

İNSAN&İNSAN

BİLİM KÜLTÜR SANAT VE DÜŞÜNCE DERGİSİ

YIL/YEAR: 5 SAYI/ISSUE: 16 BAHAR/SPRING 2018 ISSN: 2148-7537

MAKALELER / ARTICLES

EKMEL GEÇER

Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı

Popular Culture, Politics and Religion: Prime-Time or Selfie Religiosity

ZEYNEP KABAN KADIOĞLU

Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010)

A Chronological Analysis of the Change in the Ownership Structure of Media in Turkey (1950-2010)

SÜLEYMAN ŞANLI / ABU BAKAR SIDDIQ

Anthrozoological Study on the Agro-Pastoral Societies of Kızıltepe, Southeast Anatolia

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Kızıltepe’deki Agro-Pastoral Topluluklar Üzerine Bir Antrozoolojik İnceleme

ARUS YUMUL

Hepimiz Peyami Safa’nın Sözde Kızlar’ından Çıktık

We All Came out of Peyami Safa’s So-Called Girls



İNSAN&İNSAN

BİLİM KÜLTÜR SANAT VE DÜŞÜNCE DERGİSİ

JOURNAL OF SCIENCE, CULTURE, ART AND THOUGHT

Hakkında

İNSAN&İNSAN Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi üç ayda bir elektronik olarak yayımlanan erişime açık hakemli bir dergidir. Bahar, Yaz, Güz ve Kış sayıları Nisan, Temmuz, Ekim ve Ocak aylarında yayımlanır.

İNSAN&İNSAN Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi çok alanlı bir dergidir. Çevre, edebiyat, eğitim, etik, felsefe, hukuk, iktisat, iletişim, işletme, sanat, siyaset, şehir, tarih, toplum, uluslararası ilişkiler, yönetim ve yöntem bilim alanlarında insana dair, özgün bakış açısına sahip akademik araştırma, inceleme ve çalışmalara yer verir. Dergiye gönderilen yazılar yayın kurulunun ön değerlendirmesinden sonra, anonim en az iki hakem tarafından incelenir.

İNSAN&İNSAN Dergisi Index Copernicus International (ICI), DOAJ, InfoBase Index, OAJI, CiteFactor Academic Scientific Journals, Scientific Indexing Services (SIS), Journal Factor, International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF), International Citation Index (ICI), Cosmos Impact Factor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Academic Resource Index (ResearchBib), International Institute of Organized Research (I2OR), Google Scholar Index ve Türk Eğitim İndeksi tarafından taranmaktadır. Dergimizde yayınlanan makaleler Dergipark Akademik altyapısında dijital olarak arşivlenmektedir.

About

İNSAN&İNSAN Journal of Science, Culture, Art and Thought is an open access double peer reviewed journal which is published quarterly. The spring, summer, fall and winter issues are published in April, July, October and January respectively.

İNSAN&İNSAN Journal of Science, Culture, Art and Thought is a multidisciplinary journal. It includes academic researches, investigations and studies with a unique, human-related viewpoint on environment, literature, education, ethics, philosophy, law, economics, management, communications, art, politics, city, history, society, international relations, administration and methodology.

The papers sent to the journal are reviewed by two anonymous referees minimum after the preliminary evaluation of the editorial board.

İNSAN&İNSAN is indexed by Index Copernicus International (ICI), DOAJ, InfoBase Index, OAJI, CiteFactor Academic Scientific Journals, Scientific Indexing Services (SIS), Journal Factor, International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF), International Citation Index (ICI), Cosmos Impact Factor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Academic Resource Index (ResearchBib), International Institute of Organized Research (I2OR), Google Scholar Index and Türk Eğitim İndeksi (Turkish Education Index). The articles published in the Journal are archived digitally in the Dergipark Akademik infrastructure.

İNSAN&İNSAN, Yıl/Year: 5 Sayı/Issue: 16 Bahar/Spring 2018

ISSN : 2148-7537

Elektronik Yayın Adresi : www.insanveinsan.org

Sahibi / Publisher:

Okur Yazar Derneği, Ayvansaray m. Yeni Usul s. no: 2. 34085 Fatih İstanbul Türkiye

İletişim / Contact: bilgi@insanveinsan.org

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. H. Emre Bağçe

Prof. Dr. Yüksel Dede

Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal

Doç. Dr. Ebubekir Ayan

Doç. Dr. Fatih Demir

Doç. Dr. Abdullah Özkan

Yrd. Doç. Dr. Harun Kırılmaz

Yrd. Doç. Dr. Cengiz Sunay

Baş Editör / Editor in Chief

Doç. Dr. Fatih Demir

Editörler / Editors

Arş. Gör. Ali Minarlı

Halil Emre Deniz

E-posta: editor@insanveinsan.org

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Ayşen Akkor Gül
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Bünyamin Bacak
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. H. Emre Bağçe
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Yüksel Dede
Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Adem Doğan
Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Can Erbil
Boston College

Prof. Dr. Ayhan Gençler
Trakya Üniversitesi

Prof. Dr. Muhsin Halis
Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Esra Hatipoğlu
Nişantaşı Üniversitesi

Prof. Dr. Metin Işık
Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Özer Kanburoğlu
İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Nesrin Kula Demir
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Prof. Dr. Sadık Öncül
Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Birsen Örs
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Barış Özdal
Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Seçkin Özmen
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Kemalettin Şahin
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal
Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet Şimşek
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Abdullah Taşkesen
Bingöl Üniversitesi

Prof. Dr. Turgay Uzun
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Prof. Dr. Haldun Yalçınkaya
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Prof. Dr. Ergün Yolcu
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Banu Akdenizli
Northwestern Üniversitesi

Doç. Dr. Salih Akkanat
Gümüşhane Üniversitesi

Doç. Dr. Emre Ateş
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Artun Avcı
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Ebubekir Ayan
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Meryem Ayan
Pamukkale Üniversitesi

Doç. Dr. Kaya Bayraktar
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Güven Büyükbaykal
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Fatih Demir
Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Barış Doster
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Fahri Erenel
İstinye Üniversitesi

Doç. Dr. Şakir Eşitti
Ardahan Üniversitesi

Doç. Dr. Nilfen Gökçen
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Filiz Erdemir Göze
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Uğur Gündüz
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Gülcan Işık
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Oğuz Işık
Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. Tolga Kara
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Kutay Karaca
İstanbul Gelişim Üniversitesi

Doç. Dr. İhsan Karlı
Kocaeli Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Doç. Dr. Hikmet Kırık
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Kocaoğlu
Ahi Evran Üniversitesi

Doç. Dr. Selçuk Koç
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Burcu Kümbül Güler
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut Masca
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Doç. Dr. Ülkü Ayşe Oğuzhan Börekci
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Abdullah Özkan
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Hilmi Özkaya
Uşak Üniversitesi

Doç. Dr. Armağan Öztürk
Artvin Çoruh Üniversitesi

Doç. Dr. İrfan Paçacı
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Veli Polat
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Hakan Samur
Mardin Artuklu Üniversitesi

Doç. Dr. Pınar Seden Meral
Beykoz Üniversitesi

Doç. Dr. Şükrü Sim
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Lütfi Sunar
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Rıdvan Şentürk
İstanbul Ticaret Üniversitesi

Doç. Dr. İbrahim Şirin
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Soyalp Tamçelik
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Hacı Yunus Taş
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Coşkun Taştan
Polis Akademisi

Doç. Dr. Yıldırım Torun
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. İnci Yakut
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Bora Yenihan
Kırklareli Üniversitesi

Doç. Dr. Sinem Yıldırım alp
Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Yılmaz
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Sayım Yorgun
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Aslı Yurdigül
Erzurum Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ferda Alper Ay
Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Göksel Aymaz
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Edip Asaf Bekaroğlu
İstanbul Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Budak
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman Çalık
Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Çelebi Yıldız
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Adem Çelik
Kafkas Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Elif Demoğlu
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Anıl Ertok Atmaca
Karabük Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Devrim Ertürk
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zühal Fidan
Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şenel Gerçek
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Bilge Gürsoy
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Güven
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Bülent Kabaş
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Kaban Kadıoğlu
Marmara Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Dr. Öğr. Üyesi Berna Karagözoğlu
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Atahan Birol Kartal
Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nazım Kartal
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yasin Keleş
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Harun Kırılmaz
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Koncavar
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul Korkmaz
Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yalçın Lüleci
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Haldun Narmanlıoğlu
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Otrar
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Seçil Özay
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali Özcan
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Doğa Başar Sarıipek
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mert Sunar
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cengiz Sunay
Yalova Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Feryade Tokan Şenol
Yeditepe Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sefa Usta
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Yurttaş Özcan
Sakarya Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Esra Cizmeci
Yalova Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Yusuf Ziya Gökçek
Marmara Üniversitesi

Dr. Aysel Ay
Marmara Üniversitesi

Dr. Hakkı Cenk Erkin
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Abdullah Köktürk
Piri Reis Üniversitesi

Dr. Alparslan Nas
Marmara Üniversitesi

Dr. Erdiç Gülbaş

Dr. Ahmet Tetik

Arş. Gör. Ali Hikmet Korkmaz
Ahi Evran Üniversitesi

İNSAN&İNSAN, Yıl/Year: 5 Sayı/Issue: 16 Bahar/Spring 2018

Bu Sayının Hakemleri / Referees of this issue

Prof. Dr. Haldun Yalçınkaya
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Doç. Dr. Şakir Eşitti
Ardahan Üniversitesi

Doç. Dr. Pınar Seden Meral
Beykoz Üniversitesi

Doç. Dr. Aslı Yurdigül
Erzurum Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Devrim Ertürk
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Şenel Gerçek
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Güven
Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Cengiz Sunay
Yalova Üniversitesi

Öğretim Görevlisi Dr. Yusuf Ziya Gökçek
Marmara Üniversitesi

Arş. Gör. Ali Hikmet Korkmaz
Ahi Evran Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

MAKALELER
ARTICLES

EKMEL GEÇER

*Popüler Kültür, Politika ve Din:
Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı*
*Popular Culture, Politics and Religion:
Prime-Time or Selfie Religiosity*

85

ZEYNEP KABAN KADIOĞLU

*Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet
Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010)*
*A Chronological Analysis of the Change in the
Ownership Structure of Media in Turkey (1950-2010)*

100

SÜLEYMAN ŞANLI / ABU BAKAR SIDDIQ

*Anthrozoological Study on the Agro-Pastoral
Societies of Kızıltepe, Southeast Anatolia*
*Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Kızıltepe’deki Agro-Pastoral
Topluluklar Üzerine Bir Antrozoolojik İnceleme*

121

ARUS YUMUL

Hepimiz Peyami Safa’nın Sözde Kızlar’ından Çıktık
We All Came out of Peyami Safa’s So-Called Girls

139

YAZIM KURALLARI / PUBLICATION RULES / 153



Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time¹ ya da Selfie² Dindarlığı

EKMEL GEÇER*

ekmelgecer@sakarya.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-3367-2236

Öz: Bu Popüler kültürü tanımlaması açısından anlamlı olan prime-time (altın saatler) ve selfie (özçekim) bağlamında, daha çok Türkiye örneğinde, dinin kitle iletişim mecralarındaki ve politik alandaki görünürlüğünü teorik bir değerlendirme vasıtasıyla ele alan bu çalışma; (a) televizyon ekranlarında artan dindarlaşmanın sosyo-politik nedenlerini, (b) popüler kültür ve reyting (izlenme oranı) ögesi olarak din unsurunun etiğini, (c) kamusal alanda sıklıkla kullanılan dini sembol ve söylemin davranışsal boyutunu ve (d) “sosyal medya dindarlığı” olarak nitelendirilebilecek mobil iletişimdeki dindarlık biçimlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın ilk sonuçları ve çözümlenmeler, dini sembol ve söylemin, politik arena ve medya (yeni ve geleneksel) mecralarında bir gösteri unsuru olarak kullanıldığını ve dinin popüler kültüre ait tüketilen bir ögeye dönüştüğüne işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyaset, Medya, Din, Popüler kültür, Selfie, Prime-time dindarlığı.

