya platformlarına yönelik düzenlemeler içeren, 5651 sayılı İnternet Yasası'nda değişiklikler öngören 7253 sayılı kanun, Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından 29.07.2020 tarihinde kabul edilmiştir. Sosyal Medya Kanunu, Türkiye’de faaliyet gösteren sosyal ağ sağlayıcılarının, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması, hukuka aykırı içeriklerin yayınlanmasının önlenmesi, şikayetlerin hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulması ve sosyal ağ sağlayıcılarının Türkiye’de temsilci bulundurma yükümlülüğü gibi konuları düzenleyen bir yasadır. Kanun, 1 Ekim 2020 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanun kapsamında, Türkiye’de günlük erişimi bir milyon kişiden fazla olan internet yayıncılarına Türkiye’de temsilci bulundurma yükümlülüğü getirilmiştir. Sosyal ağ sağlayıcının temsilci atama yükümlülüğü bakımından, temsilci olarak atanacak tüzel kişinin Türkiye’de kurulmuş ve Türk mevzuatına göre tüzel kişiliği haiz olması ve gerçek kişi temsilcinin ise Türk vatandaşı olması gerekmektedir (Dülger & Özkan, 2021: 260-265).

Kanun, sosyal ağ sağlayıcılarına, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması, hukuka aykırı içeriklerin yayınlanmasının önlenmesi, şikayetlerin hızlı bir şekilde çözüme kavuşturulması ve Türkiye’de temsilci bulundurma yükümlülüğü gibi konularda sorumluluklar yüklemektedir. Kanun kapsamında, sosyal ağ sağlayıcıları, kullanıcıların kişisel verilerini Türkiye’de saklamakla yükümlüdür. Ayrıca, sosyal ağ sağlayıcıları, hukuka aykırı içerikleri yayınlamamakla yükümlüdür. Kanun, hukuka aykırı içeriklerin yayınlanmasının önlenmesi için sosyal ağ sağlayıcılarına, şikayetleri hızlı bir şekilde çözüme kavuşturma yükümlülüğü getirmiştir. Sosyal Medya Kanunu, Türkiye’de internet ortamında yayın yapan kuruluşların faaliyetlerini denetlemek, halka yanıltıcı bilgiyi alenen yayan kuruluşlar ve kişileri faaliyetlerinden sorumlu tutmak, internet kullanıcılarının her türlü suistimalden, ihlalden ve saldırıdan korunmasını hedeflemektedir (Dülger & Özkan, 2021: 266-270). Temsilci atama zorunluluğu, özellikle büyük kullanıcı kitlesine sahip

sosyal medya platformlarının Türkiye’de daha etkin bir şekilde faaliyet göstermesini ve hukuki süreçlere daha hızlı yanıt vermesini sağlamaktadır. Bu, Türkiye’deki kullanıcıların haklarının korunması ve platformların Türk hukuku çerçevesinde hareket etmesi açısından önemlidir (Dülger & Özkan, 2021: 270-272). Ayrıca, içerik denetimi konusunda da önemli düzenlemeler yapılmıştır. Sosyal medya platformları, belirli şartlara göre içerikleri kaldırmak veya erişimi engellemekle yükümlüdür. Özellikle, kişilik haklarına saldırı, suç unsuru taşıyan içerikler veya kişisel verilerin izinsiz paylaşımı gibi durumlarda hızlı bir şekilde hareket etmeleri gerekmektedir (Dülger & Özkan, 2021). Reklam ve tanıtım konusunda da şeffaflık ve doğruluk ön planda tutulmaktadır. Reklam verenlerin ve tanıtım yapanların kimliklerinin doğrulanması ve belirli şeffaflık kurallarına uygun olmaları gerekmektedir. Bu, kullanıcıların yanıltıcı içeriklerden korunması ve reklamların daha şeffaf bir şekilde sunulması açısından önemlidir (Dülger & Özkan, 2021).

Kısacası, Türkiye’de sosyal medya platformları üzerindeki düzenlemeleri sağlamak amacıyla çeşitli yasal düzenlemeler yapılmaktadır. Bunlardan en önemlisi 2020 yılında yürürlüğe giren ve 'Sosyal Medya Kanunu' olarak bilinen düzenlemedir. Bu kanun kapsamında, sosyal medya platformları belirli kriterlere tabi tutulmuş ve bu platformlardan belli şartlar altında belirli yükümlülükler talep edilmiştir. Kanunun getirdiği bazı önemli noktalar şunlardır (Oymak, 2022: 507-509):

**Temsilci Atama Zorunluluğu:** Türkiye’deki kullanıcı verilerinin Türkiye’de saklanmasını sağlamak ve yasal taleplere daha hızlı yanıt verebilmek amacıyla, kullanıcı sayısı belirli bir seviyenin üzerinde olan sosyal medya platformlarının Türkiye’de temsilci bulundurma zorunluluğu getirilmektedir.

**Veri Saklama Zorunluluğu:** Kullanıcı verilerinin Türkiye sınırları içinde saklanması gerekliliği getirilmiştir. Böylelikle, yetkili makamların erişimi ve denetimi kolaylaştırılmıştır.

