

Medyada Yaşlı Temsili: Yaşlılık Temalı Kısa Film Yarışmasından Örnekler

Merve Ayar Yılmaz¹ , Büşra Turan Tüylüoğlu² 

Öz

Bu çalışmada yaşlılık konulu kısa filmler incelenerek Türkiye’de olumlu yaşlılık temsiline dair bir tartışma yürütülmüştür. 65+ Yaşlı Hakları Derneği tarafından 2015 yılında düzenlenen Kısa Film Yarışması’nda dereceye giren kısa filmler yaşlılık temsilleri açısından içerik analizine tabi tutulmuştur. 2015 yılında düzenlenen yarışmada dereceye giren “Altın Kızlar”, “Misafir”, “Lübbeyin Yaşlıları”, “Deneyim”, “Bir Anı” ve “Üreten Yaş Almaz” filmleri araştırmaya konu edilmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında, söz konusu kısa film yarışmasına katılmış yönetmenlerle derinlemesine mülakat yapılmış; sinemada yaşlı ve yaşlanmanın nasıl temsil edildiği ve edilebileceği ile ilgili veri toplanmıştır. Böylece ulusal medya sektöründe yaşlılık temsiline toplumsal gerçeklikle görece uyumlu ve yaygın olana kıyasla olumlu bir nitelik kazanmasının imkânı sorgulanmıştır. Sonuç olarak yaşlı temsiline medya içerik üreticilerinin algılarından ziyade tercihleriyle şekillendiğine ve bu tercihlerin piyasa mantığıyla belirlendiğine yönelik kanıtlar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaşlılık • Yaşlı temsili • Medya temsilleri • Kısa film • Yaşlı hakları • Film yarışması • Kamu spotu

Representation of the Older Adults in the Media: Examples from an Old Age-Themed Short Film Competition

Abstract

This study delves into the portrayal of old age in Turkish media through an analysis of short films centered on aging. Specifically, it examines the potential for positive representations of the older adults in Turkey. Short films selected from the 2015 short film competition organized by the 65+ Elderly Rights Association serve as the primary subjects for content analysis regarding the depiction of old age. The films under scrutiny include “Altın Kızlar,” “Misafir,” “Lübbeyin Yaşlıları,” “Deneyim,” “Bir Anı,” and “Üreten Yaş Almaz.” Moreover, the research supplements its analysis with in-depth interviews conducted with the directors who participated in the aforementioned competition. These interviews provide valuable insights into how the older adults and aging are portrayed in Turkish cinema. Through this approach, the study aims to assess the potential for a more positive and socially realistic portrayal of the older adults within the national media landscape, contrasting prevalent negative stereotypes. Ultimately, the findings indicate that media representation of the older adults is heavily influenced by the preferences of content producers, largely dictated by market forces rather than genuine societal perceptions.

Keywords: Old age • Representation of the older adults • Media representations • Short film • Older adults’ rights • Film contest • Public service announcement

¹ Sorumlu yazar: Merve Ayar Yılmaz (Doktora Öğrencisi), İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: merveayar@gmail.com ORCID: 0000-0003-2998-6638

² Büşra Turan Tüylüoğlu (Arş. Gör.), Kırklareli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kırklareli, Türkiye. E-posta: busraturan@gmail.com ORCID: 0000-0002-8085-027X

Atf: Ayar Yılmaz, M., & Turan Tüylüoğlu, B. (2024). Medyada yaşlı temsili: Yaşlılık temalı kısa film yarışmasından örnekler. *Senectus*, 2(1), 89-107. <https://doi.org/10.26650/senectus.2024.2.1.0024>

Extended Abstract

In our contemporary world, characterized by a rapidly aging population, the need for social and cultural adaptation alongside the preparation of health and social systems for aging and old age has become increasingly evident. With society witnessing a growing number of older individuals, new social issues are emerging, necessitating attention and proactive solutions. Among this landscape, the societal perceptions of the older adults, old age, and aging have gained significance, highlighting the crucial role of the media as a powerful tool of representation. The media, as a medium shaping collective understanding, attitudes, and behaviors, holds considerable sway in framing discussions on aging. It is imperative to underscore the representation of the older adults in media narratives, given its profound impact on societal perceptions.

Given that media representations not only reflect but also shape social attitudes and behaviors, the rising prominence of aging underscores the urgency of examining how aging is portrayed in the media. Compounding this urgency is the prevailing trend of predominantly negative portrayals of old age and aging in media content. Across various media formats, such as films, TV series, news broadcasting, and advertisements, a pervasive narrative emerges, in which the older adults and aging are associated with loneliness, helplessness, neglect, obsolescence, weakness, and fatigue. These depictions collectively paint aging as an undesirable stage of life, old age as a period devoid of vitality, and the older adults as burdensome or inconveniences, thereby perpetuating ageism.

Based on the recognition that media portrayals of the older adults are often incomplete and mostly negative, this study embarks on a quest for a positive depiction of aging. Within this framework, the focus is directly on scrutinizing the portrayal of old age in films honored by the inaugural short film competition organized by the 65+ Elderly Rights Association. The Association, guided by its mission to advocate for “a healthy and dignified old age for all, fostering intergenerational solidarity, and shaping social policies through research, pioneering initiatives, and constructive dialogs” (Yaşlı Hakları Derneği, n. d.), sets the stage for this exploration.

The primary objective of this study is to challenge the prevailing negative representations of aging in the media by exploring alternative narratives that may emerge. Employing a blend of visual sociology and qualitative research methodologies, this study adopts a multifaceted approach. Specifically, it conducts content analysis on the short films showcased in the aforementioned competition held in 2015 by the 65+ Elderly Rights Association. The films under scrutiny include “Altın Kızlar,” “Misafir,” “Lübbeyin Yaşlıları,” “Deneyim,” “Bir Anı,” and “Üreten Yaş Almaz.” In addition, this study delves into the perceptions and intentions of the directors behind these films through in-depth interviews. These interviews serve as a means for gathering

insights into how aging and the older adults are depicted within the realm of cinema. By doing so, the study endeavors to probe the extent, to which they possess the potential to transcend prevalent negative stereotypes.

A comprehensive dataset comprising five interviews, six films, and researchers' field notes forms the backbone of this investigation. Methodologically, the analysis unfolds systematically. First, each researcher examines all submissions to the competition. Subsequently, the awarded films were viewed multiple times, with particular attention paid to scenes that illuminate the portrayal of older adults' characters. Screenshots capturing these significant moments are scrutinized and dissected for deeper insights. The research then transitions to conducting in-depth interviews with the directors of award-winning films. Employing a semi-structured questionnaire designed by the researchers, the interviews are structured around emergent themes gleaned from the film analyses.