Giriş: Artan Temsil, Azalan Gerçeklik?

Haber değeri taşıyan sansasyonel ya da çarpıcı hadiseler haricinde dine ait teorik ve pratik meseleler, ulusal ve uluslararası medyada aratarak gündem olmaktadır. Dini konuların işlenmesi uluslararası medyada daha çok *İslamafobi* ile ilgili konular etrafında dönmekte, haber üretimi “terörizme karşı söylem” ve DAESH çatışmalarına ait görüntülerden oluşmaktadır³. Türkiye özelinde ise dinin medyadaki temsili, ertesi sabah *kutsal cuma* günü olması nedeni ile perşembe akşamları ilerleyen saatlerde başlayan dini vaaz içerikli, daha çok bir din uzmanının ya da literatürde yer aldığı şekliyle *medya vaizinin* (media minister)⁴, saatler süren hikâyeleştirilmiş anlatımı ve interaktif bir biçimde sosyal medya ya da telefonla ekran başındaki ve stüdyodaki

* Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü.

1 Seyirci veya dinleyicinin en çok olması beklenen akşam, 20.00-23.00 saatleri arası zaman dilimi için kullanılan ifadedir. Daha çok radyo ve televizyon yayıncılığında kullanılan bir terim olsa da sosyal medya kanallarında yapılan paylaşıma en çok etkileşim alındığı zamanı belirtmek için de kullanılmaya başlanmıştır.

2 Özçekim; kişinin kendi fotoğrafını, bilgisayar kamerası ya da akıllı telefon teknolojileri aracılığıyla çekip sosyal medyada paylaşması eylemidir.

3 Colin Flint, *Introduction to Geopolitics*, London: Routledge, 2016, s.94.

4 Mesut İnan, “Lise Öğrencilerinin Medya-Din İlişkisi Algıları”, *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (2013), s.129.

seyircilerden sorular alarak devam ettirdiği bir tür değer aktarımı ve bilgilendirme programlarını içerir. Bu bağlamda, 2000’li yıllarda birçok televizyon kanalında başlayan *sır dizilerinin* yanında⁵; şimdilerde (2017-18) dini repliklerin sıklıkla kullanıldığı ve oyuncularını dini pratikleri uygulayan ve rol gereği başörtüsü takan yeni diziler (TRT1-Yalaza ve ATV-Sen Anlat Karadeniz) de incelenmeye değerdir.

Söz konusu dini motiflerin artışı politik yönelimle de açıklanabilir. Çünkü politik tutumda dini söylem ve anlatının görünürlüğü artmış ve toplumda da bu bağlamda dindarlaşma temayülü gözlemlenmiştir. Siyasal figürlerin gittikleri camilere gitmek, oralardan sosyal medya kanalları aracılığı ile bildirimde bulunmak şeklinde ortaya çıkan bu yeni davranış biçimleri, aynı zamanda politik bir varlık biçimi olarak da tanımlanabilmektedir. Muhafız tavrı sadece politik limitlerin içinde meşru gören gruplar, artan milliyetçi tutumlarını da dini motiflerle göstermekte böylece daha çok kabul görme amacı gütmektedirler⁶. Din; söz konusu milliyetçi davranışta bir ötekileştirme biçimi olarak kullanılmakta, “normal görünmeyen” ya da “genel algılayışa” ters düştüğü iddia edilen tavır ve söylemi cezalandırmak için dini kurallara atıfta bulunularak, aynı düşüncede olmayanlar ötekileştirilebilmektedir⁷. Böylece, siyasal tartışmalarla paralel bir biçimde dini semboller daha görünür hale gelmiş; politik yaygın düşünceyle örtüşmesi nedeniyle görüş bildirimi daha yoğunlaşmıştır⁸. Bu çerçevede, dinin, kitle iletişiminde bir telkin aracı olarak kullanıldığını öne süren Laswell; propagandayı, dinin, politik ve popüler kültür bağlamında kullanılmasına uygun olarak “tutumlar ve tartışmalı konular hakkında yönlendirme yapmak için sembollerin (söylemlerin) manipüle edilmesi” olarak açıklar⁹.

Özellikle medya araçlarındaki temsili paralelinde dinin politikada kullanımını bir popüler kültür tavrı olarak ele aldığımızda, bu yaklaşımı doğrulayan araştırma bulguları hem Türkiye hem de özellikle Amerika (popüler kültür üreticisi olarak) ölçeğinde bulmak mümkün görünmektedir. Her iki ülkede de din ve devlet ilişkisi laiklik bağlamında anayasaca düzenlenmiş olmasına rağmen, din, siyasal gündemi belirlemede ve yönetmede etkindir¹⁰. Siyasiler; bazen kendi yaşamlarının verdiği alışkanlıklar, bazen karşılaştıkları krizlerden en iyi çıkış yolu olarak görmeleri ve bazen de halkın kabulüne sığınmak amacıyla dini söylemlere başvurmaktadırlar. Teselli maksadıyla “Allah’ın takdiri”ne işaret etmeleri¹¹, iftarlarını kamera önünde madencilerle

5 Ayşe Z. Furat, “Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları, İstanbul Örneği: Sır Dizileri ve Dini Programlar”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2008.

6 Volkan Ertit, “Din (İslam) Merkezli Sekülerleşme Kavramı Yerine Metafizik Merkezli Sekülerleşme Kavramı”, *Mütefekkir*, 4/8 (2017), s.305.

7 “RTÜK’ten şort giyen çocuklar için Acun Ilıcalı’ya ceza,” *Cumhuriyet*, Ocak 3, 2018, http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/898087/RTUK_ten__sort_giyen_cocuklar_icin_Acun_Ilicali_ya__ceza.html.

8 Sefa Mutlu ve Zehra Melek Çat, “Kudüs İslam’ındır’ mitingi düzenlendi,” *Anadolu Ajansı*, Aralık 10, 2017, <http://aa.com.tr/tr/gunun-basliklari/kudus-islamindir-mitingi-duzenlendi/1000353>.

9 Harold D. Lasswell, *Propaganda Technique in the World War*, Eastford: Martino Fine Books, 1938.

10 Şerif Mardin, *Türkiye’de Din ve Siyaset*, Haz., Mümtaz Türköne & Tuncay Önder, İstanbul: İletişim, 2017.

11 Bülent Şener, “Soma, Takdir-i İlahi, Erdoğan ve AKP: Sekülerleş(e)meyen Bir Politik Toplumun İzdüşümleri...”, Erişim Tarihi Mayıs 15, 2014. <http://www.21yyte.org/tr/arastirma/politik-sosyal-kulturel-arastirmalar-merkezi/2014/05/15/7598/soma-takdir-i-ilahi-erdogan-ve-akp-sekulerlesmeyen-bir-politik-toplumun-izdusumleri>.

açmaları¹² ve rakiplerini dini söylemler üzerinden eleştirmeleri¹³ gösterişçi ya da halkın ilgi gösterdiğini zamanlarda başvuruları nedeniyle “prime-time dindarlığına” örnek olarak gösterilebilir.

Diğer yandan, toplumun geniş tabanına hitap eden dini değerler, siyasetçi tarafından da bilinmekte bu bağlamda din kimi zaman bir *tüketim ve popülerlik unsuru* olarak kullanılabilenmektedir¹⁴. Birleşik Devletler’de (ABD) Evanjelist Hristiyanların uzun zamandır politikacıları iç ve dış politikada yönlendirdiği gibi (Kudüs tartışmaları), köken itibariyle farklı olsa da Türkiye’de de siyasal gündem dini sembol ve argümanlar etrafında dönmektedir¹⁵. Bu nedenle, dinin politik meşruiyet sağlamada kullanılmasını, daha çok iletişim teorisi olarak bilinen, Chomsky’nin¹⁶ “rızanın üretimi”, Goffman’ın¹⁷ çerçeveleme teorisi ya da McCombs ve Shaw’ın¹⁸ “gündem oluşturma” yaklaşımı bağlamında ele almak da mümkündür. Her üç teoride de dini söylemin seçmen üzerindeki tesiri bilindiğinden, politikacıların konuşma metinlerini dini öğretiler üzerine kurması (çerçeveleme), halkın gündeminde daha çok konuşulur olmayı hedeflemesi (gündem oluşturma) ve sonunda toplumun normalde direnç gösterdikleri bir uygulamayı etmelerini sağlamaları (rızanın imalatı) bu yaklaşımlarla açıklanabilir. Siyasi erkin, rıza oluşturmak amacıyla başvurduğu dini sembol ve normlar, medya profesyonelleri tarafından da öne çıkartılmakta böylelikle muhafazakâr seyirciler/takipçiler hem *altın saatlerde* hem de sair zamanlarda meşgul edilebilmektedirler.

Dinin *sosyal medya* representasyonuyla, kullanıcın, takip edilme motivasyonu ile ilişkilendirilebilir. Çünkü metafizik içerikler bir biçimde izleyicinin duygusuna hitap edebilecek üstelik “dindar” sayılabilecek bir toplumda sürrealist anlatım ve yapım ilgiyi artıracaktır. Bu durumu; kendi dünyasından sıkılmış, yoksunluklarından kurtulmak isteyen ve kötülüklerle savaşmaktan yılmış insanın kendine yeni bir dünya araması ve oraya öykünmesi olarak açıklamak olasıdır. Geleneksel öğretilerle uyumlu olacak biçimde filmlerde hep kurtarıcıların ortaya çıkması, umudun nerdeyse tümüyle yitdiği bir zamanda *aksakallı bir dedenin* aniden “zuhur etmesi” ve bir dokuyla bütün sorunları çözümlenmesi ile seyircide *katharsis*¹⁹ oluşturmaktadır²⁰.