**Şikâyet ve İçerik Kaldırma:** Platformlar, içeriklerin belirli şartlara göre kaldırılması veya erişimin engellenmesi konusunda hızlı bir şekilde hareket etmekle yükümlüdür. Bu genellikle kişilik haklarına saldırı, suç unsuru taşıyan içerikler veya kişisel verilerin paylaşımı gibi durumları içerir.

**Reklam ve Tanıtım Yükümlülükleri:** Reklam verenlerin ve tanıtım yapanların kimliklerinin doğrulanması ve bu içeriklerin belirli şeffaflık kurallarına uygun olması gerekmektedir.

Bu düzenlemelerin amacı, sosyal medya platformlarının Türkiye'deki kullanıcılar ve Türk hukuku açısından daha sorumlu bir şekilde hareket etmelerini sağlamaktır. Bu düzenlemeler ile, sosyal medya şirketlerinin Türkiye'deki faaliyetlerine ilişkin bazı yasal ve operasyonel değişiklikler yapmaları gerekebilir.

## 2. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınlar veya bir konudaki literatür üzerinde istatistiksel ve nicel analizler yaparak bu yayınların özelliklerini, belirli bir alandaki ya da bir konu üzerindeki etkisini, alıntılanma sıklığını, yayınlanma trendlerini ve bilimsel çalışmalar arasındaki ilişkileri inceleyen bir metodolojidir. Bu analiz türü genellikle bilimsel çalışmaların niceliksel değerlendirilmesi için kullanılır (Birinci, 2008).

Bibliyometri, genellikle bir disiplinin gelişimini, o alandaki ana araştırma konularını, belirli bir konu veya alanın hangi araştırma grupları tarafından ele alındığını, hangi ülkelerde yoğunlaştığını ve hangi dergilerin veya yayın organlarının bu alanda öne çıktığını anlamak için kullanılır. Ayrıca, belirli bir konu veya araştırma alanındaki yayınların etkisini, alıntılanma sayılarını, dergi etkileşim faktörlerini ve bu yayınların ne kadar geniş bir kitleye ulaştığını değerlendirme açısından da kullanışlıdır. Bu analizler genellikle bibliyometrik göstergeler ve grafiklerle desteklenir ve akademik literatürün evrimini anlamak ve gelecekteki araştırmalar için yol haritası oluşturmak için kullanılır (Zeren & Kaya, 2020: 37-38).

Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınlar üzerinde yapılan istatistiksel bir incelemedir. Bu inceleme, bilimsel makaleler, dergiler veya diğer akademik kaynaklar gibi bilimsel yayınların özelliklerini ve etkisini analiz etmeyi amaçlar. Bu analizler genellikle şu konuları içerir (Doğan, 2019: 26-30).

**Yayın Sayısı ve Yayınlanma Trendleri:** Belirli bir alanda veya konuda yapılan yayın sayıları ve bu yayınların hangi zaman dilimlerinde yapıldığı gibi yayınlanma trendlerinin analizi.

**Atıf ve Alıntılanma Sıklığı:** Yapılan araştırmaların diğer çalışmalar tarafından ne sıklıkta alıntılındığını ve etkisini ölçmek için atıf analizleri.

**Yayın Yerleri ve Yayın Organlarının Etkisi:** Hangi dergi veya yayın organlarının belirli bir alanda öne çıktığını, en çok tercih edilen yayın yerlerini ve bu yayınların etki faktörlerini değerlendirme.

**Bilimsel Çalışmalar Arasındaki İlişkiler:** Belirli bir konu veya alan üzerine yapılan çalışmalar arasındaki ilişkileri göstererek, hangi konuların birbiriyle bağlantılı olduğunu veya hangi alanların birbirine yakın olduğunu analiz etme.

Bibliyometrik analiz yöntemini kullanan çalışmalar, bilimsel araştırmaların gelişimini anlamak, hangi konuların veya alanların ön planda olduğunu belirlemek, gelecekteki araştırmalar için fırsatları ve ihtiyaçları görmek için kullanılır. Bu analizler genellikle istatistiksel veriler, grafikler ve göstergelerle desteklenerek bilimsel literatürdeki eğilimleri ve dinamikleri anlamada yardımcı olur. Türkiye'deki akademik çalışmalarda bibliyometrik analiz metodu, genellikle şu alanlarda sıkça kullanılmaktadır (Andersen, 2017):

**Tıp ve Sağlık Bilimleri:** Bilimsel yayınların etkisini ölçmek, atıf analizleriyle belirli tıbbi konuların veya tedavi yöntemlerinin etkisini değerlendirmek için bibliyometrik analiz sıkça kullanılır.

**Mühendislik ve Teknoloji:** Yenilikçi teknolojiler, patent analizleri, bilimsel araştırmaların teknolojiye olan etkisi gibi konuların değerlendirilmesinde bibliyometrik analiz önemli bir rol oynar.

**Sosyal Bilimler:** Özellikle eğitim, ekonomi, psikoloji gibi alanlarda, akademik çalışmaların hangi konular üzerine odaklandığını, hangi konuların daha fazla ilgi gördüğünü ve belirli kavramların gelişimini anlamak için bibliyometrik analiz kullanılır.