Among the firms scrutinized, two were documentaries, one was a fiction narrative, and three were public service announcements. Notably, "The Golden Girls," recipient of the first prize in the short film category, is a documentary offering an intimate glimpse into the lives of two cohabiting sisters. Through a blend of personal narratives recounted by the sisters themselves and interspersed imagery capturing their present reality, the film gracefully weaves past and present. Securing the second prize, "The Guest" presents a fictional narrative centered around a woman seeking refuge from war, and finding solace in her nephew's household. Within this narrative, she navigates her new environment, learning Turkish from the household's child and engaging in domestic activities such as knitting and cooking. Noteworthy is the portrayal of the older adults' characters as migrants, which adds layers of complexity to their depiction.

"Lübbeyin Yaşlıları," clinching third place, stands as a documentary chronicling the lives of older adults' inhabitants clinging to their roots in the abandoned village of Lübbey. Here, the film offers a poignant portrayal of resilience in desolation, shedding light on the steadfastness of those who choose to remain in a place forgotten by time. Within the realm of public service announcements, the thematic messages "Aging is experience," "The spirit never gets old," and "The productive never gets old" are conveyed. These messages serve to uplift and challenge prevailing stereotypes surrounding aging, advocating for a more inclusive and affirming perspective. Upon analysis, the representations of the older adults within the visual content can be categorized as follows: (1) Self-sufficient Older Adults Representation; (2) Learning, Teaching, and Harmonious Older Adults Representation; (3) Time-resisting, Active Older Adults Representation; (4) Experienced, Sporty, Healthy Older Adults Representation; (5) Older Adults Representation at Peace with Youth, Ageless in Spirit; and (6) Productive Older Adults Representation.

In summary, the six ranked films under scrutiny demonstrate representations that generally align with the profile of the older adults as defined by the competition committee. These ranked films depict an active portrayal of old age that is both “healthy and appreciated by everyone,” showcasing resilience in overcoming obstacles and struggles. Furthermore, it can be asserted that the stipulation outlined by the competition, requiring films to contain accurate information and convey positive messages (Yaşlı Hakları Derneği, 2015), was duly met by the directors. Contrasting the representations of old age in the ranked films with those that were not cut reveals a startling contradiction: while the former exude themes of vitality and resilience, the latter are often adorned with motifs of affection, helplessness, and poverty. This stark contrast underscores the positive portrayal of old age in the ranked films. Examining the narratives within these films, it becomes evident that the depiction of old age is not utopian but rather realistic, authentic, and affirmative. This genuine portrayal, rooted in social reality, offers a refreshing alternative to the prevalent negative portrayals of the older adults pervasive in the media. Thus, the short films discussed in this study contrast the representation of self-sufficient older adults against that of the orphaned, helpless, and dependent (Apak & Aka, 2020; Yoğurtçu, 2019) portrayed in mainstream media; the portrayal of tech-savvy seniors against those depicted as lagging technological advancements (Coşkun & Kaymak, 2022), resistant to innovation (Demir, 2017); the depiction of socially engaged older adults against those portrayed as isolated, marginalized (Kuruoğlu & Salman, 2017), grumpy (Apak & Aka, 2020), and prejudiced (Hummert, 1990); the portrayal of active and productive older adults against those depicted as retired (Apak & Aka, 2020), poor, barely getting by, having lost the potential to contribute to society (Yoğurtçu, 2019), deemed unproductive (Demir, 2017); the depiction of wise and experienced older adults against those portrayed as senile (Apak & Aka, 2020; Demir, 2017), slow thinking (Hummert, 1990); and the portrayal of healthy, athletic older adults against those depicted as sick, dying (Kuruoğlu & Salman, 2017), bedridden, disabled, tired (Apak & Aka, 2020), vulnerable (Yoğurtçu, 2019); against the portrayal of anxious, and despairing (Hummert, 1990), depressed (Kılınc & Uztağ, 2016), thus offering an alternative narrative of older adults at peace with their age.

These alternatives hold significant therapeutic potential for aging societies and warrant encouragement accordingly. Given the influence of media portrayals on individuals’ perceptions, attitudes, and behaviors, a positive representation of older individuals can foster community bonds and enhance individual well-being. However, a major barrier to this is the market-driven nature of the media sector. This study underscores that representations of older people in media are often shaped by the preferences of content producers, depicted by market forces rather than genuine perceptions.

When examining studies on the portrayal of older individuals in literature, it becomes evident that “negative” representations often dominate the media landscape. Conversely, films awarded in competitions tend to offer more positive depictions of aging. Notably, most of these films are specifically produced for competitions that celebrate old age, influencing their content and reception. However, the media industry operates under market-driven principles, prioritizing products that are “commercially viable.” This dynamic often shapes directorial preferences to align with market expectations. Previous research indicates a focus within the media industry on appealing to the “youth market” (Carrigan & Szmigin, 1999), despite demographic trends indicating an aging population. The findings of this study corroborate this trend. Despite the industry’s marketing-driven approach, addressing the need for more humane and positive portrayals of older individuals in our aging society remains challenging. This issue warrants further research and consideration.

Medyada Yaşlı Temsili: Yaşlılık Temalı Kısa Film Yarışmasından Örnekler

Artık iyi bilinen önemli bir gerçek var ki dünya nüfusu giderek yaşlanıyor. İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana neredeyse tüm ülkelerde yaş ortalaması yükselmektedir. Bunun en temel nedeni artan refahla birlikte ortalama yaşam süresinin uzaması ve dolayısıyla yaşlı nüfusun genel nüfus içerisindeki oranının artmasıdır.

OECD ülkelerinde yaşlı nüfusun toplam nüfusa oranı 1950'de 7,58 iken 2021'de 17,64'e çıkmıştır. Yaş ortalamaları dünya geneline kıyasla düşük olan ülkemizde ise bu oranlar sırasıyla 3,32 ve 9,63'tür. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüm dünyada görülen yaşlanma eğilimi dikkat çekicidir. Yaşlı nüfusun artması çeşitli sosyal ve ekonomik zorluğu beraberinde getirmektedir. Sağlık hizmetlerinin niteliğinden emekli maaşlarının ödenmesine kadar pek çok başlığı ilgilendiren bu eğilim daha genel olarak ekonomik büyüme ve kamu ve özel sektör harcamaları üzerinde önemli etkiler doğurmaktadır (OECD, 2023).

Dünya genelinde yaşanan bu yaşlanma eğilimi tüm toplumlar için üzerinde durulması gereken ciddi bir durumdur. Öyle ki yaşlanmaya dair sistemli bir yaklaşım geliştirilmesi elzemdir. Nitekim Dünya Sağlık Örgütü de tüm ülkeleri sağlık ve sosyal sistemlerini bu demografik değişime uyumlu hâle getirme noktasında uyarmaktadır. Zira nüfusun yaşlanma hızı da gittikçe artmaktadır¹ (WHO, 2022).

Şüphesiz yaşlanma ve yaşlılık söz konusu olduğunda yalnızca sağlık ve sosyal sistemlerin hazırlanması değil, toplumsal ve kültürel adaptasyon da önemlidir. Toplum, her geçen gün daha çok sayıda yaşlı bireyden oluşacak ve bu gerçeklik yepyeni bazı toplumsal meseleleri gündemimize getirecektir. Yaşlılara, yaşlılığa ve yaşlanmaya dair toplumsal algının önem kazandığı bu noktada medyanın temsil gücü, önemli bir araç hâline gelmektedir. Bu noktada temsil kavramından ve medyanın temsil gücünden kısaca bahsedilebilir.