12 “İki Bakan ilk iftarını madencilerle açtı,” TGRT, Haziran 28, 2014, <http://www.tgrthaber.com.tr/gundem/iki-bakan-ilk-iftarini-madencilerle-acti-27888>.

13 “Biz Dini Yaşarız, Tüccarlığını Siz Yaparsınız,” Haberler.com, Temmuz 11, 2011, <https://www.haberler.com/biz-dini-yasariz-tuccarligini-siz-yaparsiniz-2861951-haber/>.

14 Robert B. Fowler vd., *Religion and Politics in America: Faith, Culture, and Strategic Choices*, Boulder: Westview Press, 2014.

15 Frank J. Smith, *Religion and Politics in America: An Encyclopedia of Church and State in American Life*, California: ABC-CLIO, 2016.

16 Noam Chomsky ve Edward S. Herman, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon, 2002.

17 Erving Goffman, ve Bennett Berger, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Boston: Northeastern University Press, 1986.

18 Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw, “The Agenda-Setting Function of the Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, 36/2 (1972), s.176–187.

19 Felsefi bir tür ruhsal dönüşümü ifade eder. Seyirci ya da takipçinin, sanatsal medya içeriği sayesinde (zenginlik, kahramanlar, güç) kendisini üzen yıkıcı ve olumsuz kaygılarından kurtularak duygusal bir boşalım yaşamayı anlamında kullanılmıştır.

20 Richard A. Gilmore, *Doing Philosophy at the Movies*, New York: University of New York Press, 2005.

Diğer yandan bireyi zorluklar karşısında öz-güven yokluğuna iterek ona bir kahramanı beklemesini söylemek, aslında bir anlamda ondan medya vaizine bağlı kalmasını ve ekranı terk etmemesi gerektiğini mesajını iletmeştir. Dini kaynaklardaki *Mehdi* gibi kurtarıcılara olan atıflar²¹, dindar medya üretimine konu bulunması açısından da oldukça faydalı olmuş, televizyon ekranlarından duyduğumuz “bizi izlemeye devam edin” spotuna altyapı oluşturmuştur. Böylece, seyirci; yakın gelecekte ortaya çıkacak, doğüstü özelliklerle donatılmış kahramanı görebileceği ihtimali ile ilgili televizyon programı ya da içeriği daha dikkatli takip etmeye başlamış, *büyük buluşma* öncesinde hazırlık yapmaya başlamıştır. Ayrıca kurtarıcının yakınlarında var olma ihtimali seyirciyi de kahramanlaştıracak, onun gelmesi sorunların bittiği anlamına gelecektir. Bütün karşıtlar “öteki” olacak ve “en güçlü ordu”ya taraf olmakla mazideki bütün noksanlıklar giderilecektir.

Belki de din ve yaşam biçimlerine ait çok yönlülüğün olduğu bu zamanlarda sorulması gereken sorulardan biri, popüler kültür ve dini inancın hangi noktada ve ne biçimde buluştuğudur. Mesela politik düşüncenin popülerliği göz önünde bulundurulduğunda, dinin siyasal erkler tarafından ne yönde kullanıldığı, yenedünya görüşleri inşa etmek veya mevcut ideolojiye taraftarlık oluşturmak için hangi biçimlerinin öne çıkarıldığı incelenmelidir. Bu nedenle, çalışma kapsamında cevapları aranan “araştırma soruları”nın bir kısmı da şöyle sıralanabilir: “Muhafazakâr trend” ne demektir ve güncel söylemlerle “trendy mekânlarda” harcanan yüksek miktardaki para dindar öğretilerle çelişmekte midir? “Ama bu elbise çok başka” meyanında cümlelerle satılan ürünler, “ihtiyaçtan fazlası olmamalı” gibi dini değerlere rağmen, *rıza imalatıyla* ilintilendirilebilir mi? Ya da Türkiye’den Mekke’ye gidip Kâbe’nin önünde “ben de geldim ve dindarım” özçekimine (selfie) ait sosyal medya paylaşımını dini doyumla mı yoksa kişisel tatminle mi ilişkilendirmelidir?

Popüler Kültür: Başkalaşan Değerler, Gösterileşen Ritüeller

Birçok kaynakta atıfta bulunulduğu haliyle *kültür*; belirli bir zaman diliminde belirli bir grupta ilişkilendirilen, o grup ve zamana ait özel inançlar, ritüeller, sanatsal tezahürler, hayat tarzları, anlatım biçimleri, semboller içeren ve o bireylerin iletişimsel ve entelektüel davranışlarıyla da ilişkili olan sistemler bütünüdür²². *Popüler kültür* ise ilk olarak 1950’lerde Amerika’da kültürün geleneksel olmayan yeni formlarına vurgu yapmak üzere kullanılmaya başlanmıştır²³. Bu yeni kültürel biçim; kitle iletişim araçları, teknolojiadaki gelişim ve bireylerin kazandığı ekonomik güçle daha da belirginleşmiş ve inançlar dâhil modern hayatın her unsuru üzerinde etkili olmuştur. Bu nedenle popüler kültür; “insanların kendileri için yaptıkları” videolar, dergiler, moda gibi maddî formları; müzik ve sinema gibi sanatsal ve temsilî biçimleri ve eğlence için yapılan alışveriş ve kültürel etkinlikler gibi davranışsal formları içerir. Buna göre

21 Cemil Hakyemez, “Mehdi Düşüncesinin İtikadileşmesi Üzerine”, *Gazi Üniversitesi Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3/5 (2004), s.127-144.

22 Robert Hewison ve John Holden, *The Cultural Leadership Handbook: How to Run a Creative Organization*, Surrey: Gower, 2011.

23 Rachel L. Rubin, ve Jeffrey Melnick, *Immigration and American Popular Culture: An Introduction*, New York: New York University Press, 2007.

popüler kültür halkın dışında ya da üstünde yer alanlar tarafından yine halk için üretilen ve toplumsal ilgiyi cezbeden küresel ölçekte gözlemlenen bir kültürdür²⁴.

Bu yazıda din ile ilişkisi bağlamında ele alınan kültür formunun ‘popüler’ yanı da söz konusu küresel üretime işaret etmektedir. Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen bir değer (tüketim-harcama) bizim hayat biçimimiz üzerinde de etkili olabiliyor. Sınırsız tüketimi vurgulayan açık büfe kültürünün muhafazakâr otellerde kullanılması ve bu otelin restoranın girişinde “israf haramdır” ayetinin asılı durması²⁵ ya da bir kadının muhafazakâr mağazaların yaptığı *kermese* giderek orada ortalama bir maaş kadar harcama yapması en belirgin örneklerdendir. Böylece, popüler kültür ve din ilişkisine dair söylenebilecek ilk hususlardan biri, dininin kendisinin yahut özellikle son dönemlerde tezahür ettiği şekliyle dinî ayin ve performansın değer taşımayan birer popüler kültür ögesi olabilme ihtimalidir. Mevlevî ayinlerindeki *sema törenlerinin düğün eğlencesi olarak kullanılması* gibi, popüler kültür endüstrileri, dini bir meta olarak sunabilmekte ve izlenmeyi artıran bir medyatik öge olarak konumlandırmaktadır²⁶.

Popüler kültür ve din ilişkisindeki önemli hususlardan biri bu iki noktanın nerede birbirleriyle kesiştiği ve birbirlerinden etkilendikleridir. Bu makalede de irdelendiği üzere, mesela, ekonomik, politik yahut sosyal açıdan güçlü olanlar, toplumun belki de en içsel ve karmaşık duygusunu, getirisi olan yeniden üretilmiş bir ticarî veya ideolojik ögeye nasıl dönüştürebiliyorlar? Bu soruların cevapları, kitle iletişim araçlarıyla aktarılan sembol ve yargıların izleyicideki dini algıyı nasıl başkalaştırabileceğini gösterecektir. Pahalı bir eşarp/başörtüsü markasının reklâm içeriği buna örnek olarak sunulabilir²⁷. Bu yöntem anlamlı gibi görülse de ‘pahalılık’ ve ‘sürekli tüketim’ vurgusu; ‘israf’ öğretisinde oluşabilecek *değer kaybıyla*, kullanıcının önceki dinî bilgisiyle çelişik bir alışkanlık edinmesine neden olabilecektir.

Yahut sosyal medya aracılığıyla ibadetleri görünür kılmak, yapılan iyilikleri (çocuklara yardım ve okul yaptırmak) *twitter* gibi mecralarla bilinmesini sağlamak, Hz. Muhammed’in “sağ elinin verdiği sol elin görmeyeceği kadar gizli vermek” öğretisiyle çelişmektedir²⁸. Kullanıcı; yaptıklarını üçüncü çoğul şahıs ekiyle (bugün çocuk esirgeme kurumunda oyuncak dağıttık) anlatarak “benlik vurgusundan” uzaklaştırmaya çalışmaktadır. Zira yüklem sonuna getirilen “biz”lik ekinde aslında bir “ben”liğin olduğu kanaati de söz konusudur. Tam da bu yüzden günümüz bireyi, dindar olmaya çalışırken çoğunlukla geleneksel öğretilerle²⁹ yeni medya paylaşımlarının oluşturduğu davranış kalıpları (paylaşım) arasında sıkışmaktadır.³⁰ Mesela

24 Ray B. Browne, “Popular Culture: Notes toward a Definition,” *Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction*, ed. Harold E. Hinds Jr., Marilyn F. Motz ve Angela M. S. Nelson (Madison: The University of Wisconsin Press, 2006), 15-22.

25 Nilüfer Göle, *İslamın Yeni Kamusal Yüzleri*, İstanbul: Metis, 2017.

26 Sarah M. Taylor, “Shopping, Religion and the Sacred Buyosphere,” *Religion and Popular Culture in America*, ed. Bruce D. Forbes ve Jeffrey H. Mahan (California: California University Press, 2017), 256.

27 “Vakko Eşarp (video)”, Son Güncelleme 30 Nisan, 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=VjHyU9X0Yfw>.

28 İmam Buhari, Sahih-i Buhari, çev., Beşir Eryarsoy, Halil Aldemir ve Mehmet Odabaşı, İstanbul: Polen, 2010, s.36.