**Doğa Bilimleri ve Fen Bilimleri:** Kimya, biyoloji, fizik gibi alanlarda, bilimsel keşiflerin etkisini, bilimsel yayınların atıf verilerini incelemek ve belirli alanlardaki bilimsel gelişmeleri takip etmek için bibliyometrik analizin kullanımı oldukça önemlidir.

**Tarım ve Çevre Bilimleri:** Tarım, ormancılık, çevre bilimleri gibi alanlarda yapılan araştırmaların etkisini ölçmek, hangi konuların daha fazla araştırıldığını belirlemek için bibliyometrik analiz kullanılır.

Türkiye'deki akademik çevrelerde bibliyometrik analiz, disiplinler arası çalışmalarda da sıklıkla kullanılır. Özellikle araştırmacılar, belirli konuları birbirine bağlamak, farklı disiplinler arasında iş birliği ve etkileşimi incelemek için bibliyometrik analizler yapmaktadır. Bu, bilimsel literatürdeki eğilimleri, gelişmeleri ve iş birliği fırsatlarını anlamak için önemli bir araçtır (Doğan, 2019).

Bibliyometrik analiz, sadece akademik araştırmaların değerlendirilmesiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda bilgi yönetimi, veri bilimi ve teknolojinin evriminde de kritik bir rol oynar. Özellikle, büyük veri analitiği ve bilimsel verilerin değerlendirilmesindeki gelişmeler bibliyometriyle sıkı bir şekilde bağlantılıdır (Donthu, Kumar, Mukherjee, Pandey, & Lim, 2021).

Bibliyometrik analiz, büyük veri kümeleri üzerinde yoğunlaşan veri bilimi disiplini ile yakından ilişkilidir. Bilimsel yayınlar, atıf verileri, yayınlanma trendleri gibi büyük veri setlerinin analizi, veri bilimi teknikleriyle işlenerek anlamlı bilgiye dönüştürülür. Makine öğrenimi algoritmaları ve veri madenciliği teknikleri, bu verilerin analizinde kullanılarak akademik trendlerin, araştırma önceliklerinin ve bilimsel etkileşimlerin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlar (Merigó & Yang, 2017: 38-39).

Bibliyometrik analiz, bilimsel keşiflerin toplumsal etkilerini değerlendirmede de kritik bir rol oynar. Özellikle, belirli araştırma alanlarının toplumda nasıl bir etki yarattığını, hangi bulguların daha geniş bir kitle tarafından benimsendiğini ve hangi araştırma alanlarının politika yapımında veya endüstriyel uygulamalarda kullanıldığını anlamak için kullanılır (Bonilla, Merigo, & Torres-Abad, 2015: 1241-1242).

Bibliyometrik analiz, bilgi yönetimi süreçlerinde ve teknolojinin gelişiminde stratejik bir araç olarak öne çıkar. Bilimsel yayınların, patentlerin, endüstriyel uygulamaların analizi, gelecekteki araştırma ve geliştirme yönündeki stratejileri belirlemede önemli bir rol oynar. Bu analizler, şirketlerin, araştırma enstitülerinin ve hükümetlerin stratejik kararlar almasında büyük bir etkiye sahiptir (Moral-Muñoz, Herrera-Viedma, Santisteban-Espejo, & Cobo, 2020: 1-2). Bibliyometrik analiz, ülkelerin veya bölgelerin bilim politikalarını şekillendirmede kullanılır. Hangi alanlarda daha fazla yatırım yapılması gerektiğini belirlemek, araştırma fonlarını dağıtmak veya belirli araştırma alanlarına odaklanmak için bibliyometrik analizlerin sonuçları önemli bir kaynak teşkil eder. Bibliyometrik analiz, bu geniş perspektiflerle bilimsel araştırmaların ötesine geçer ve bilim ve teknoloji alanlarının gelişiminde stratejik bir rol oynar. Bu analizler, veri bilimi teknikleriyle birleşerek daha geniş bir etki alanına sahip olur ve bilim dünyasının yanı sıra endüstri, politika yapımı ve toplum üzerindeki etkilerini de kapsar (Ellegaard, 2018: 1-2).

### **3. Yöntem**

Bu çalışma, Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu hakkında yazılan ve Google Akademik veri tabanında yer alan makalelerin bibliyometrik analiz yoluyla çok yönlü bir perspektifle incelenmesini amaçlamaktadır. Bu araştırma, aşağıdaki araştırma sorularına odaklanarak gerçekleştirilmiştir:

\* Sosyal medya kanunu ve düzenlemeleri hakkında yazılan makalelerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

\* Sosyal medya kanunu ve düzenlemeleri alanında makale yayınlayan dergiler hangileridir?

\* Sosyal medya kanunu ve düzenlemeleri alanında yazılan makalelerin yıllara göre anahtar kelimelerinin değişimi nasıldır?

\* Sosyal medya kanunu ve düzenlemeleri alanında akademik literatürde en çok atıf alan çalışma ve yazarlar hangileridir?