Straut Hall tarafından çok yönlü bir şekilde ele alınan temsil kavramı söylem, hegemonya ve göstergebilim gibi kavramlarla ilişkilidir. Temsil kavramı, kültürel ürünlerin “toplum üzerindeki etkisini ve medyanın kültürel hegemonyadaki rolünü” açığa çıkarmaya imkân veren bir inceleme aracıdır. Zira özellikle medya ve görsel kültür “temsil sistemleri” aracılığıyla toplum üzerinde hegemonya kurarak toplumsal algıları şekillendirmektedir (Kandemir, 2022).

Hall'a göre anlam, bir kültürün üyeleri tarafından inşa edilen bir olgudur ve temsil, bu inşa sürecinin önemli bir parçasıdır. Dilin, işaretlerin ve imgelerin kullanımıyla şekillenen temsil; kavramların anlamlarının zihnimizde üretilmesidir. Anlam, gerçeklerle bunların temsilleri arasındaki ilişkiye bağlıdır ve bu açıdan temsil sistemleri, dünyaya anlam vermemizi sağlamaktadır (Hall, 2020).

1 WHO'nun verilerine göre 2020 yılında 60 yaş üstü nüfus oranı 5 yaş altı nüfus oranını geçmiştir. 2050 yılında ise dünya çapında 60 yaş üstü nüfus oranının %22'ye çıkacağı tahmin edilmektedir ve bu, 2015'te %12 olan oranın neredeyse 2 katına çıkması demektir.

Bu noktada büyük kitlelerin ortak anlamlar üretmesine aracılık eden bir güce sahip olmasıyla medya ve medyanın olguları temsil etme biçimi büyük önem kazanmaktadır. Alıcıların medya tarafından sunulanları nasıl algılayacağı ve ona hangi anlamları yükleyeceği, medyanın bu sunumu nasıl gerçekleştirdiğiyle doğrudan ilintilidir. Dahası geniş kitlelerde ortak anlamlar üretebilen medya, böylelikle kamuoyu oluşturma gücüne de sahiptir. Medya tarafından iletilen mesajlar, genel olarak alıcılar tarafından sahip olunan birikime göre yeniden yorumlanarak kabul edilmektedir. Ancak mesajı doğrudan sunulduğu şekliyle kabul eden önemli bir kesim de söz konusudur. İster alıcı tarafından doğrudan kabul edilsin, isterse yeniden yorumlansın medyanın olguları temsil etme biçimi toplumsal algının şekillenmesinde büyük rol üstlenmektedir. Nitekim medya tarafından uzun bir süre belli bir biçimde temsil edilen bir olgu, zaman içerisinde alıcılar tarafından “gerçek bilgisiyle” değil, temsil edildiği şekilde anlamlandırılmaktadır (Dinç & Dinçer, 2019). Dolayısıyla medya; insanların *şeyler* hakkında nasıl düşündüğünü, onları nasıl anlamlandırdığını ve onlarla ilgili tutum ve davranışlarını büyük ölçüde etkileyen bir mecradır.

Medyanın söz konusu temsil gücü sayesinde toplumsal algıları şekillendirmesi, algılarınsa tutum ve davranışları belirlemesi, yaşlılığın giderek artan önemiyle birlikte düşünüldüğünde yaşlılığın medyada nasıl temsil edildiğine odaklanma gereği ortaya çıkmaktadır. Bu konuyu daha da önemli kılan, medyadaki yaşlılık ve yaşlanma temsiliinin büyük ölçüde olumsuz olmasıdır. Filmler, diziler, televizyon şovları, haberler ve reklamlar gibi medya ürünlerinde yaşlıların ve yaşlanmanın yalnızlık, çaresizlik, bakımsızlık, demode olmak, güçsüzlük, yorgunluk ve benzeri durumlarla ilişkilendirildiği örneklerin çoğunlukta olduğunu kolayca fark edebiliriz. Böylesi örnekler bir bütün olarak yaşlanmayı istenmeyen bir süreç, yaşlılığı yaşama enerjisinden uzak bir dönem ve yaşlıları yük ya da rahatsızlık olarak resmetmekte; yaş ayrımcılığını pekiştirmektedir. Literatürde yaşlılığın medyadaki temsiliyle ilgili çalışmalara bakıldığında da medyanın çoğunlukla yaşlıları görmezden geldiği, onları güldürü veya dram ögesi yaparak “komik ya da acınası” gösterdiği ve/veya onlara karşı olumsuz bir tutumun inşa edilmesine yol açtığı ile ilgili kanıtlara (Aydoğan, 2022; Coşkun & Kaymak, 2022; Kılınç & Uztuğ, 2016; Kuruoğlu & Salman, 2017; Salman, 2018; Ünür, 2013; Vickers, 2007) rastlanmaktadır. Bu noktada yaşlanmanın, yaşlılığın ve yaşlıların medyada nasıl temsil edildiğine ilişkin literatürdeki somut örnekler artırılabilir.

Dünya Yaşlılar Günü döneminde üç farklı ülkede yapılmış gazete haberlerini inceleyen Yoğurtçu (2019) yaşlıların bu haberlerde “aktif sosyal yaşamdan geri çekilmiş, bağımlı, yardıma muhtaç, toplumdan yalıtılmış, hasta ve yalnız, fiziksel ve zihinsel olarak zayıf düşmüş insanlar” olarak temsil edildiğini; buna karşılık yaşlılara yönelik kötü davranış ve tutumların neredeyse hiç ele alınmadığını tespit etmiştir. Buna göre yaşlılar topluma faydalı olabilecek potansiyelleri üzerinden değil gündeme

gelebilecek sorun alanları üzerinden ele alınmıştır. Apak ve Aka (2020) ise yaşlı temsiline gazete haberleri örneğinde 87 yıllık dönüşümünü inceledikleri çalışmada yaşlı kelimesiyle doğrudan ilgili kelimelerin ve onları niteleyen sıfatların daha ziyade olumsuz olduğunu bulmuş, ayrıca yaşlı temsiline yıllar içerisinde “düzenli olarak olumsuzla doğru değişim gösterdiği” neticesine ulaşmıştır. Çalışmada ayrıca yaşlılarla ilgili haberlerin önemli bir kısmının hastalık temalı olduğu bulunmuştur.