29 Ahmet Davudoğlu, *Sahih-i Müslim Tercümesi ve Şerhi*, İstanbul: Rihle, 2017.

30 Kelli Fuery, *New Media: Culture and Image*, New York: Palgrave, 2009.

Mekke'ye umre ziyareti için giden kişinin, ibadetini sosyal medya üzerinden paylaşmayı istemesi bu çelişkinin bir diğer örneği olarak ele alınabilir. Birey; dinin salık verdiği 'ibadette gizliliği' *instagram* üzerinden açığa vararak bir bakıma bu kuralı ihlal etmektedir. Sonrasında da önceden öğrendiği "riya günahtır" öğretisi sebebiyle gelgitler yaşayabilmektedir³¹.

Bunun da ötesinde, politik kaygılar nedeniyle, sosyal medyada paylaşılan ve özellikle belirli dini mekânlarda yapılan ibadetlerin "ben de sizdenim" mesajını verdiği ve bir amaç doğrultusunda bu paylaşımın yapıldığı aktarılabilir. Şüphesiz sosyal medya üzerinden yapılan her dinî paylaşımın bir tür riya dürtüsüyle ilişkisi olduğunu belirtmek yanlış olacaktır. Bunu bir gösterişçi duygunun dışı vurumu olarak okumak yerine, bireyin birbiriyle çelişen duygular arasında karşılaştığı çıkmaz olarak da yorumlamak mümkündür. Sosyal çevresiyle uyum içinde yaşamayı arzu eden dindar birey, geleneksel ve teknolojik öğretiler arasında ikilemde kaldığında, çareyi yaygın olan davranışta (sosyal medya paylaşım) bulmaktadır.

Popüler kültürün dindar hayat üzerinde yaptığı bu türden olumsuz etkilerden söz edilebilse de bir diğer açıdan popüler kültüre ait yeni hayat tarzları ve semboller vasıtasıyla dinin gündelik hayata daha çok girdiğini belirtmek de mümkündür. Böylece dindarlar ve olmayanlar, "görünürlük" sayesinde daha çok bir araya gelebilmekte ve toplumsal tolerans ve farklılığa saygılı olma derecesi de artmaktadır³². Bu nedenle, popüler kültürün, demokrasiyle olan ilişkisi bağlamında, kimi zaman belirli davranış kalıplarını yaygınlaştırması nedeniyle, "iyi" bir kültürel biçem olduğu söylenebilir³³. Nihayet, popüler kültür ve din ilişkisine dair yapılan analizler üzerinden kat'i bir olumsuzlamaya varmak yanlış olacaktır. Ancak yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere popüler kültürün dinî hayat ve algıda bireyi çoğunlukla çelişkiye zorlayan bir yanı olduğu da aşikârdır³⁴.

Bir Televizyon Çıktısı Olarak Popüler Kültür ve Dindarlık

Yeni medya teknolojilerinin öne çıkan özelliklerini vurgulamanın gerekliliği ile birlikte, başta televizyon olmak üzere bütün medya mecralarının kültür üretimde etkisi güçlüdür³⁵. Aslında, burada üretici olarak sadece medyaya işaret etmek eksik olacaktır. Buddenbaum ve Stout³⁶ dini inançlar ve hareketlerin de toplumsal bilinçte yer almak için kendilerini popüler kültürle özdeşleştirdiğini ifade ederler (1876). Bu açıdan bakıldığında, sıklıkla vurgulananın aksine din de popüler kültürü kullanabilmekte; inançlar ve ideolojiler de popüler kullanım sayesinde daha da güçlenebilmektedir. Çünkü popüler kültür toplumsal grupları homojen olarak ele alır³⁷ ve kitle

31 Mete Çamdereli, Betül Ö. Doğan ve Nihal K. Şener, *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.

32 Mete Çamdereli, Betül Ö. Doğan ve Nihal K. Şener, *Medya ve Din*, İstanbul: Köprü Kitapları, 2014.

33 Carla A. Freccero, *Popular Culture: An Introduction*, New York: New York University Press, 1999, s.71.

34 Lawrence Sherlick ve Junhao Hong, *Internet Popular Culture and Jewish Values: The Influence of Technology on Religion in Israeli Schools*, New York: Cambria, 2008.

35 Freya Schiwyj, Alessandro Fornazzari ve Susan Antebi, *Digital Media, Cultural Production and Speculative Capitalism*, London: Routledge, 2013.

36 Daniel Stout ve Judith Buddenbaum, *Religion and Popular Culture: Studies on the Interaction of Worldviews*. Iowa: Iowa State University Press, 2001.

37 John G. Cawelti, *Mystery, Violence, and Popular Culture: Essay*. Wisconsin: The Wisconsin University Press, 2004.

iletişim araçları mesela Türkiye bağlamında Budizm'in değil İslamiyet'in temsilini önemser; böylece hem içerik hem de popülerlik yaygınlık kazanır.

Griswold; insanın kültürel objelere muhatap olduğu zamanlarda, reaksiyon gösterdiğini, yeni yorumlamalar inşa ettiğini ve kendisine iletilen mesajları kendi dünyasına göre anlamlandırıldığını söyler. Tüketilen sembol ve nesnelere dünya görüşümüzü ve çevremizle olan düşünsel duruşumuzu etkiler. Popüler kültürün sunduğu yeni anlamlandırmalar, medya içerikleri aracılığıyla bizim çevremizle oryantasyonumuza yardımcı olur ve yeni semboller sonunda bireye nasıl düşünceğini ve hangi davranış biçimlerini tercih etmesi gerektiğini söyler³⁸. Televizyonda temsil edilen dindarlık ya da din içerikli programlar da bu popüler yönlendirme unsurlarındandır. Etnik, kültürel ve cinsiyetçi temsilde olduğu gibi, dinin televizyon tarafından sunumunda da stereotiplere rastlamak mümkündür. Şimdilerde daha çok pozitif evrilse de özellikle Yeşilçam Sinemasındaki "cami imamı" karakterleri, izleyiciye bir imamdan ne beklemesi gerektiğini anlatır³⁹.

Popüler kültürün etkisiyle dine yaklaşım ve dini algılayış biçimi de zamanla değişiklik göstermiştir. Artık "din" kavramına da biraz faydacı yaklaşım, reyting getirmesi oranında dine ve dine ait öğelere medya üretiminde daha çok alaka gösterilmiştir. Dinin siyasetteki kullanım şekli gibi, medya da dini, kendi "az izlenme" kaygılarını giderecek şekilde kullanmaya çalışmıştır. Bu nedenle yeni dini program türleri oluşturulmuş, geniş kitleleri ilgilendirmesi bağlamında uzmanlar stüdyolara çağrılarak polemikler oluşturulmuş, tüketimi destekleyecek dini gün ve gecelere özel anlam atfedilmiştir. Sırlar Dünyası" gibi gizemli programlar, kandil programları ve benzerleri, kitle kültürünün etkisinde oluşturulmuş yapımlar olarak değerlendirilmiştir⁴⁰. Bunda kitle iletişim araçlarının son yıllarda hızla artış göstermesi ve içerik çeşitlendirme ihtiyacının da etkisi vardır. Yine de halkın ilgisini çekecek konu ve konuklar, her zaman kitle iletişim araçlarının en önemli üretim motivasyonlarından olmuştur. Bu bağlamda görsel ve yazılı medya belli saatlerde ve tarihlerde dini yayınlara önem vermiş; yeni bir dindarlık türü olan "prime time dindarlığı" (*prime time religiosity*) ortaya çıkmıştır. *Prime time* terimi her ne kadar günün belirli saatlerine yönelik bir kavram olsa da aslında senenin "belli günlerinde" dini motiflerin artışı ve medyada daha sık kullanılmasını da açıklamaktadır.

Popüler kültür ve din ilişkisinde ortaya çıkan, yine dini programların popülerliğiyle gündeme gelen önemli kavramlardan biri de "medya vaizliği"dir. Medya vaizi (*media minister*), kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması sonrasında ortaya çıkan ihtiyaca bağlı olarak halkı dini konularda bilgilendirmek amacıyla bazı televizyon kanalları, radyolar ve gazetelerle anlaşma yaparak belli dönemlerde dini sohbet şeklinde konuşmalar yapan ve yazılar yazan kişiler için kullanılan bir kavramdır⁴¹. Kirman'a

38 Wendy Griswold, *Cultures and Societies in a Changing World*, London: Sage, 2013, s.85.

39 Halil Uzdu, "Türk Sineması'nda Din İmgesi Üzerine Din Sosyolojisi Açısından Bir Bakış Denemesi", *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3/5 (2016), s.25-40.

40 Çağlar Enneli, "Televizyonda Dinsel Siyaset: Dini İçerikli Dizilerin Kamusal Alan Projesinde Kadın veya Erkek Olmak", *Alternatif Politika Dergisi*, 1/1 (2009), s. 42-74.

41 Claire H. Badaracco, *Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion and Culture*, Texas: Baylor University Press, 2005.

göre, bu kavram reyting kaygısıyla ortaya çıktığı için biraz da eleştirilmiştir⁴². Başta televizyon kanalları olmak üzere, gazeteler ve radyolar, halkın dine olan alakasını görmüş ve dini programların reyting oranını yükselttiğini fark etmişlerdir. Bu bağlamda birçok kanal ve gazeteler din uzmanları ile anlaşmıştır. Bazen bir programa birden çok din uzmanı çıkartılarak izlenme oranını artıracağını düşünülere özellikle tartışma oluşturmaya çalışıldığı düşünülebilmektedir. Bu nedenle *medya vaizleri* ya da dini program yapımcıları polemik ve reyting için kullanılmakla itham edilmişlerdir⁴³.

Medya vaizliğinin kavramın ortaya çıkmasında ve devam etmesinde yine bu kitle iletişim araçlarındaki fikir inşası etkindir. Günlük gazeteler, magazin ve diğer basın-yayın organları takipçilerini ya da din bilgilerini farklı ve kimi zaman inançlarıyla çelişen bir gösterişçi imaj içine girmelerine neden olabilirler. Aynı durum sosyal medya kanallarında, daha çok takipçi kazanmak, daha fazla beğeni toplamak ve izlenmek için din içerikli mesajlar paylaşanlar için de söylenebilir. Sosyal medya kullanıcısı, sair zamanlarda dindar bir kültürel sosyoloji içinde olmasa da mesela *cuma* günleri bir ayet ya da hadisle “hayırlı cumalar” mesajı paylaşarak ya da din bilgilerinden öğütler ileterek yaygın davranış biçimini sergiler ve dindar takipçilerden beğeni alır. Bu yönüyle sosyal medya kullanıcısı da kendisini *medya vaizi* olarak değerlendirebilmektedir. Medya vaizi; klavye başında “daha çok *like* alabilecek” (beğeni) paylaşımları düşünürken, kamera ve fotoğraf makinesi karşısında beden dilini konuşturmaya çalışırken izleyiciler de beyaz camın arkasında gördüğü, akıllı telefon-tablet ve bilgisayarlarında takip ettiği, gazete sayfalarında kocaman fotoğraflarla idealize edilen hayata kendini adapte etmeye çalışır.