\* Sosyal medya kanunu ve düzenlemeleri alanında ulusal yazında yazılan makaleler araştırma yöntemine göre nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma evreni, Google Akademik'te bulunan makalelerden oluşmaktadır. Örneklem, Sosyal Medya Kanunu'nun yürürlüğe girdiği tarih olan 29 Temmuz 2020 ile 1 Kasım 2023 tarihleri arasında Google Akademik veri tabanında erişilebilir olan tüm makaleler üzerinde odaklanmaktadır. Son kontrol 25 Kasım 2023'te yapılmış olup Google Akademik'te tarama işlemi 2 Aralık 2023'te tamamlanmış ve çalışma bu tarihte son halini almıştır. Sosyal medya ile ilgili toplam 31200 çalışma yapıldığı görülmüştür. Bibliyometrik analiz için belirlenen anahtar kelimeler 'sosyal medya kanunu', 'sosyal medya yasası', 'sosyal medya düzenlemesi' ve 'sosyal medya düzenlemeleri' olup bu anahtar kelimelerle yapılan tarama sonucunda 105 erişilebilir çalışma belirlenmiştir.

Araştırma sürecinde, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak çalışmaların yılları, anahtar kelime kullanımı, yazar sayıları, araştırma yöntemleri, atıf sayıları, yayımlandıkları üniversite veya dergi gibi faktörler incelenmiştir ve bulgular yorumlanmıştır.

#### **4. Bulgular**

Bu çalışmanın kapsamını, araştırmanın temel hedefleri doğrultusunda, ulusal akademik literatürde Google akademik veri tabanında Sosyal Medya Kanunu ile ilgili yapılan çalışmalar oluşturmaktadır. Araştırma, yıllara göre atıf sayıları, anahtar kelime kullanımı, en çok yayın yapan dergiler veya üniversiteler, atıf alan

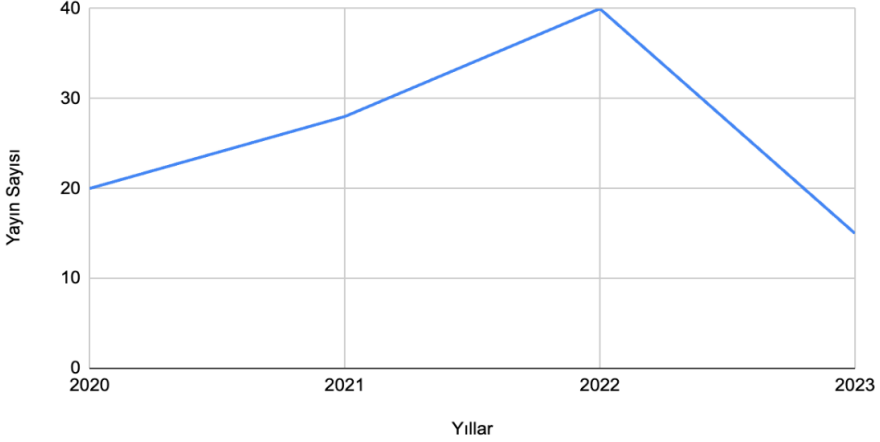
çalışmalar, yazar sayıları ve kullanılan araştırma yöntemleri gibi çeşitli kriterler açısından incelenmiş ve bir rapor haline getirilmiştir.

#### 4.1. Yıllara Göre Çalışmaların Dağılımı

Şekil 1’de, 2020-2023 yılları arasında Google Akademik veri tabanında yer alan Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili çalışmaların yıllara göre sayısal açıdan dağılımı gösterilmektedir. Bu dağılım, bu dönemde yapılan araştırmaların hangi yıllarda yoğunlaştığını ve Sosyal Medya Kanunuyla ilgili akademik çalışmaların zaman içindeki eğilimlerini anlamak adına önemli bir gösterge niteliğindedir.

Şekil 1. Yıllara Göre Çalışmaların Dağılımı

Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Tabloda, Sosyal Medya Kanunu’nun Türkiye’de yürürlüğe girdiği 2020 yılından günümüze kadar gelen süreçte, Google Akademik veri tabanında çalışmanın konusunu oluşturan anahtar kelimeler çerçevesinde yapılan arama sonucunda elde edilen makalelerin yıllara göre sayısal dağılımı görülmektedir. Makale sayısı, kanunun çıktığı yıldan sonraki 2 yıllık süreçte neredeyse doğrusal bir şekilde artış göstermiştir. Kanunun yeni olması, ilgi çekici ve popüler bir konu hakkında düzenlemeler içermesi ve toplumun çoğunu ilgilendiren bir içeriğe sahip olması açısından değerlendirildiğinde, mevcut doğrusal artışın beklenebilir bir trend olduğu söylenebilir. Ancak 2022 yılında makale sayısı sert bir şekilde düşüş göstermiştir.



Bir başka ifadeyle, 2022 yılında Sosyal Medya Kanunu ile ilgili yapılan akademik çalışmalar devam etmiş, ancak artış hızı önceki iki yıla göre daha yavaş bir seyir göstermiştir. Bu gözlem, Sosyal Medya Kanunu'nun akademik ilgi üzerindeki etkisinin, çıkış yılından itibaren makale sayısında belirgin bir artışa yol açtığını ve bu artışın zaman içinde değişkenlik gösterdiğini göstermektedir. Özellikle, 2022'de bu artışın ivme kaybettiği ve makale sayısında düşüş yaşandığı gözlenmektedir. Bu düşüş, kanunun özellikle ilk çıktığı yıllarda yoğunlaşan araştırmaların belirli bir doygunluğa ulaşması veya konunun o dönemdeki akademik önceliğinin azalması gibi nedenlerle olabilir. Bu durum, ilerleyen yıllarda araştırmaların niteliğinin ve odak noktalarının değişimini gösterebilir.