Yaşlıların temsiliyle ilgili bir diğer sorun homojen bir yaşlı imajı oluşturulmasıdır. COVID-19 Pandemisi dönemindeki ulusal gazete manşetlerinden hareketle yaşlı ayrımcılığının araştırıldığı bir çalışmada (Yılmaz & Tunç, 2020) yaşlıların kırılabilirlik ve savunmasızlığa dayalı homojen bir temsili olduğu gösterilmiştir. Bu dönemde yaşlılara ilişkin olumsuz algı medya aracılığıyla önemli ölçüde pekiştirilmiştir. Pandemi döneminde yaşlıların sosyal medyadaki temsiliyle ilgili başka bir çalışmada da (Taşdelen, 2020) yaşlı ayrımcılığını artıran söylemlerin hâkim olduğu, yaşlılara karşı olumsuz ve kuşaklar arası gerilime neden olan bir toplumsal algının güçlendiği gösterilmiştir. Pandemi dönemindeki internet haberleri üzerinden yapılan bir başka çalışmada (Göksun, 2023) olumsuz yaşlı temsillerinin yanı sıra olumlu temsillerin de var olduğu gösterilmiş, buna karşın yaşlıların “desteklenmesi gereken dezavantajlı bir grup” olarak temsil edildiği ortaya konulmuştur.

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere medyada yaşlılık temsili büyük ölçüde olumsuzdur. Daha önceki çalışmalarda yaşlıların genel olarak medyadaki yaşlı temsillerini kendilerine uyguladıkları ve bu temsillere göre davrandıkları (Westerhof ve ark., 2010) gösterilmiştir. Bu süreç kendi kendine stereotipleştirme olarak kavramsallaştırılmaktadır. Buna göre yaşlı bireyler medyada gördükleri yaşlı temsillerinden etkilenerek söz konusu temsillere benzer davranış kalıpları geliştirmektedir. Televizyon başta olmak üzere genel olarak kitle iletişim araçlarının yaşlı insanlar için başlıca bilgi kaynaklarından olduğu (Prieler & Kohlbacher, 2016) düşünülürse medyadaki olumsuz yaşlı stereotiplerinin yaşlılar üzerindeki etkisi belirginleşecektir. Dolayısıyla yaşlılığın medyadaki olumsuz temsili hem yaşlıların davranışlarını hem de onlara yönelik tutum ve davranışları etkilemekte, yaşlanan dünyada yeni toplumsal rollerin biçimlenmesi sürecine olumsuz yansımaktadır.

Medyadaki yaşlı temsiline eksik ve çoğunlukla olumsuz olmasından yola çıkılan bu çalışma, olumlu yaşlı temsillerine dair bir arayışı ifade etmektedir. Bu kapsamda “herkes için sağlıklı ve değer gören yaşlılık hakkını farklı kuşaklar ile bir arada desteklemek, yaşlı nüfusu için sosyal politikaların geliştirilmesine araştırmamızla, öncü/örnek teşkil eden çalışmalarımızla ve başlatacağımız tartışmalarla katkıda bulunmak” misyonu ile (Yaşlı Hakları Derneği, t.y.) hareket eden 65+ Yaşlı Hakları Derneği’nin düzenlediği ilk kısa film yarışmasında derece alan filmlerdeki yaşlılık temsiline odaklanılmıştır. Bununla hedeflenen, medyadaki olumsuz yaşlılık temsiline

karşı geliştirilebilecek alternatif yaşlılık temsiline imkânlarını sorgulamaktır. Zira 65+ Yaşlı Hakları Derneği bahsi geçen kısa film yarışmasının duyurusunda başvurularda aranacak özellikleri sıralarken “‘Yaşlılık’ konusunda doğru bilgileri içermeli ve olumlu iletiler vermelidir.” ifadesi kullanmış; yaşlılığı “hastalık, düşkünlük, yokluk, çaresizlikle” değil bilgelikle özdeşleştirme, yaşlıların yalnız kalmadan ve engellere takılmadan sağlıklı, üretken ve aktif bir şekilde hayatın içinde var olabilmesi gibi amaçların “her yaştan insana, sinema diliyle” anlatılmasını “rica” etmiştir (Yaşlı Hakları Derneği, 2015). Dolayısıyla bu çalışma ile söz konusu yarışmada ödül almış filmlerin yaşlılığa ve yaşlanmaya dair gerçekte yaygın olan ve literatürde tespit edilen aksine olumlu temsillere sahip olduğu öngörülmekte ve bunun değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada görsel sosyoloji ve nitel araştırma yöntemi birlikte kullanılmış, çoklu metod uygulanmıştır. Görsel sosyolojiden kısaca bahsetmek gerekirse, görsel sosyoloji araştırma konusunu temsil ettiği ya da içerdiği düşünülen imgelerin veri olarak toplanması ve çözümlenmesidir (Görk 2016, s. 30). Kullanılan imgeler genellikle fotoğraf ve video kaydı olmakla birlikte sanat resimleri, reklamlar, makyaj, moda, peyzaj ve mimari gibi tasarımlar da görsel veri olarak kullanılabilir (Toksoy 2007, s. 69). Bu çalışmada yarışma için hazırlanan filmler görsel sosyolojinin verisi olarak kullanılmıştır. Ayrıca bu çalışmada içerik analizi yapılmış ve yönetmenlerle yarı yapılandırılmış mülakat teknikleri kullanılmıştır. Kullanılan görsel malzemeler 65+ Yaşlı Hakları Derneği'nin düzenlemiş olduğu kısa film yarışmasında derece alan filmlerdir.

Verilerin analizi sırasında öncelikle yarışmaya gönderilen bütün filmler her bir araştırmacı tarafından izlenmiş, ardından ödül alan filmler birçok kez izlenmiş, yaşlı temsiline dair dikkat çeken sahnelerin ekran görüntüleri çekilerek bu görsel içerikler analiz edilmiştir. Ardından ödül alan filmlerin yönetmenleriyle derinlemesine mülakat yapılmıştır. Mülakatlar sırasında araştırmacıların bu çalışma için hazırladığı yarı yapılandırılmış soru formundan yararlanılmıştır. Mülakat soruları filmlerin izlenmesi sırasında ortaya çıkan temalara dayanarak hazırlanmıştır.

Katılımcılardan biri şehir dışında olduğu için Skype üzerinden görüşülmüş, diğer mülakatlar yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Yönetmenlerden sadece birine ulaşılamamıştır. Bu çalışmada araştırma verisi olarak toplam 5 mülakat, 6 film ve araştırmacı notları kullanılmıştır. Mülakatlar deşifre edilmiş hâliyle 101 sayfadır. Mülakatlardan sonra filmler tekrar izlenmiş ve elde edilen tüm bulgular MAXQDA programında analiz edilmiştir. Ayrıca mülakatlardan önce katılımcıların daha rahat konuşması açısından gerçek isimlerinin kullanılmayacağı belirtilmiş, bu sebeple bu çalışmada katılımcılara müstear isimler verilmiştir.