Popüler kültür bağlamında dini irdelemek; dini anlayışın bu kültür çerçevesindeki değişimini ya da algılanışını irdelemektir⁴⁴. Bu etkileşimin sonucunda oluşan değişimin en belirgin örneklerden biri de “müzik dinleme”ye yönelik fikirlerdeki farklılaşmalardır. Önceleri müziğin her türüsüne “haram” nitelendirmesi yapanlar; zamanla “telliler haramdır” demeye başladılar. Gün geldi bir türlü müzik ihtiyacından vazgeçilemedi ve artık daha ılımlı fetvalar verilmeye başlandı. Hz. Peygamber’in de meşru sınırlar içinde “eğlenmeye müsaade” ettiği hatta “teşvik” ettiği çeşitli hadis dayanaklarıyla dillendirildi ve İslam bilgilerinin bu konudaki görüşleri dile getirildi⁴⁵. Önceleri ilahi albümü yapan kadın sanatçılara karşı ciddi bir tepki oluşsa da daha sonraları onlar da kabul edildi ve onlarla birlikte programlara çıkılarak bir bakıma bu durumun meşruluğuna vurgu yapıldı. Şimdilerde bu değişim, muhafazakâr kesimin de ilgisin çekmesi için, çeşitli mekânların *İslami club* konseptine everilmesine kadar gitse de Pervin Kaplan söz konusu algısal başkalaşmayı şöyle anlatmıştır:⁴⁶

İslami kesimde yirmi yıllık “yeşil pop” dönemi bitti. Telli ve nefesli sazlar “tabu”ydu, şimdi “tekno” en gözde alt yapı. Yalnızca bir tabu var henüz yıkılama-

42 Mehmet A. Kirman, *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Rağbet, 2004, s.149.

43 Medine Çepnioğlu, “Medya, Din ve Söylem,” *İslam ve Medya*, Aralık 29, 2017, <http://www.islamvedeya.com/ilmi-toplantilar/421-medya-din-ve-siyem.html>.

44 Terry R. Clark ve Dan W. Clanton Jr, *Understanding Religion and Popular Culture: Theories, Themes, Products and Practices*, London: Routledge, 2012.

45 Nebi Bozkurt, *Hadis'te Folklor ve Eğlence*, İstanbul: İFAV, 1997.

46 Kaplan, P. “Türkiye Bunları Konuşuyor”, *Sabah Gazetesi*, 31 Mayıs, 2003, s.13.

yan; o da ‘günah’ sayılan kadın sesi. 1980’li yıllarda ortaya çıkan ve ‘Yeşil pop’ olarak adlandırılan İslami müzikte, devrim niteliğinde gelişmeler yaşanıyor. Marş biçiminde söylenen “İslami mesajların” verildiği şarkılardan bugün eser kalmadı. Yeşil pop olarak da adlandırılan bu müzik türü ortadan kalktı. Yerine yapımcıların ve sanatçıların deyimi ile kaliteli müzik geldi ve artık “iyi ve kaliteli müzik yapanların ayakta kalabildiği bir dönem başladı. Bugün İslami müzik piyasasında bir zamanlar “günah” olarak nitelendirilen telli ve nefesli çalgıların tümü kullanılıyor. Tanrı sevgisinin yanı sıra karşı cins duyulan aşk da ana tema olarak isleniyor. Mevlana, Yunus Emre’nin yanı sıra Shakespeare’in soneleri de albümlere giriyor.

Popüler kültür programları açısından çok önemli bir yer teşkil eden dizilere de dini perspektifle bakıldığında da değişimi görmek mümkündür. Öncelikle ifade etmek gerekir ki dini sembol ve dindar karakterler son zamanlarda özellikle TRT dizilerinde daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Mesela *Diriliş Ertuğrul* dizisinde, tarihi özelliği nedeniyle de sürekli dua edenleri, ibadet edenleri, tekbir getirenleri ve dini replikleri (inşallah, nasip olursa) görmek mümkündür. *Yalaza* dizisinde ise, başkarakter İbrahim’in (Sinan Albayrak) kızı Gökçe (Ergül Miray Şahin) dizideki “başörtülü kadın”lardandır. Üstelik “muhafazakâr ve kaderci bir yaşam tarzını benimseyen Gökçe”; toplumsal beklentiyi de karşılayacak biçimde, “üniversitede antropoloji okumuş ve dizideki Aktürk ailesinin deyim yerindeyse en akli başında karakteri olup tüm kardeşlerinin ve babasının bu konuda saygısını kazanmıştır. En sevmediği şey ise insanların kalbini kırmak ve başkalarının gıyabında konuşmaktır⁴⁷”.

Sonuç

Cashill; bireyin prensiplerini, kitle iletişim araçlarından kendisine sunulan hayat tarzıyla değiştiğini belirtir⁴⁸. Bunun, belki de en somut örneği dini fikir ve davranış alanında görünmektedir⁴⁹. Popüler kültür ürünü olarak kullanılan din, bir politik gösteri alanı olarak da ön plan çıkmakta ve siyasal iletişim stratejilerinin bir unsuru olarak kullanılmaktadır. Rıza üretmek amacıyla mevzu edilen dini semboller, aslında bir siyasi meşruiyet aracı olarak başvurulmakta, sadece desteklenen siyasal partinin (lokal/evrensel) hedef kitlesi “dindar kardeşler” sınıfına girmekte, hatta bu kardeşler arasında dahi bir ayırım yapılabilmektedir. Mesela, haber üretiminde, Yemen’e diğer bir Müslüman ülke olan Suudi Arabistan’dan gelen bombalar ve savaş şartları dikkate değer bulunmazken, Arakan’daki soykırım, politik retorikte kendine yer bulduğu ve dolayısıyla seyircinin ilgisini çektiği için, daha çok dramatize edilmeye uygun görülmektedir⁵⁰.

47 “Yalaza dizisi konusu ve oyuncularını Yalazada kim kimdir?,” *Sözcü*, Aralık 25, 2017, <http://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/yalaza-dizisi-konusu-ve-oyunculari-yalazada-kim-kimdir/>.

48 Jack Cashill, “When Will Hollywood Get the Family Right,” *The Cinematic Mirror for Psychology and Life Coaching*, ed. Mary B. Gregerson (New York: Springer, 2010), s.29-50.

49 Natalia Mikhailova, “Modern Russian Entertainment TV: Live well now-ask me how!,” *Russian Mass Media and Changing Values*, Ed. Arja Rosenholm, Kaarle Nordenstreng ve Elena Trubina (London: Routledge, 2010), s.179.

50 “Arakanlı Müslümanlar kan ağlıyor,” TRT, Ekim 11, 2017, <http://www.trthaber.com/haber/dunya/arakanli-muslumanlar-kan-agliyor-337391.html>.

Yine bu bağlamda ideolojik kutuplaşmanın yoğun olduğu zamanlarda dini jargon bu polarizasyonu daha da derinleştirici bir etken olarak kullanılmakta, “bizden olanlar” ve “olmayanlar” ayırımına başvurulmaktadır⁵¹. Böylece siyasal doktrin; etrafındaki örgütlenmeyi güçlendirmekte, kendisine sadakati “sonsuzluğa bağlılıkla” örtüştürmektedir. Bu nedenle “bizden olmayanlar” uzun vadede Sayar’ın *narsistik merhamet* olarak isimlendirdiği psikolojik tavrın mağduru olabilmektedirler. Siyasal motivasyonla; ideolojik birlikteliklerine karşı hassas ve yardımsever olmakla yetinenler; ötekileri merhamet edilmeye layık görmemektedirler⁵². Bütün bu dindarlık çelişkileri; dinin bir popüler kültür ögesi olarak tüketilmesi ve aksi düşünülse de Tanrısal gözetimin sadece ibadet esnasında söz konusu olduğu yanlışlığıyla açıklanabilir. Aktarılan dini ölçülerin evrensellik özellikleri ön plana çıkarıldığı halde; *kabile narsizminden* doğan ötekileştirme, lüks tüketim hırs ile oluşan sorunlu benlik nedeniyle, “iyi işler” (salih amel) yapmak olarak nitelendirilen “takva”nın⁵³, belirli zaman dilimlerinde performe edilen ritüellere indirgenmesi ve ibadeti dahi ego besleyen aktivitelere dönüştürmesi popüler kültür ve medya sürecindeki işlenen yeni dini temsillerin de sorunsallığına işaret eder⁵⁴.

Belki de Adorno ve Horkheimer’in⁵⁵ belirttiği gibi din ve dini semboller hakkında medya kurumlarından aldığımız mesajlar bir kültürel endüstri sistemi tarafından üretilmekte ve *sonsuzluğa ait* değerleri birer tüketim metına dönüştürmektedirler. İdeolojik motivasyonla bir tür algı yönetiminin parçası olarak kullanılabilen dini değerler algı dünyamızı da değiştirebilirler⁵⁶. Bir medya üretimi olarak algısal yönlendirmenin, dini bağlamda, belirli fikirsiz dönüşümü başlatmak, mezhepsel farkındalığı oluşturmak (Sunnilik, Alevilik) ve sosyo-politik anlamda bir ideolojik hegemonya oluşturmak için kullanılabilirdiği anlaşılmaktadır. Medya profesyonelleri; bu hegemonyayı oluşturmak için yaygın dini üstün tutarak genellemeye başvurmakta ve belirli dini fikirleri benimseyenlerin daha mutlu olacağını söylemektedirler. Böylece, üstün olan politik ve dini yaygın ideoloji güçlendirilir ve diğerleri ötekileştirilerek seyircinin/takipçinin/okuyucunun o medya üretimine daha çok bağlı kalması sağlanır⁵⁷.

Yine de medyada dinsel sembol ve duyguların temsilinden bahsederken, medyanın daha çok izleyici etrafında toplamayı hedeflediğini not etmek gerekir. Bu nedenle dinin medyadaki içeriği olarak kullanılmasını tümünden olumsuzlamak hatalı olacaktır. Her negatifliğin temel nedeni olarak medyayı göstermek, televizyon programlarının, gazete yazılarının, radyo dinletilerinin eğitici ve düşündürücü özelliğini göz ardı

51 Evet diyen bölücü değil Hayır diyen vatan haini değil”. Milli Gazete, Şubat 15, 2017. http://www.milligazete.com.tr/evet_diyen_bolucu_degil_hayir_diyen_vatan_haini_degil/453000.

52 Kemal Sayar, “Hayat Aşırı Siyasallaştı,” Röportaj Yapan: Balçık İler, Habertürk Gazetesi, Ekim 19, 2015, <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1141775-hayat-asiri-siyasallasti-gerilmekten-ofkeden-otekilestirmekten-yorulduk>.