#### 4.2. Anahtar Kelimelerin Yıllara Göre Dağılımı

Tablo 1, 2020-2023 yılları arasında Google Akademik veri tabanında yer alan makalelerin, Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili anahtar kelimeler kullanılarak yapılmış aramalar sonucunda yıllara göre sayısal dağılımını göstermektedir. Bu tablo, makalelerin bu dönemde hangi anahtar kelimelerle öne çıktığını ve hangi yıllarda hangi anahtar kelimelerin daha fazla kullanıldığını göstermektedir. Bu analiz, Sosyal Medya Kanunu'nun akademik çalışmalarda hangi konu başlıkları ve anahtar kelimelerle yoğunlaştırdığını anlamak açısından önemlidir.

**Tablo 1. Yıllara Göre Anahtar Kelimelerin Dağılımı**

Yıllar	Anahtar Kelime			
	Sosyal Medya Kanunu	Sosyal Medya Yasası	Sosyal Medya Düzenlemesi	Sosyal Medya Düzenlemeleri
2020	3	11	7	1
2021	1	17	7	4
2022	2	22	9	6
2023	0	8	1	6
Toplam	6	58	24	17

Tablo 1'deki verilere göre, Türkiye'de Sosyal Medya Kanunu hakkındaki akademik çalışmaların en yoğun olarak "Sosyal Medya Yasası" anahtar kelimesiyle yapıldığı gözlemlenmektedir. Bu durum, Türk toplumunun bu yasal düzenlemeyi genellikle "Sosyal Medya Yasası" olarak adlandırdığını göstermektedir. Sosyal Medya Yasası terimi, bu konudaki çalışmaların anahtar kelimeleri arasında en fazla kullanılan ve dikkate değer bir öne çıkış gösteren terim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal Medya Kanunu'nun kapsamı içerisinde öne çıkan kavramların, anahtar kelimeler olarak çalışmalarda sıkça yer almasına bakıldığında, yıllara göre ilgi alanlarında meydana gelen değişimler anlaşılabilir. Tüm alt kavramlar arasında, 'sosyal medya yarasası' terimi, toplamda 58 çalışmada yer alarak, en çok tercih edilen ve vurgulanan anahtar kelime olarak öne çıkmaktadır.

#### 4.3. Alınan Atıf Sayısına Göre Çalışmaların Dağılımı

Tablo 2’de 2020-2023 yılları arasında yayımlanmış olan ve Google Akademik veri tabanında bulunan makalelerin atıf sayıları nezdinde dağılımı görülmektedir. Bu tablo, yayınlanmış makalelerin hangi derecelerde atıf aldığını ve bu atıf sayılarının dağılımını göstermektedir. Atıf sayıları, bir çalışmanın diğer akademik çalışmalar tarafından ne kadar sıklıkla referans gösterildiğini yansıtır ve genellikle bir çalışmanın etkisini değerlendirmede önemli bir gösterge olarak kabul edilir.

**Tablo 2. Çalışmaların Atıf Sayılarına Göre Dağılımı**

Atıf Sayısı	Makale Sayısı
0	51
1-9	54
10 ve üzeri	0
<b>Toplam</b>	105

Tablodaki verilere göre, 51 makalenin hiç atıf almadığı görülmektedir. Tek bir makalenin elde ettiği en yüksek atıf sayısının 9 olması, bu alandaki çalışmaların genellikle sınırlı bir atıf çerçevesinde değerlendirildiğini gösterebilir. Atıf sayılarındaki bu dağılım, Sosyal

Medya Kanunu konusundaki literatürde belirli bir makalenin öne çıktığına işaret ederken, diğer çalışmaların atıf açısından daha az dikkate alındığını gösterebilir. En çok atıf almış çalışmaların yayın yılı, yazarları ve yayımlandığı dergi gibi detaylar Tablo 3'te yer almaktadır.

#### 4.4. En Çok Atıf Alan Çalışmalar ile İlgili Veriler

Tablo 3, incelenen dönemdeki çalışmaların atıf sayılarına göre bir dağılım sunmaktadır. Bu tablo, Sosyal Medya Kanunu üzerine yapılan araştırmalarda hangi çalışmaların ne ölçüde atıf aldığını göstermektedir. Atıf sayıları, bir çalışmanın bilimsel etkisini ölçmede önemli bir gösterge olabilir. Bu tabloya göre, farklı çalışmaların aldığı atıf sayıları arasında belirgin farklılıklar bulunmakta ve bazı çalışmalar diğerlerine göre daha fazla akademik ilgi görmektedir. Bu durum, Sosyal Medya Kanunu hakkında yapılan araştırmalar arasında belirgin bir atıf eşitsizliği olduğunu işaret edebilir.