Bulgular

Bu çalışmada 65+ Yaşlı Hakları Derneği'nin düzenlemiş olduğu ilk kısa film yarışmasında derece alan altı kısa filmdeki yaşlılık temsilleri incelenmiştir. Filmlerin ikisi belgesel, biri kurgu, üçü ise kamu spotu türündedir. Kısa film dalında birincilik ödülü alan Altın Kızlar filmi birlikte yaşayan iki kız kardeşin hikayesini belgesel niteliğinde ele almıştır. Filmde kardeşlerin ağzından eski yaşantıları aktarılmış ve ara görüntüler eşliğinde o günkü yaşantıları gösterilmiştir. İkincilik ödülü alan Misafir adlı kurgu film savaştan kaçıp yeğenin evine sığınan ve misafir olduğu evin çocuğundan Türkçe öğrenen, ona örgü ve yemek yapmak gibi şeyler öğreten bir kadını konu almaktadır. Bu filmdeki yaşlı karakter aynı zamanda göçmen temsillerini de barındırmaktadır. Kısa film dalında üçüncülük alan Lübbeyin Yaşlıları “terk edilmiş” bir köy olan Lübbey’i terk etmeyen az sayıdaki yaşlının yaşamını konu edinmiş belgesel niteliğinde bir filmdir. Kamu spotlarında ise “Yaşlanmak deneyimdir.”, “Ruh asla yaşlanmaz.” ve “Üreten yaş almaz.” mesajları açıkça verilmektedir. Çalışmanın bu kısmında kısa filmlerdeki yaşlı temsili ortaya koyulacak, yönetmenlerin bu temsillerin üretilme biçimine ilişkin değerlendirmeleri incelenecektir.

Kendi Kendine Yeten Yaşlı Temsili

Kısa filmlerde ve mesajı daha açık olan kamu spotlarında bir köşede oturan, yalnız, hasta, bayram reklamlarındaki gibi torunlarını “bekleyen” yaşlılardan ziyade aktif, üreten, hayatın içindeki yaşlılara yer verilmiştir. Bu anlamda ilgili filmlerdeki yaşlı temsillerinin görece olumlu temsiller olduğu söylenebilir. Bu aşamada filmlerdeki temsillerden detaylı bir şekilde bahsedilebilir. Kısa film dalında birincilik ödülü alan “Altın Kızlar” filminde çeşitli sağlık sorunları olsa ve yalnız kalmışsa da kendi kendine yeten, evinin işlerini gören yaşlı temsili dikkat çekicidir. Bu temsili daha dikkat çekici kılan ise yönetmenin tercihine dayalı olduğu açık olan detaylardır. Öyle ki belgesel türündeki bu filmde kardeşler sözlü olarak eski yaşantılarını dile getirirken yönetmen bu sözlü sahnelerin arasına kardeşlerin gündelik yaşamından parçalar yerleştirmiştir.



Resim 1. Kapısının önünü süpüren yaşlı.

Bu parçalarda yaşlıların evlerinin önünü süpürmesi, yataklarını toplaması, çay sofrasında muhabbet etmesi gibi detayların yanı sıra şarkı söyledikleri, mani dizdikleri, keyif kahvesi içtikleri ânlarla yer verilmiş olması düşkün ve çaresiz yaşlı temsillerinin aksine hayatın içinde olağan yaşam akışını sürdüren bir temsil ortaya koymaktadır. Resim 1’de görülen sahne, yönetmenin yaşlılık ile düzeni, tertibi ve belki daha önemlisi hayat enerjisini sembolize eden çiçekleri bir araya özellikle getirdiği şekilde yorumlanabilir.



Resim 2. Yaşlı evinde rengarenk çiçeklerle bezeli bir köşe.

Öğrenen, Öğreten ve Uyumlu Yaşlı Temsili

Kısa film dalında ikincilik ödülünü alan Misafir filminde ise çocuklu bir ailenin evine savaştan kaçan yaşlı bir kadın akraba sığınmıştır. Kadın tek başına kalmıştır, gidecek kimsesi yoktur, yaşlıdır ve Türkçe bilmemektedir. Evin beyi ise bu durumdan hiç memnun değildir. Savaş görmüş göçmen bir yaşlının travmatik anlarını gösteren birkaç sahnenin ardından yönetmenin kuşaklar arası etkileşimi vurgulayan sahnelere ağırlık vermiş olması dikkat çekicidir. Bu açıdan filmde kuşaklar arası etkileşimin iyileştirici etkisinin vurgulandığı söylenebilir. Yaşlı kadın küçük kızdan Türkçe öğrenir, onunla birlikte parka gider, buldukları büyük şehri küçük kızla birlikte keşfeder. Dahası evdeki küçük kıza örgü örmeyi, börek yapmayı öğretir. Filmde hem yaş hem de göçmenlik dolayısıyla ayrımcılığa uğramasına rağmen üreten, öğreten, öğrenmeye ve keşfetmeye açık, uyumlu ve aktif bir yaşlı temsili görülmektedir.

Bu toplumun koyduğu roller işte. Sen artık bir babaannesin, evde oturabilirsin, torun bakabilirsin, bu kadar, bitti. O sarmaldan çıkacak mesela şimdi biri dese ki burada ülkemizde işte, ben çalışacağım, ben de derim mesela niye çalışıyorsun ki? Neden çalışıyorsun ki? Bir şey mi ihtiyacın var? Para, maddi bir durumdan mı? Ama aslında o öyle bir şey değil, üretmesi lazım, bir şey yapması lazım o insanların, diye düşünüyorum. (Mehmet).



Resim 3. Misafir olduğu evdeki kıza börek yapmayı öğreten yaşlı.

Yukarıdaki alıntıda görüldüğü üzere Misafir filminin yönetmeni Mehmet yaşlıların torun bakmaktan öteye geçerek üreten insanlar olması gerektiği görüşündedir. Bu durum çektiği filmde de açıkça ortaya koyulmuştur. Savaş, dil, yaş, yalnızlık gibi sebeplerle zor durumda olan bir yaşlının dahi çokça şey yapabildiği güçlü bir yaşlı temsili görülmektedir. Mehmet ortaya koyduğu temsili, yaşlının “işe yaradığını hissetmesi” sayesinde toplumla bağ kurması şeklinde gerçekleştirmektedir:

Rusya’da şeyi görmüştüm ben, müzeye girmiştım, orada vestiyerde çalışan kadınlar, mont vereceksiniz, 70-80 yaş arası kadınlar çalışıyorlar, müthiş böyle bir güler yüzlü falan. Çok şaşıırıyorsunuz ve bir yandan da böyle şey düşünüyorsunuz, acaba ‘yazık’ mı demeliyim. 80 yaşında çalışıyor, yazık mı demeliyim, yoksa bu güzel bir şey mi gibi bir şeye düşünüyorsunuz. Ama aslında güzel bir şey, şöyle güzel bir şey, eğer yani insani bir, onun yaşına uygun bir şeyde çalışıyorsa onun için çok güzel bir şey çünkü işe yaradığımı hissediyor, oraya gidiyor, kendisiyle yaşıt insanlarla, toplumla bir şey kuruyor o kişi. Bunu yapmasa ne yapacak mesela? (Mehmet).