53 Fatma Barbarosoğlu, *İmaj ve Takva*, İstanbul: Profil, 2010.

54 Nihat Oyman, “Sosyal Medya Dindarlığı”, *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14/28(2016), 125-167.

55 Max Horkheimer ve Theodor Adorno, *Dialectic of Enlightenment*, Stanford: Stanford University Press, 2002.

56 Piers Robinson. “New Media and War: Warmongers or Peacemakers?,” *New Directions in Media and Politics*, Ed. Travis N. Ridout (London: Routledge, 2017), 79.

57 Lee Artz ve Yahya R. Kamalipour, *Globalization of Corporate Media Hegemony*, New York: State University of New York Press, 2012.

etmektedir. Aksine gerek belgeseller gerek tartışma platformları gerek eğitim içerikli yapımlar ve yeni medya alanlarının sunduğu ifade ve sorgulama özgürlüğüyle medyanın toplumsal dönüşüme bir katkı sunduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Bu çalışma; dinin ve din ile ilintili sembol, söylem ve davranış kalıplarının çağdaş popüler kültür ekseninde değerlendirmeyi amaçlamış ve özellikle bir tüketim ve gösteri unsuru olarak yeni ve geleneksel medyadaki temsili ve politik arenadaki işlenişini ele almıştır. Konunun daha çok teorik bağlamda irdelenmesi pratik yönünün hiç olmayışından değil; popüler kültür, din ve siyaset ilişkisindeki hassasiyet ile alakalıdır. Niceliksel bir araştırmayla ortaya konmasa da somut gözlem (haber içerikleri, medya temsili) ve tartışmalara dayanarak; kültür, iletişim, din ve değer tüketimine yahut başkalaşımına yönelik alışkanlıkları medya üretimi çerçevesinde irdelemesi elinizdeki makaleyi özgün kılmaktadır. Yine de niceliksel ve niteliksel metotlar kullanılarak hem televizyon programlarında dinin nasıl temsil edildiği ve yansıtıldığına, hem de dindarların tüketim alışkanlıklarına yönelik çalışmalar yaparak alışkanlıklarındaki, gündelik yaşamlarındaki ve bakış açılarındaki değişimler irdelenebilir. Zira din ve popüler kültür irtibatını medya ekseninde çalışmak, dinî anlatımdaki sorunların ortaya çıkarılmasına, bunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesine ve medyanın majör ve yaygın olmayan dinlerle ilişkilerindeki aksaklıklarının giderilmesine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- “Arakanlı Müslümanlar kan ağlıyor”. TRT, Ekim 11, 2017. <http://www.trthaber.com/haber/dunya/arakanli-muslumanlar-kan-agliyor-337391.html>.
- Artz, Lee ve Yahya R. Kamalipour. *Globalization of Corporate Media Hegemony*. New York: State University of New York Press, 2012.
- Badaracco, Claire H. *Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion and Culture*. Texas: Baylor University Press, 2005.
- Barbarosoğlu, Fatma. *İmaj ve Takva*. İstanbul: Profil, 2010.
- “Biz Dini Yaşarız, Tüccarlığını Siz Yaparsınız”. Haberler.com, Temmuz 11, 2011. <https://www.haberler.com/biz-dini-yasariz-tuccarligini-siz-yaparsiniz-2861951-haberi>.
- Bozkurt, Nebi. *Hadis'te Folklor ve Eğlence*. İstanbul: İFAV, 1997.
- Browne, Ray B.F. “Popular Culture: Notes toward a Definition”. *Popular Culture Theory and Methodology: A Basic Introduction*, Ed. Harold E. Hinds Jr., Marilyn F. Motz ve Angela M. S. Nelson, 15-22. Madison: The University of Wisconsin Press, 2006.
- Buhari, İmam. *Sahihi Buhari*. Çev., Beşir Eryarsoy, Halil Aldemir ve Mehmet Odabaşı. İstanbul: Polen, 2010.
- Cashill, Jack. “When Will Hollywood Get the Family Right”. *The Cinematic Mirror for Psychology and Life Coaching*, Ed. Mary B. Gregerson, 29-50. New York: Springer, 2010.

- Cawelti, John G.. *Mystery, Violence, and Popular Culture: Essay*. Wisconsin: The Wisconsin University Press, 2004.
- Cheruvallil, S. ve Shakkour, S. *Digital Methodologies in the Sociology of Religion*. London: Bloomsbury Academic, 2016.
- Chomsky, Noam ve Edward S. Herman. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon, 2002.
- Clark, Terry R. ve Dan W. Clanton Jr. *Understanding Religion and Popular Culture: Theories, Themes, Products and Practices*. London: Routledge, 2012.
- Colin, Flint. *Introduction to Geopolitics*. London: Routledge, 2016.
- Çamdereli, Mete, Betül Ö. Doğan ve Nihal K. Şener. *Medya ve Din*. İstanbul: Köprü Kitapları, 2014.
- Çamdereli, Mete, Betül Ö. Doğan ve Nihal K. Şener. *Dijitalleşen Din*. İstanbul: Köprü Kitapları, 2015.
- Çepnioğlu, Medine. "Medya, Din ve Söylem". *İslam ve Medya*, Aralık 29, 2017. <http://www.islamvemedya.com/ilmi-toplantilar/421-medya-din-ve-siyem.html>.
- Davudoğlu, Ahmet. *Sahîh-i Müslîm Tercümesi ve Şerhi*. İstanbul: Rihle, 2017.
- Enneli, Çağlar. "Televizyonda Dinsel Siyaset: Dini İçerikli Dizilerin Kamusal Alan Projesinde Kadın veya Erkek Olmak". *Alternatif Politika Dergisi*. 1/1 (2009): 42-74.
- Ertit, Volkan. "Din (İslam) Merkezli Sekülerleşme Kavramı Yerine Metafizik Merkezli Sekülerleşme Kavramı". *Mütefekkir*. 4/8 (2017): 297-312.
- "Evet diyen bölücü değil hayır diyen vatan haini değil". *Milli Gazete*, Şubat 15, 2017. http://www.milligazete.com.tr/evet_diyen_bolucu_degil_hayir_diyen_vatan_haini_degil/453000.
- Fowler, Robert Booth, Allen D. Hertzke, Laura R. Olson, Kevin R. Den Dulk. *Religion and Politics in America: Faith, Culture, and Strategic Choices*. Boulder: Westview Press, 2014.
- Freccero, Carla A. *Popular Culture: An Introduction*. New York: New York University Press, 1999.
- Fuery, Kelli. *New Media: Culture and Image*. New York: Palgrave, 2009.
- Furat, Ayşe Z. "Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları, İstanbul Örneği: Sır Dizileri ve Dini Programlar". *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, 2008.
- Gilmore, Richard A. *Doing Philosophy at the Movies*. New York: University of New York Press, 2005.
- Goffman, Erving ve Bennett Berger. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press, 1986.
- Göle, Nilüfer. *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri*. İstanbul: Metis, 2017.
- Griswold, Wendy. *Cultures and Societies in a Changing World*. London: Sage, 2013.
- Hakyemez, Cemil. "Mehdî Düşüncesinin İtikadileşmesi Üzerine". *Gazi Üniversitesi Çorum İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 3/5 (2004): 127-144.

- Hewison, Robert ve John Holden. *The Cultural Leadership Handbook: How to Run a Creative Organization*. Surrey: Gower, 2011.
- Horkheimer, Max, ve Theodor Adorno. *Dialectic of Enlightenment*. Stanford: Stanford University Press, 2002.
- “İki Bakan ilk iftarını madencilerle açtı”. TGRT, Haziran 28, 2014. <http://www.tgrthaber.com.tr/gundem/iki-bakan-ilk-iftarini-madencilerle-acti-27888>.
- İnan, Mesut. “Lise Öğrencilerinin Medya- Din İlişkisi Algıları”. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. (2013): 121-146.
- Kaplan, P. (2003, Mayıs 31). Türkiye Bunları Konuşuyor. Sabah Gazetesi, s. 13.
- Kirman, Mehmet A. *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Rağbet, 2004.
- Lasswell, Harold Dwight. *Propaganda Technique in the World War*. Eastford: Martino Fine Books, 1938.
- Mardin, Şerif. *Türkiye’de Din ve Siyaset*. Haz., Mümtaz’er Türköne & Tuncay Önder. İstanbul: İletişim, 2017.
- McCombs, Maxwell E. ve Donald L. Shaw. “The Agenda-Setting Function of the Mass Media”. *Public Opinion Quarterly*. 36/2 (1972): 176–187.
- Mikhailova, Natalia. “Modern Russian Entertainment TV: Live well now-ask me how!”. *Russian Mass Media and Changing Values*, Ed. Arja Rosenholm, Kaarle Nordenstreng ve Elena Trubina, 175-192. London: Routledge, 2010.
- Mutlu, Sefa & Çat, Zehra Melek. “Kudüs İslam’ındır’ mitingi düzenlendi”. Anadolu Ajansı, Aralık 10, 2017. <http://aa.com.tr/tr/gunun-basliklari/kudus-islamindir-mitingi-duzenlendi/1000353>.
- Oyman, Nihat. “Sosyal Medya Dindarlığı”. *KSÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 14/28(2016): 125-167.
- Robinson, Piers. “New Media and War: Warmongers or Peacemakers?”. *New Directions in Media and Politics*, ed. Travis N. Ridout, s.61-81. London: Routledge, 2017.
- Rubin, Rachel L. ve Jeffrey Melnick. *Immigration and American Popular Culture: An Introduction*. New York: New York University Press, 2007.
- “RTÜK’ten şort giyen çocuklar için Acun Ilıcalı’ya ceza”. Cumhuriyet, Ocak 3, 2018. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/898087/RTUK_ten_sort_giyen_cocuklar_icin_Acun_Ilicali_ya__ceza.html.
- Sayar, Kemal. “Hayat Aşırı Siyasallaştı”. Röportaj Yapan: Balçışek İlter. Habertürk Gazetesi, Ekim 19, 2015. <http://www.haberturk.com/gundem/haber/1141775-hayat-asiri-siyasallasti-gerilmekten-ofkeden-otekilestirmekten-yorulduk>.
- Schiwy, Freya, Alessandro Fornazzari ve Susan Antebi. *Digital Media, Cultural Production and Speculative Capitalism*. London: Routledge, 2013.
- Sherlick, Lawrence ve Junhao Hong, *Internet Popular Culture and Jewish Values: The Influence of Technology on Religion in Israeli Schools*. New York: Cambria, 2008.
- Smith, Frank J. *Religion and Politics in America: An Encyclopedia of Church and State in American Life*. California: ABC-CLIO, 2016.
- Stout, Daniel ve Judith Buddenbaum. *Religion and Popular Culture: Studies on the Interaction of Worldviews*. Iowa: Iowa State University Press, 2001.