**Tablo 3. En Çok Atıf Alan Çalışmalar ile İlgili Veriler**

Sıra No	Makale Adı	Yazar(lar)	Yıl	Dergi Adı	Atıf Sayısı
1	“Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri”	Selman Selim AKYÜZ, Birol GÜLNAR, Mete KAZAZ	2021	OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi	9
2	“Türk TikTokerların İçerik Paylaşım Pratikleri Üzerine Nicel Bir Araştırma”	Mehmet Sinan TAM	2022	TRT Akademi	8
3	“Influencer Takip Etme ve Bırakma Kararına Yönelik Kullanıcı Deneyimleri”	Seher Büşra TOKAY, Mustafa Şeref AKIN	2021	Journal of Erciyes Communication	8

4	“Sosyal Medya Aracılığı ile İşlenen Suçlar: Facebook, Twitter ve Instagram Örnekleri”	Murat Cihan, Sıtkı Yıldız	2021	Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	8
5	“7253 Sayılı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un Getirdikleri”	Hasan OYMAK	2020	Yeni Medya	8
6	“Trolls, pressure, and agenda: The discursive fight on Twitter in Turkey”	Uğur BALOĞLU	2021	Media and Communication	7
7	“Siber Suçlar, Sosyal Medya ve Siber Etik”	Gönül CENGİZ	2021	İletişim Çalışmaları Dergisi	5
8	“Influencer Takip Algısına Yönelik Kullanıcı Deneyimleri: Gelişim, Amaç, Gerçeklik”	Seher Büşra TOKAY, Mustafa Şeref AKIN	2021	Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi	5
9	“Sosyal Medyaya Yönelik Yeni Düzenlemelerin Hukuken Değerlendirilmesi”	Merve Ayşegül KULULAR İBRAHİM	2022	Bilişim Hukuku Dergisi	4
10	“Sosyal Medya Güncel Tartışmalar: Sosyal Medyanın Kontrolü & Sosyal Medya Hizmet ve Gizlilik Sözleşmeleri & Yerli ve Milli Sosyal Medya”	Taylan GÜLASLAN	2021	Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi	4

Tablodaki verilere göre, incelenen dönemde en fazla atıf alan 10 makalenin, 4 ile 9 arasında atıf aldığı dikkat çekmektedir. Bu makalelerin, özellikle 2021 ve 2022'de yayımlanmış olması ve bu dönemdeki yoğun atıf alması, bu çalışmaların belirli bir dikkat çekiciliğe sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle en çok atıf alan makalede, "Yeni Medyada Haber Güvenilirliği Sorunu: Üniversite Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlere Yönelik Doğrulama Refleksleri" başlıklı çalışmanın, Selman Selim AKYÜZ, Birol GÜLNAR, Mete KAZAZ tarafından kaleme alındığı ve OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi'nde yayımlandığı belirtilmiştir. Bu durum, söz konusu makalenin diğerlerine kıyasla daha fazla akademik ilgi gördüğünü ve Sosyal Medya Kanunu bağlamında önemli bir katkı sunduğunu işaret edebilir.

#### 4.5. Makalelerin Yazar Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 4'te 2020-2023 yılları arasında yayımlanan ve Google Akademik veri tabanında bulunan çalışmaların yazar sayılarına göre sayısal dağılımı görülmektedir.

**Tablo 4. Makalelerin Yazar Sayısına Göre Dağılımı**

Yazar Sayısı	Makale Sayısı	Yüzde (%)
1	77	73
2	20	19
3	7	7
4	1	1
Toplam	105	100

Tablodaki veriler incelendiğinde, Sosyal Medya Kanunu hakkında yapılan araştırmaların çoğunlukla tek yazarlı olduğu anlaşılmaktadır. Ardından iki yazarlı çalışmalar gelmektedir. Çalışma örnekleminde yer alan makalelerde bir makalede en çok dört yazar yer almakta olup dört yazarlı makaleler örneklemin yalnızca %1'ini oluşturmaktadır.

#### 4.6. Makalelerin Araştırma Yöntemine Göre Dağılımı

2020-2023 yılları arasında Sosyal Medya Kanunu hakkında yazılmış olup Google Akademik veri tabanında yer alan makalelerin araştırma yöntemine göre dağılımı, Tablo 5’te verilmiştir.

**Tablo 5. Makalelerin Araştırma Yöntemine Göre Dağılımı**

Nitel	Nicel	Toplam	Yüzde (%)
105	0	105	%100

Tablo 5, incelenen tüm çalışmalarda nitel yöntemlerin tercih edildiğini göstermektedir. Bu çalışmalarda kullanılan nitel yöntemler, yazarlar tarafından literatür taraması, doküman analizi, içerik analizi ve monografi olarak belirtilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin tercih edilmesi, Sosyal Medya Kanunu üzerine yapılan çalışmalarda derinlemesine inceleme ve içeriğin detaylı analizini sağlama eğilimini yansıtabilir. Bu yöntemler, konunun farklı yönlerini anlamak ve detaylı iç görüler elde etmek amacıyla araştırmacılar tarafından kullanılmış olabilir.

#### Sonuç

Sosyal Medya Kanunu'nun akademik literatürdeki izlerini takip eden bu çalışma, sosyal medya platformlarının ve bu platformlar üzerindeki düzenlemelerin tartışma konusu olmaya devam ettiği bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Özellikle Türkiye gibi dinamik bir coğrafyada, bu tür düzenlemelerin akademik literatüre yansımaları oldukça hızlı ve çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Bu çalışmanın amacı, bu değişkenlik ve çeşitlilik içinde Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili yapılan araştırmaların analizini sunmaktır.