Öğrenen ve öğreten, bu açıdan toplumla bağ kurmaya devam eden bir yaşlı temsili yönetmenin ideal yaşlı algısıyla uyum içerisindedir. Bağ kuran yaşlı, aynı zamanda filmde kendisi ve çevresindekiler için psikolojik iyi oluşu tesis eden bir rol üstlenmektedir.

Zamana Direnen, Aktif Yaşlı Temsili

Kısa film dalında üçüncülük ödülü alan “Lübbey’in Yaşlıları” filmi belgesel türündeki diğer filmidir. Yaşlıların kendi anlatılarına yer verilen filmde gündelik hayata ilişkin görüntülere dış ses eşlik etmektedir. Film terk edilmiş bir köyde “zamana direnen” yaşlıların hayata tutunma çabasını göstermektedir. Bu köydeki yaşlılar yalnızdır ve

hatta “ölümü beklemektedir.” Ancak filmde “yalnızlıklarıyla barışık” oldukları belirtilen yaşlılar aynı zamanda kendi işlerini gören, çalışan, aktif yaşlılar olarak temsil edilmiştir.



Resim 4. Kendi işlerini kendi gören yaşlı.

Tecrübeli, Sportif, Sağlıklı Yaşlı Temsili

Kamu spotu dalında birinci olan Deneyim filminde aktif, spor yapan bir yaşlı temsili söz konusudur. Spora giden bir gencin yolda koşu yapan bir yaşlı görüp onu küçümsemesi üzerinden başlayan filmde genç, spor salonuna gider ve ağırlık kaldırmaya başlar. Ağırlıklar zamanla artarken genç bir noktada tıkanır ve hareket edemez hâle gelir. Bu sırada yolda gördüğü yaşlı gelip tek eliyle ağırlığı kaldırır ve genci zor durumdan kurtarır. “Yaşlanmak deneyimdir.” sloganı verilen filmin son sahnesinde yaşlı sporcunun gence ağırlık kaldırırken dikkat etmesi gerekenleri öğrettiği görülür.



Resim 5. Spor salonunda yanındaki gence ağırlık kaldırmayı öğreten yaşlı.

Kesinlikle, elinde olmayan bir şey, zaten, şu an daha yeni, biraz geç de olsa ehliyet alıyorum ben. Orada öğrendiğim bir şey vardı, 70 yaştan sonra refleksler azaldığı için araç kullanmada daha dikkatli olmaları gerekiyordu. Bunu ona bağlayabilirim, iş performansı anlamında ister istemez bir düşme oluyor. (Tarık).

Yönetmen Tarık'ın, filminde aktif ve performans sahibi bir yaşlı temsiline yer vermesine rağmen mülakatta yaşlılık döneminde “ister istemez” performans kaybı yaşanacağını belirtilmiş olması dikkat çekicidir. Tarık yaşlılığın performans kaybıyla birlikte geldiği görüşündedir ancak bir kısa film yarışması için çektiği kamu spotunda genç bireye yol gösterebilecek bir performansa sahip olan yaşlı temsiline yer vermiş ve bu farkı tecrübe ile ilişkilendirmiştir. Filmdeki temsil ve yönetmenin yaşlı performansına yönelik algısı arasındaki çelişki, içerik üreticilerinin şahsi algılarından bağımsız ve alternatif amaçlara yönelik temsiller oluşturulabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Gençliği ile Barışık, Ruhu Yaşlanmayan Yaşlı Temsili

Kamu spotu dalında ikincilik ödülü alan Bir Anı filminde pencerenin önünde oturan bir yaşlı dışarı baktığında gençliğini görür, hazırlanır ve gülümseyerek dışarıya çıkar. Gençliği ile bağını koparmamış mutlu bir yaşlının temsil edildiği bu filmde yaşlıların evde oturmak yerine gençliğindeki gibi hayata karışması teşvik edilmiş ve ruhun yaşlanmayacağı mesajı verilmiştir.



Resim 6. Dışarı çıkmak için hazırlanırken mutlu olan yaşlı.

Üreten Yaşlı Temsili

Son olarak kamu spotu dalında üçüncülük ödülü alan Üreten Yaş Almaz filmi çeşitli zanaatla ilgilenen yaşlıları göstermekte ve onların ağzından izleyenleri üretmeye teşvik etmektedir. Bu açıdan filmde üreten yaşlı temsiline öne çıkarıldığı söylenebilir.

Üretmeyen, üretme anlamında hiçbir şey yapmayan, sadece ben yaşlandım, kenara çekileyim, artık ben ömrümün sonuna geliyorum, bundan sonra artık benim bir şeyim yok, (bu şekilde) kendini küçümseyen insanlar dediğimiz gibi ‘yaşlı’ olabilir. (Zafer).

Zafer’in yönetmenliğini yaptığı filmde oyuncular bir yandan atölyelerinde bir şeyler üretmekte ve bir yandan da açıkça “Hayatın içindeyim, üretmeye devam ediyorum” demektedir. Filmde “Hayattan emekli olunmaz” mesajı vurgulanmaktadır. Zafer’in yaşlıyı nasıl tanımladığı da göz önünde bulundurulursa üretmenin, yaşlılığın hayattan uzaklaştıran yanlarına karşı etkili bir yöntem olarak gösterildiği söylenebilir.



Resim 7. Atölyesinde el sanatlarıyla uğraşan, üreten yaşlı.

Bir Tercih Olarak Yaşlı Temsilleri

Görüldüğü üzere yarışmada derece alan tüm filmlerde üreten, aktif, hayattan kopmamış yaşlı temsillerine yer verilmiştir. Mevcut tabloda yönetmenlerin bir yaşlılık ütopyası oluşturma niyetinde olmadığı da belirtilmelidir. Filmlerde yalnızlık, hastalık, ölüm gibi literatürde sık karşılaşılan temaları içeren sahneler de söz konusudur. Ancak söz konusu filmlerin hiçbirinde bu olumsuz temalar yaşlıyı doğrudan temsil eden temalar olarak kullanılmamıştır. Yaşlıdan ve yaşlılıktan beklenen performansın gerçekçi temellere oturtulması gereğiyle ilgili yönetmen Yücel’in söyledikleri önemlidir:

O filmdeki yaşlılarımızın hepsi bence başarılıdır. Hangi şartlarda olursa olsun ellerinden geleni yapabilmişler. Bu dünyaya gelmişler, Şevki olarak, Süleyman olarak, birey olarak, insan olarak son ana kadar, elimden ne geliyor? Bu. Yapmış, yapmış. Yapabilir. Ya da yapmaya gayret ediyor en azından. Yani o anlamda yaşlı elinden geleni yapabiliyorsa bence onun performansı

tamamdır yani. Eksik performans değildir. Hani benim amca iki keçiyi bahçeye götürüyor. Geri getiriyor. Sütünü sağıyor. Sütü yediği zaman diyor ki ben onlara bakıyorum onlar da bana süt veriyor. O gün onun için tamam artık. Şu an yapabildiği bu. (Yücel).