- Şener, Bülent. “Soma, Takdir-i İlahi, Erdoğan ve AKP: Sekülerleş(e)meyen Bir Politik Toplumun İzdüşümleri” Erişim Tarihi Mayıs 15, 2014. <http://www.21yyte.org/tr/arastirma/politik-sosyal-kulturel-arastirmalar-merkezi/2014/05/15/7598/soma-takdir-i-ilahi-erdogan-ve-akp-sekulerlesmeyen-bir-politik-toplumun-izdusumleri>.
- Taylor, Sarah M. “Shopping, Religion and the Sacred Buyosphere”. *Religion and Popular Culture in America*, Ed. Bruce D. Forbes ve Jeffrey H Mahan, 242-261. California: California University Press, 2017.
- Uzdu, Halil. “Türk Sineması’nda Din İmgesi Üzerine Din Sosyolojisi Açısından Bir Bakış Denemesi”. *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 3/5 (2016): 25-40.
- “Yalaza dizisi konusu ve oyuncularını Yalazada kim kimdir?”. *Sözcü*, Aralık 25, 2017. <http://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/yalaza-dizisi-konusu-ve-oyunculari-yalazada-kim-kimdir/>.
- Youtube. “Vakko Eşarp (video)”. Son Güncelleme 30 Nisan, 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=VjHyU9X0Yfw>.

Popular Culture, Politics and Religion: Prime-Time or Selfie Religiosity

EKMEL GEÇER

Abstract: *This study, mostly in Turkish context, handling the religious scenes in mass communication and political sphere within the framework of two meaningful popular culture terms (prime-time and selfie), in theoretical terms and through unstructured observations, aims to analyse (a) the socio-political reasons of increasing religiosity on television screens, (b) the ethics of religious coverage as a popular culture or rating entry, (c) the behavioural dimension of religious symbol or discourse that are much-applied in the public sphere and (d) the forms of devotedness in mobile technologies which can be called as social media religiosity. The preliminary outcomes and the analysis of the article suggest that religious symbols and discourse have been used as a show-business in political arena and media courses (new and traditional) and that religion has changed into a consumption item belonged to popular culture.*

Keywords: *Politics, Media, Religion, Popular culture, Selfie, Prime-time religiosity.*



Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010)

ZEYNEP KABAN KADIOĞLU*
zekadioglu@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-5533-943X

Öz: Medya sektörünün diğer sektörlerden farklı toplumsal dışsallığı, mülkiyet yapısı ve ilişkilerini önemli kılar. Medyanın düşünsel üretimi toplumsal rıza üretiminde ve kültürel gelişmişlik düzeyinde belirleyicidir. Dolayısıyla toplumsal değişim süreçleri arka planında medyanın mülkiyet yapılarındaki değişim süreçleri incelemek, bu alandaki toplumsal çalışmalar için önemli veriler sağlayabilir. Türkiye’de medya sahipliğinin kronolojik sürecinin ele alındığı bu çalışmada 1950’lerden 2010’lara mülkiyet yapılarındaki değişim, farklı alanlardaki sermayenin medya alanına ilgisinin artma süreci ve ekonomik, siyasi ve toplumsal gelişmelerle evrilen medya sektörü ele alınmıştır. Medya sektörünün değişim süreçlerinde, dünyada gelişen iletişim teknolojileriyle artan yatırım maliyetleri, ülkenin ekonomik koşullarındaki ve politikalarındaki değişimler, medyanın yaygınlığının ve dolayısıyla etki alanının genişlemesi belirleyici olmuştur. Aynı zamanda farklı dönemlerde iktidarların medya ile kurduğu ilişkiler, yönlendirmeler de medya sektörünün kompozisyonunda belirleyicidir. Çalışmanın sınırlandığı dönemler içinde medya sahipliğindeki değişimler kronolojik dizin halinde derlenmiş ve farklı çalışmalara da referans olabilecek bir takip sistemi amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Medya sahipliği, Medya mülkiyeti, Medya tarihi.

Giriş

Kitle iletişim araçları bir toplumun sadece haber alma ve eğlenme işlevini yerine getirmezler, aynı zamanda toplumun kültürel ortamının, demokratikleşme düzeyinin, toplumsal tepki ve rıza üretiminin hem aynası hem de etkileyenidirler. Bu denli önemli bir işleve sahip kitle iletişim araçları her ne kadar tecimsel şartlarda çalışsalar da kamusal dışsallıklarından ötürü diğer sektörlerden farklıdır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının sahipleri ve hangi çıkarlar, çıkar grupları için çalıştıkları önemlidir. Kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapıları özellikle eleştirel kuramcılarının çalışmalarında önemli yer tutar. Medyanın, hatta daha geniş açıdan iletişimin ekonomi politiği üzerine çalışan araştırmacılar, Marx ve Engels’in ifade ettiği; toplumda maddi üretim araçlarını ellerinde tutan sınıfın aynı zamanda düşüncel üretim araç-

* Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü.

larına da sahip olduğu ve böylece düşünsel üretim araçlarına sahip olmayan sınıfların fikirlerinin bu egemen sınıfa bağlı olduğu saptamasından¹ yola çıkarak medyanın mülkiyet yapısını ve ilişkilerini mercek altına alan çalışmalar yaparlar

Toplumsal değişim süreçleri içinde medya sektörü gerek üretim gerekse işleyiş bakımından dönüşümler yaşamıştır. Bu dönüşümler bazen toplumların şekillenmesinde rol oynamış, bazense toplumsal dinamikler medya sektörünün şekillendirmiştir. Bu çalışmada 1950'lerden günümüze Türkiye'de medyanın dönüşümü medya sahipliği kronolojisi üzerinden ele alınmıştır. Türkiye'de basın tarihi ve medya tarihi üzerine daha önce de çeşitli kitap ve makale çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışma ile Türkiye'de medyanın mülkiyet yapılarındaki el değiştirmeler kronolojik çizelgelerle verilmiş, hem yaşanan değişimlerin takip edilebilmesi hem de bu alanda çalışanlara referans olabilmesi açısından farklı bir katkı yaratılmak istenmiştir. Ele alınan dönemin uzunluğunun yarattığı kısıtlar dolayısıyla konuya sadece medya sahipliği ve medyanın mülkiyet yapısını etkileyebilecek önemli olaylar açısından yaklaşmıştır. Veriler konuyla ilgili araştırma kaynakları ile ilgili dönemlerin gazete taramasıyla toplanmıştır. Çalışma çok partili hayata geçiş ile başlamıştır.

Çalışmada ilk dönem olarak 1950-1980 arası ele alınmıştır. Ele alınan ilk dönemin kronolojisi çok partili hayata geçiş ile liberal ekonomi politikalarının uygulanmaya başladığı 1980 yılı arasında belirlenmiştir. İkinci dönem 24 Ocak Kararları ile başlayan liberalleşme döneminden ilk özel televizyonların yayına başladığı 1990'lara kadar belirlenmiştir. Ardından küreselleşme hareketlerinin hız kazandığı 1990'lardan 2000'lere kadar sınırlandırılmış ve son olarak 2000-2010 dönemi ele alınmıştır. 2000'lerden günümüze kadar olan dönemi yansıtması açısından 10 yıllık bir periyodun incelemesinin gösterge olabileceği düşüncesiyle bir sınırlamaya gidilmiştir. Kuşkusuz 2016 yılında yaşanan darbe girişimi ve sonrasında yaşanan gelişmeler de medya sektöründe mülkiyet yapıları incelemesi için yeni veriler ortaya koymuştur. Ancak bu veriler ışığında medya üzerindeki yapılanmalara yönelik müdahaleler, rekabet ortamı üzerindeki etkileri ve darbe girişimi sonrası yaşanan gelişmeler başlı başına bir inceleme konusu olduğundan bu çalışmanın kapsamına dahil edilmemiştir.

1950-1980 Arası Türkiye'de Medya Sahipliği

1950'li yıllar Türk siyasal yaşamının dönüm noktalarından biridir. Çok partili hayata geçilmesiyle birlikte toplumun tüm alanlarında dönemin kendi dinamikleri dönüşüm başlatmıştır. Demokrat parti iktidara gelmiş ve devletçi iktisadi politikalarından özel sektör öncelikli iktisadi politikalara doğru bir değişim süreci başlatmıştır. 1950'lerin başında NATO'ya üye olan Türkiye komşularıyla da iyi ilişkiler geliştirmiş, Ortadoğu ve Balkanlarda ittifak girişimlerinde bulunmuştur. Ancak dünyada yaşanan soğuk savaş uluslararası ilişkilerde belirleyiciliğini sürdürmektedir. Demokrat partinin ilk dönemlerinde basınla iyi ilişkiler geliştirilmiş ve gazetelerin büyük çoğunluğu Demokrat Partiyi desteklemiştir. Demokrat Parti iktidarının ilk dönemlerinde basın sektörü hem tirajlar hem de dergi ve gazete sayısı bakımından artışlar göstermiştir.

¹ Dick Hebdige, *Altkültür, Tarzın Anlamı*, çev., Sinan Nişancı, İstanbul: Babil Yayınları, 2004, s.22.

Bu dönemde birçok sağ görüşlü dergi ve gazete yayınlanmaya başlamıştır. Dönemin en etkili yayını Necip Fazıl Kısakürek'in Büyük Doğu dergisidir². Bu dönemde Kıbrıs sorunu gündeme gelmiş ve Kıbrıs sorununun gündeme gelmesinde ve Kıbrıs politikalarının şekillenmesinde basının önemli rolü olmuştur. Hürriyet gazetesi sahibi Sedat Simavi'nin çabalarıyla Kıbrıs sorunu gündemde önemli yer bulmuştur. 1957 seçimlerinde yeniden iktidar olan Demokrat Parti ekonomik sorunların giderek arttığı bir sürece giren Türkiye'de bu sorunların çözümünde baskıcı politikalar uygulamaya başlamış, özellikle basın üzerinde baskıyı giderek arttırmıştır. 27 Mayıs 1960'da silahlı kuvvetler yönetime el koymuştur. Bir cunta hareketi olan bu darbe süreci Yasıada Mahkemeleri ile devam etmiş, sonunda dönemin başbakanı Adnan Menderes, Dışişleri Bakanı Fatin Rüştü Zorlu ve Maliye Bakanı Hasan Polatkan idam edilmiştir³. Demokrat partinin son dönemlerinde üzerlerindeki baskılar giderek artan ve darbecileri karşına almaya cesaret edemeyen basın, darbe sonrası kurulan Milli Birlik Komitesini desteklemiştir. Basının desteğini arkasına almak isteyen Milli Birlik Komitesi ise basının sorunlarını çözümlenmeye öncelik vermiştir. Ancak kısa süre sonra çıkardıkları özgürlükçü yasalarda kısıtlamalara gitmişler ve basının tepkisini çekmişlerdir⁴.