Bibliyometrik analiz metodunu kullanarak elde edilen veriler, Sosyal Medya Kanunu konusundaki yayınların yıllara göre dağılımını, anahtar kelimelerin ve odak noktalarının evrimini, atıf sayılarına göre makalelerin dağılımını, en çok atıf alan çalışmaları ve bu çalışmaların yazar sayısını detaylı bir şekilde incelemiştir. Bu analizler, Sosyal Medya Kanunuyla ilgili yapılan araştırmaların sürekli bir değişim ve gelişim içinde olduğunu göstermektedir.

Sonuçlar, bu alandaki araştırmaların nispeten değişken bir seyir izlediğini ortaya koymaktadır. Anahtar kelimelerin ve odak noktalarının farklı dönemlerdeki değişimi, araştırmacıların ilgi alanlarında ve önceliklerinde meydana gelen değişimleri yansıtmaktadır. Aynı zamanda, bazı çalışmaların belirgin bir şekilde daha fazla atıf aldığı ve bu alandaki öne çıkan araştırmaların tanımlanabildiği gözlemlenmiştir.

Makalelerin yazar sayısındaki geniş yelpaze, Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili yapılan araştırmaların farklı bakış açılarından ele alındığını işaret etmektedir. Özellikle, nitel araştırma yöntemlerinin daha fazla tercih edilmesi, bu alandaki araştırmaların derinlemesine incelemelere ve sosyal medya kullanıcılarının deneyimlerine odaklandığını göstermektedir.

Bu çalışma, Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili yapılan araştırmaların eğilimlerini ve literatürün gelişimini anlamak adına değerli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Özellikle, Türkiye'deki Sosyal Medya Kanunu gibi özel düzenlemelerin henüz yeni olması, bu alandaki çalışmaların daha da artacağını ve çeşitleneceğini göstermektedir. Bu çalışmanın, gelecekteki araştırmalara yol gösterici olması amaçlanmaktadır. Sosyal Medya Kanunu ve bu alandaki akademik çalışmaların analizi, günümüzdeki iletişim ortamının karmaşıklığını ve sürekli değişen yapısını anlamak için önemlidir. Bu alandaki çalışmalar, toplumun dijital dönüşümü üzerindeki etkileri ve bu platformların düzenlenmesi gereken yönlerini ortaya koymada kritik bir rol oynamaktadır.

Sosyal Medya Kanunu, küresel ölçekte çağımızın en tartışılan ve hızla evrilen konularından biri haline gelmiştir. Türkiye'de de benzer şekilde, sosyal medya platformlarının etkileri ve bu alandaki düzenlemeler, son yıllarda daha fazla dikkat çekmektedir. Bu dikkate değer konunun akademik literatürdeki yansımalarını incelemek üzere yapılan bu çalışma, Türkiye'deki Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili akademik çalışmaların izini sürmeyi hedeflemektedir.

Bibliyometrik analiz metodu yaklaşımıyla gerçekleştirilen bu çalışma, Google Akademik veri tabanından sağlanan veriler üzerinden Sosyal Medya Kanunu ile ilgili yapılan yayınları kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Bu analizde, yayınların yıllara göre dağılımı, anahtar kelimelerin evrimi, atıf sayılarına göre makalelerin dağılımı, en çok atıf alan çalışmaların belirlenmesi, makalelerin yazar sayısının incelenmesi ve kullanılan yöntemlerin değerlendirilmesi gibi farklı parametreler detaylı bir biçimde incelenmiştir.

Analiz sonuçları, Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili akademik çalışmaların nispeten değişken ve tutarsız bir eğilim sergilediğini göstermektedir. Anahtar kelimelerin çalışmalardaki dağılımı, araştırmaların odak noktalarındaki evrimi yansıtmaktadır. Bazı çalışmaların belirgin bir şekilde daha fazla atıf aldığı ve bu alandaki öne çıkan araştırmaların tanımlanabildiği tespit edilmiştir. Makalelerin yazar sayısı bu alandaki araştırmaların geniş bir yelpazede yapıldığını gösterirken, yöntem açısından yalnızca nitel araştırma yöntemlerinin tercih edildiği görülmüştür.

Çalışma, Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili araştırmalardaki eğilimleri ve literatürün gelişimini anlamak için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Türkiye’deki sosyal medyaya yönelik spesifik düzenlemelerden oluşan ve Sosyal Medya Kanunu olarak adlandırılan hukuki düzenlemenin henüz 3-4 yıllık bir geçmişi olduğu göz önüne alındığında, bu alanda yapılacak çalışmaların sayısının artacağı, yöntem ve anahtar kelime gibi parametreler açısından daha geniş bir yelpazede çalışmalar yapılacağı söylenebilir.