Bu açıdan beklenen, kişinin yapabileceğinin en iyisini yapmasıdır. Öte yandan Yücel, filmlerinde “gerçek” karakterlere yer vermiştir. Yaşlılığı “olduğu gibi” kabul eden Yücel, hangi şartta olursa olsun elinden geleni yapan, aktif, üreten, hayata bağlı yaşlıları filmlerinde göstermeyi tercih etmiştir. Benzer şekilde Tarık aksi düşünceleri olsa da tecrübenin önemini vurgulayan aktif, üretken bir yaşlı temsili göstermeyi tercih etmiştir. Dereceye giren tüm filmlerde, yaygın olan olumsuz yaşlı temsiline aksine olumlu yaşlı temsilleri söz konusudur. Zira yaşlılar da aslında toplumun diğer kesimleri gibi homojen bir grup değildir ve yönetmenler ürettikleri temsilleri “tercih” edebilme yetkisine sahiptir. Bu tercih, söz konusu filmlerde yönetmenin algıları ve vermek istediği mesajın yanı sıra açıkça “olumlu iletiler” beklediğini ileten yarışma komitesinin beklentilerine de dayanmaktadır. Medya sektörünün temel eğilimlerinin dışındaki bu yarışma, olumlu yaşlı temsili teşvik etmiştir. Ancak genel olarak olumlu yaşlı temsili medya sektörünün beklentileriyle uyuşmamaktadır:

Sinema yönetmenin elindedir. Yönetmen nereyi görmek isterse, ne vermek isterse, seyirciye onu verir... Yok, yaşlılık, bana göre, yaşlılık temsilinden ziyade, satılmıyor. Yaşlı ile beraber bir şey satamazsınız. Mesela film posterlerine bakın, en önde başrollerdir, bizim şeyler arkadadır. (Muzaffer).

Kim izlemek ister ki? Bir tane Amour çekilir işte, 5 yılda bir... Ama bir yaz dizisi, gençlik dizisinde, ister istemez hani işin o kısmını da düşünmek zorundalar. Gidip bir pop şarkıcısını oynatır. Onun hazır bir takipçi kitlesi var. (Tarık).

Bu noktada yönetmenlerin söyledikleri dikkat çekicidir. Temsili yönetmen belirlemektedir. Toplumda olanı objektif olarak göstermek ya da ideal bir temsil oluşturmak gibi bir zorunluluğu bulunmayan yönetmen önceliklerine ya da en azından sektörün önceliklerine uygun temsillere yer vermektedir. Yaşlıların neden genelde aciz, düşkün, çaresiz bir şekilde temsil edildiği ya da hiç temsil edilmediği hakkında Muzaffer’in kullandığı “satılmıyor” ifadesi çarpıcı bir gerçeğe işaret etmektedir. Yönetmenler sektörün zorlu olduğunu, uzun çalışma saatlerinin yaşlılara uygun olmadığını belirttikten sonra asıl meselenin “pazarlama” olduğunu açıkça ifade etmiştir.

Sonuç

Sonuç olarak söz konusu dereceli altı filmde yarışma komitesince nitelenen yaşlı profili ile genel olarak uyumlu temsillere yer verildiğini söylemek mümkündür. Dereceye giren filmlerde “herkes için sağlıklı ve değer gören”, engelleri aşabilen, mücadele eden aktif bir yaşlılık temsili görülmektedir. Ayrıca yarışma metninde belirtilen “doğru bilgiler içermeli ve olumlu iletiler vermelidir” (Yaşlı Hakları Derneği, 2015) şartının da yönetmenler tarafından yerine getirildiği söylenebilir. Yarışmaya

gönderilen ve dereceye giremeyen filmlerde yaşlılık temsillerinin düşkünlük, çaresizlik, yokluk temaları ile bezenmiş olduğu görüldüğünde dereceye giren filmlerdeki yaşlılık temsillerinin ne kadar olumlu olduğu daha iyi anlaşılmaktadır. Filmlerdeki hikayelere bakıldığında ütopya düzeyinde bir yaşlılık temsili değil gerçekçi, hayatın içinden ve olumlu örneklerle rastlanması ayrıca dikkat çekicidir. Suni olmayan ve toplumsal geçeklikle uyuşan bu temsil biçimi, medya sektöründe yaygın olan olumsuz yaşlı temsiline alternatif sunmaktadır. Öyle ki bu çalışmada konu edilen kısa filmlerde, medyada görülen kimsesiz, çaresiz, muhtaç, bağımlı (Apak & Aka, 2020; Yoğurtçu, 2019) temsiline karşı kendi kendine yeten yaşlı temsili; teknolojik gelişmelerden uzak (Coşkun & Kaymak, 2022), yeniliğe kapalı (Demir, 2017) temsiline karşı öğrenen-öğreten yaşlı temsili; yalnızlaşmış, dışlanmış (Kuruoğlu & Salman, 2017), huysuz (Apak & Aka, 2020), önyargılı (Hummert, 1990) temsiline karşı uyumlu yaşlı temsili; emekli (Apak & Aka, 2020), yoksul, güçlülükle geçinen, topluma katkı sunma potansiyelini yitirmiş (Yoğurtçu, 2019), verimsiz (Demir, 2017) temsiline karşı zamana direnen, aktif, üretken yaşlı temsili; bunak (Apak & Aka, 2020; Demir, 2017), ağır düşünen (Hummert, 1990) temsiline karşı tecrübeli, bilge yaşlı temsili; hasta, ölüm döşğinde (Kuruoğlu & Salman, 2017), yatalak, sakat, yorgun (Apak & Aka, 2020), savunmasız (Yoğurtçu, 2019) temsiline karşı sağlıklı ve sportif yaşlı temsili; korku dolu, umutsuzluğa kapılmış (Hummert, 1990), depresif (Kılınç & Uztağ, 2016) temsiline karşı gençliği ile barışık, ruhu yaşlanmayan yaşlı temsili alternatifleri oluşturulabilmiştir. Bu alternatifler, yaşlanan toplumlar için önemli bir sağaltıcı etki potansiyeline sahiptir ve bu açıdan teşvik edilmeye değerdir. Bireylerin algı, tutum ve davranışlarının medya temsillerinden etkilendiği ve dahası kendi kendine stereotipleştirme etkisi düşünülürse olumlu yaşlı temsili topluluk bağlarını pekiştirme ve bireysel iyi oluşa hizmet etmede rol oynayacaktır. Bunun önündeki önemli engellerden biri ise piyasa mantığıyla hareket eden medya sektörüdür.