Çalışmanın ortaya koyduğu bulgular, Sosyal Medya Kanunu’yla ilgili akademik araştırmaların değişken bir eğilim sergilediğini göstermektedir. Yayınlardaki anahtar kelimelerin dağılımı, araştırmaların odak noktalarındaki evrimi yansıtmaktadır ve bu, konunun önemli alt başlıklarının zaman içinde nasıl değiştiğini göstermektedir. Ayrıca, bazı çalışmaların belirgin bir şekilde daha fazla atıf aldığı ve bu alandaki öne çıkan araştırmaların tanımlanabildiği tespit edilmiştir.



Makalelerin yazar sayısının geniş bir yelpazede değişkenlik göstermesi, Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili araştırmaların farklı bakış açılarından ele alındığını işaret etmektedir. Ancak, ilginç bir nokta olarak, bu çalışmaların yöntem açasından genellikle nitel araştırma yöntemlerini tercih ettiği görülmüştür. Bu durum, bu alandaki araştırmaların daha çok derinlemesine görüşmeler ve sosyal medya kullanıcılarının deneyimlerine odaklandığını göstermektedir.

Sonuç olarak, Sosyal Medya Kanunu ve akademik literatüründeki yansımaları, sosyal medyanın evrilen yapısını ve bu platformların toplum üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak adına büyük önem taşımaktadır. Bu alandaki araştırmaların, gelecekte sosyal medya platformlarının düzenlenmesi ve kullanımı hakkında daha geniş bir perspektif sunması beklenmektedir. Bibliyometrik analiz, Sosyal Medya Kanunu'yla ilgili yapılan araştırmaların mevcut eğilimlerini ve literatürün gelişimini anlamak adına değerli bir kaynak niteliğindedir. Özellikle, Türkiye'deki Sosyal Medya Kanunu gibi spesifik düzenlemelerin yeni olması, bu alandaki çalışmaların önümüzdeki yıllarda artacağını ve bu çalışmaların yöntem, anahtar kelime gibi parametreler açasından daha çeşitleneceğini öngörmektedir. Bu çalışmanın, bu alandaki araştırmacılara ve ilgililere yol gösterici olması amaçlanmaktadır.

### **Kaynakça**

- Andersen, J. (2017). *Bibliometrics*. J. Andersen, K. Toom, S. Poli, & P. F. Miller içinde, *Research Management - Europe and Beyond*. Academic Press.
- Arslan, Ç., & Özel, K. C. (2021). Dillere Pelesenk Bir Tartışma: "Sosyal Medya Düzenlemeleri" (Dünü, Bugünü ve Yarını). *Ankara Barosu Dergisi*, 255-284.
- Birinci, H. G. (2008). Turkish Journal of Chemistry'nin Bibliyometrik Analizi. *bilgi Dünyası*, 9(2), 348-369.
- Bonilla, C. A., Merigo, J. M., & Torres-Abad, C. (2015). Economics in Latin America: a bibliometric analysis. *Scientometrics*, 1239-1252.

- Boyd, D. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 114-133.
- Bozkurt, Ö. (2018). Sosyal Medya ve Kültürel Yansımaları. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 408-409.
- Dülger, M. V., & Özkan, O. (2021, Mart 27). Sosyal Medya Yasası Meclis'ten Geçti: Peki, Şimdi? İstanbul, Türkiye.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 285-296.
- Doğan, G. (2019). Bibliyometri. Ankara, Türkiye.
- Ellegaard, O. (2018). The application of bibliometric analysis: disciplinary and user aspects. *Scientometrics*, 181-202.
- Ghani, N. A., Hamid, S., Hashem, İ. T., & Ahmed, E. (2019). Social media big data analytics: A survey. *Computers in Human Behavior*, 417-428.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 59-68.
- Keleş, P. (2023, Mayıs 2). *Sosyal Medya Yasası Nedir, Neleri Kapsar?* ticimax: <https://www.ticimax.com/blog/sosyal-medya-yasasi-nedir-neleri-kapsar> adresinden alındı
- Merigó, J. M., & Yang, J.-B. (2017). A bibliometric analysis of operations research and management science. *Omega*, 37-48.
- Moral-Muñoz, J. A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A., & Cobo, M. J. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review. *El profesional de la información*.
- Napoli, P. (2019). Notes. *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age* (s. 203-272). içinde New York Chichester: West Sussex: Columbia University Press, .
- Oymak, H. (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 Sayılı “Basın Kanunu İle Bazı Kanunlarda

- Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'' un Getirdikleri. *Yeni Medya*, 504-514.
- Özdemir, Ö. (2020, Temmuz 8). Sosyal medya: Türkiye'de dijital medyanın reklam büyüklüğü ne kadar?
- Sabah Gazetesi. (2022, 10 18). FLAŞ! SOSYAL MEDYA YASASI 2022 yürürlüğe girdi! Basın kanunu düzenlemesi ile sosyal medya yasası nedir, maddeleri nelerdir? İstanbul, Türkiye.
- Vese, D. (2021). Governing Fake News: The Regulation of Social Media and the Right to Freedom of Expression in the Era of Emergency. *European Journal of Risk Regulation*, 477-513.
- Zeren, D., & Kaya, N. (2020). Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi\*. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35-52.
- Zyoud, S. H., Sweileh, W. M., Awang, R., & Aljabi, S. W. (2018). Global trends in research related to social media in psychology: mapping and bibliometric analysis. *International Journal of Mental Health Systems*, 4(12).