Literatürdeki yaşlı temsili çalışmalarına bakıldığında medyada genel olarak “olumsuz” temsillerin öne çıktığı görülmektedir. Yarışmada derece alan filmlerde ise tersi bir durum söz konusudur. Bu filmlerin çoğunlukla, yaşlılığın olumlanması beklentisindeki bir yarışmaya özel olarak yapıldığını ve bu bağlamda ödül aldıklarını hatırlamamız gerekiyor. Oysa medya sektöründe piyasa mantığı hâkimdir ve bu mantık “satılabilecek” ürünlerin üretilmesini gerektirmektedir. Bu gereklilik yönetmenlerin algılarından ziyade tercihlerini geçerli kılmaktadır ve bu tercihler de çoğunlukla medya sektörünün beklentileriyle uyumlu olarak şekillenmektedir. Medya sektörünün nüfusun yaşlandığını gösteren verilere rağmen “genç pazarını” ele geçirmeye odaklandığı (Carrigan & Szmigin, 1999) daha önceki çalışmalarda gösterilmiştir. Bu durum, bu çalışmanın bulgularıyla desteklenmektedir. Medya sektörünün pazarlama odaklı yaklaşımına karşın yaşlanan toplumumuzun ihtiyacı olan insan odaklı ve olumlu yaşlı temsillerinin sayısının artması güç olduğu kadar üzerinde çalışılmayı hak eden bir meseledir.

Hakem Değerlendirmesi: Dışbağımsız.

Yazar Katkısı: Çalışma Konsepti/Tasarımı: M.A.Y., B.T.T.; Veri Toplama: M.A.Y., B.T.T.; Veri Analizi /Yorumlama: M.A.Y., B.T.T.; Yazı Taslağı: M.A.Y., B.T.T.; İçeriğin Eleştirel İncelemesi: M.A.Y., B.T.T.; Son Onay ve Sorumluluk: M.A.Y., B.T.T.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Teşekkür: 65+ Yaşlı Hakları Derneği'ne Kısa Film Yarışmasını düzenlediği ve bu araştırmanın gerçekleştirilmesine yönelik desteği için çok teşekkür ederiz.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Conception/Design of study: M.A.Y., B.T.T.; Data Acquisition: M.A.Y., B.T.T.; Data Analysis/Interpretation: M.A.Y., B.T.T.; Drafting Manuscript: M.A.Y., B.T.T.; Critical Revision of Manuscript: M.A.Y., B.T.T.; Final Approval and Accountability: M.A.Y., B.T.T.

Conflict of Interest: The authors declare no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Grant Support: The authors received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Thanks: We would like to thank the 65+ Elderly Rights Association for organizing the Short Film Competition and for their support in conducting this research.

Kaynakça/References

- Apak, E., & Aka, V. (2020). Medyada yaşlı temsilcilerinin 87 yıllık dönüşümü: Cumhuriyet Gazetesi örneği 1930-2017. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 13(1), 19–26.
- Aydoğan, H. (2022). Yaşlıların sosyal reklamlar aracılığıyla temsili: 6 ülke karşılaştırması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* 26(1), 21–44.
- Carrigan, M., & Szmigin, I. (1999). In pursuit of youth: what's wrong with the older market? *Marketing Intelligence & Planning*, 17(5), 222–231.
- Coşkun, A., & Kaymak, A. (2022). Yaşlı bireylerin yoksulluk bağlamında medyada temsiline yönelik göstergebilimsel bir çalışma örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 143–161.
- Demir, I. (2017). Mizah dergilerinde yaş ayrımcılığının yeniden üretimi. *Senex: Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, 1, 57–75.
- Diñç, A. M., & Diñçer, Z. (2019). Yeni medyada temsili anlamlandırma. *Dördüncü Kuvvet*, 2(1), 91–102.
- Göksun, Y. (2023). Türkiye’de Covid-19 Pandemisi sürecinde yaşlıların haberlerde temsili. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 32, 943–960.
- Görk, R. V. (2016). Bir yöntem, yöntembilim ve/veya bir sosyoloji alanı olarak görsel sosyoloji. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 15, 25–40.
- Hall, S. (2020). The work of representation. In T. Prentki & N. Abraham (Eds.), *The applied theatre reader* (pp. 74–76). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429355363>
- Hummert, M. L. (1990). Multiple stereotypes of elderly and young adults: A comparison of structure and evaluations. *Psychology and aging*, 5(2), 182–193.
- Kandemir, S. (2022). Kültürel çalışmaların baş aktörü “temsili: kültürel temsiller ve anlamlandırma uygulamaları” [S. Hall’ın “Temsil: kültürel temsiller ve anlamlandırma uygulamaları” adlı eserinin değerlendirmesi]. *4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 21, 111–118. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2022.1213030>

- Kılınç, Ö., & Uztuğ, F. (2016). Televizyon dizilerinde yaşlılığın temsili. *İstanbul University Journal of Sociology*, 36(2), 477–506.
- Kuruoğlu, H., & Salman, S. (2017). Medyada yaşlılık ve Türk sinemasında yaşlılık temsili. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 1–23.
- OECD. (2023). *Elderly population*. <https://data.oecd.org/pop/elderly-population.htm>. <https://doi.org/10.1787/8d805ea1-en>
- Prieler, M., & Kohlbacher, F. (2016). Advertising in the aging society: setting the stage. In *Advertising in the aging society* (pp. 1–20). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137586605_1
- Salman, S. (2018). Medyada yaşlı beden temsili: Son Koşu filmi örneği. H. Kuruoğlu & K. T. Özsel (Ed.), *Medya ve beden* içinde (s. 344–360). Detay Yayıncılık.
- Taşdelen, B. (2020). COVID-19 salgın sürecinde yaşlılığa bakış: 280 karakter yaşlılar hakkında ne söylüyor? *Turkish Studies*, 15(6), 877–891.
- Toksoy, N. G. (2007). *Sosyal bilimsel düşünce içinde görüntülerin yeri ve fotoğrafın potansiyeli* (Yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Ünür, E. (2013). Türk televizyon dizilerinde toplumsal kimliklerin temsili. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(2), 32–42.
- Vickers, K. (2007). Aging and the media: yesterday, today, and tomorrow. *Californian Journal of Health Promotion*, 5(3), 100–105.
- Westerhof, G. J., Harink, K., Van Selm, M., Strick, M., & Van Baaren, R. (2010). Filling a missing link: the influence of portrayals of older characters in television commercials on the memory performance of older adults. *Ageing & Society*, 30(5), 897–912.
- World Health Organization. (2022). *Ageing and health*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- Yaşlı Hakları Derneği. (2015). *Kısa film ve kamu spotu yarışması*. <https://yaslihaklaridernegi.org/wp-content/uploads/2015/05/65-YHD-%C5%9EARTNAME.docx.pdf>
- Yaşlı Hakları Derneği. (t.y.). *Hakkımızda*. <https://yaslihaklaridernegi.org/hakkimizda/>
- Yılmaz, F., & Tunç, D. H. (2020). COVID-19 Pandemisinde medyada yaşlı ayrımcılığı. S. Giray Yakut (Ed.), *Sosyal boyutlarıyla sağlık çalışmaları* içinde (s. 69–80). Rating Academy Yayınları.
- Yoğurtçu, G. (2019). Yaşlılık olgusu ve yaşlılığın medyada temsili: Türkiye, Rusya ve Kırgızistan gazeteleri örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(3), 1049–1066.