1960'da kurulan Basın İlan Kurumu ilk başta hükümetlerin basın üzerinde tahakküm çabaları olarak görülmüş ve gazete sahipleri tarafından tepkiyle karşılanmıştır. 1960'ların sonuna doğru gazeteler ofset baskıya geçmiş, renkli ve resimli sayfalarla çıkmaya başlamıştır. Gazete tirajları yükselmiş, sol görüşlü gazetelerin sayısı artmıştır⁵. 1970'li yıllara doğru toplumsal muhalefet olayları artmaya başlamıştır. Dünyada 68 kuşağının motive ettiği gençlik hareketleri kısa sürede Türkiye'de de kendini göstermiştir. 1970'lerin ortalarından itibaren yaşanan ekonomik sorunların da etkisiyle farklı görüşlerin çatışmaları hız kazanmıştır. Basın sektörü de bu kutuplaşmadan payını almıştır. Okunan gazete, kişilerin siyasi kimliklerinin parçası haline gelmiştir.

Medyanın mülkiyet yapısı açısından bu dönem gazeteci gazete sahiplerinin çoğunlukta olduğu bir dönemdir. Ancak basın dışı sektörden de yatırımlar yapılmıştır. Bu dönemde, gazete sahibi olmanın saygınlığı, iktidar ilişkilerinde sağlayacağı düşünülen avantajlar ve siyasi kariyer hedefleyenlere katabileceği güç nedeniyle farklı sektörlerden kişilerin basın sektörüne girişini görebiliriz.

Tablo 1. 1950-1980 Türkiye'de Medya Sahipliği Kronolojisi

1949	Habib Edip Törehan Yeni İstanbul Gazetesini çıkardı.
15 Temmuz 1950	Basın Kanunu yürürlüğe girdi. Basında liberalleşmenin önün açan bir nitelikte hazırlanmıştı.
1950	Yeni İstanbul gazetesi Kemal Uzan'a satıldı.
3 Mayıs 1950	Ali Naci Karacan Milliyet'i çıkardı. Başyazar Abdi İpekçi oldu.

2 Nuri İnuğur, *Türk Basın Tarihi*, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s.218-221.

3 Toktamış Ateş, *Osmanlıdan Günümüze Türk Finans Tarihi*, İstanbul: İMKB Yayınları, 1999, s.225.

4 İnuğur, *Türk Basın Tarihi*, s. 367.

5 İnuğur, *Türk Basın Tarihi*, s. 409.

1950	Kadri Kayabal, ilk özel haber ajansı Türk Haberler Ajansı kuruldu
1 Mart 1952	Dünya gazetesi kuruldu. Sahibi Falih Rıfki Atay
16 Mayıs 1952	Büyük Doğu Gazetesi yayın hayatına başladı. Kurucusu Necip Fazıl Kısakürek
1953	Halkçı Gazete Kuruldu. Demokrat Parti iktidarının kapattığı Ulus gazetesi yerine çıkan gazetenin sahibi Nihat Erim.
1954	Türkiye'nin ilk siyasi aktüalite dergisi Akis yayın hayatına başladı. Sahipleri Metin Toker, Tülya Memluk, Oktay Türegün
1954	İşadamları Semih Tanca, Cemal Hürel, İzzet Zeki Baraz, Reha Özden Tercüman Gazetesini çıkardı.
1957	İşadamı Malik Yolaç Akşam gazetesini satın aldı.
11 Nisan 1957	Yeni Gün Gazetesi kuruldu sahibi Sabahaddin Karanakçı
12 Ekim 1960	Kudret Gazetesi Yayınlandı Sahibi Fethi Giray. Gazete 1962 yılında kapandı.
1960	Haldun Simavi "Son" gazetesini kurdu.
2 Ocak 1961	Basın İlan Kurumu kuruldu.
1964	Devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla TRT kuruldu.
1966	Gazetelerde Ofset Baskıya geçildi.
1968	TRT deneme mahiyetinde ilk televizyon yayını yaptı.
26 Kasım 1968	Haldun Simavi Günaydın Gazetesini kurdu. Bol resimli, kısa haberli, çarpıcı manşetli gazetecilik dönemi de başlamış oldu.
22 Nisan 1970	Hakikat gazetesi yayın hayatına başladı. İmtiyaz sahibi Mehmet Genç. Gazetenin 1 Ocak 1971 tarihli baskısında imtiyaz sahibi Enver Ören yazılmıştır. İkinci yılında ise imtiyaz sahibi Hakikat Gazetecilik Matbaacılık Limited Ortaklığı adına Yüksel Metin olmuştur.
1971	Hürriyet gazetesi yönetimini Erol Simavi, Haldun Simavi'den devraldı.
1971	Yeni Ortam Kemal Bisalman tarafından önce dergi olarak çıkarıldı, sonra gazeteye dönüştü. Yayınlarını 1975'e kadar sürdürdü.
20 Eylül 1971	Anayasa'nın 121. maddesi değiştirilerek, TRT'nin özerkliğine son verildi.
1971	İTÜ ile TRT arasındaki işbirliği sonucu bir protokol imzalandı ve 30 Ağustos günü İstanbul'da TRT'nin TV yayını başladı.
1 Mart 1971	Mehmet Ali Kışlalının yönetiminde Yankı dergisi yayınlanmaya başladı.1986 yılında Milliyetle birlikte yayınlanan Haftaya bakışla birleşerek Yankı Haftaya Bakış adını aldı. 6 Mayıs 1988'e kadar yayınlanmaya devam etti.
1972	TRT yasasındaki değişikliklerden sadece bir hafta önce televizyonda reklam yayınları başladı.

29 Mart 1972	Hakikat gazetesi adını Türkiye gazetesi olarak değiştirdi.
27 Mayıs 1972	Altan Öymen tarafından ANKA Haber Ajansı kuruldu.
12 Ocak 1973	Milli görüşü savunmak amacıyla Hasan Aksay tarafından çıkarılan Milli Gazete yayın hayatına başladı. Gazete bir süre sonra Selahattin Alıç'ın yönetimine geçti. Daha sonra ise Hazım Oktay Başer satın aldı.
8 Mart 1973	Türkiye gazetesi imtiyaz sahibi gazetede önce Tuncer Akalın daha sonrada Enver Ören olarak yazıldı.
1 Nisan 1973	Habib Edip Törehan tarafından kurulan Yeni İstanbul Gazetesi'nin adı değiştirilerek İstanbul oldu. Sahibi değişmedi. Kemal Uzan. Gazete 24 Aralık 1981'de tekrar Yeni İstanbul adıyla çıkmaya başladı.
1974	Dünya gazetesini işadamı İhsan Altınal satın aldı.
1975	Son Havadis gazetesini yeni sahibi Başkent Gazetecilik ve matbaacılık Ticaret ve sanayi A.Ş adına Mustafa Özkan oldu. Eski sahibi M. Kemal Pekün
19 Aralık 1975	İlk Basın Kurultayı toplandı.
1976	Uğur Reyhan tarafından Ak Ajans kuruldu.
1978	Uzan Grubu Şevket Rado'nun sahibi olduğu Hayat ve Ses dergilerini Tifdruk matbaasıyla birlikte aldı.
8 Mayıs 1978	Radyo-TV Gazetecileri Derneği kuruldu.
1979	Dünya gazetesi bir takım arsalar karşılığında Hürriyet gazetesinin yönetimine geçti.
8 Ekim 1979	1970 yılında Tekirdağ'da bir konsantre fabrikasıyla sanayiye adım atan sonra da Koç grubuyla ortak Otokar hisselerini satın alan Aydın Doğan'ın Milliyet gazetesine hissedar olduğu (%75 hisse ile) gazetenin Milliyetten mektup köşesinden açıklandı. Aydın Doğan Milliyet'i satın aldığı dönemde basın dışında sadece otomotiv alanında faaliyet gösteriyordu.

1980-1990 Arası Türkiye'de Medya Sahipliği

Bu dönem Türkiye'de gerek ekonomik gerekse toplumsal hayatta büyük değişimlerin başladığı yıllardır. 24 Ocak kararları ile liberalleşme modelinin çerçevesi çizilmiş ve dönüşümün startı verilmiştir. Kuşkusuz böyle bir dönüşümün karşılaşacağı çeşitli toplumsal dirençlerin süreci uzatabileceği düşünülebilir. Ancak toplumda, dönemin sağ sol çatışması şeklinde kendini gösteren terör olaylarının yarattığı endişe ortamı hakimdir. Ancak 12 Eylül darbesi muhalif tepkileri bertaraf etmiştir. Böylelikle bu kararların uygulanabilmesi için son derece uygun bir zemin ortaya çıkmıştır. 1982 anayasası pek çok anti demokratik düzenlemelerin zeminini hazırlamış ve Türkiye'nin siyasal toplumsal ve ekonomik yaşamına yön veren birçok yasayı değiştirmiştir⁶.

Dünyada da 1980'ler deregülasyon politikalarının işlerlik kazandığı, liberalleşme uygulamalarının yaygınlaştığı ve batılı ülkelerde özel sektör hakimiyetinin ve serbestli-

⁶ Ateş, *Osmanlıdan Günümüze*, s.354.

ğinin en üst düzeylere çıktığı yıllardır. Türkiye bu gelişmelere paralel uygulamalarla küreselleşmeye doğru giden sürece eklenmiştir. Ancak bu liberalleşme sürecinde serbest piyasaların işlerliği bir çok sektörde kapitalizmin ideologu Adam Smith'in öğretilerinden farklılaşmıştır. Çok sayıda alıcı ve satıcının olduğu ve bu çokluğun sinerjisi ile oluşan gizli bir elin sürekli dengeyi kolladığı serbest piyasa ekonomisinden sadece büyük şirketlerin birleşmelerle daha da büyüyerek piyasaya hakim olduğu tekelleri kapitalizme doğru bir süreç söz konusudur. Dünyada serbest piyasa ekonomisinin geçerli olduğu ülkelerde birçok sektörde olduğu gibi medya sektöründe de yoğunlaşma süreci başlamıştır. 1980'lerle birlikte medya sektörünün sahiplik yapısı da medya dışı büyük sermayenin sektöre girişinin arttığı biçimde evrilmiştir. Farklı sektörlerde faaliyet gösteren holdinglere eklenerek büyüyen medya işletmelerinin sayısı giderek artmıştır. Turgut Özal'ın "Türkiye'de 2,5 gazete kalacak" öngörüsü gerçekleşme de az sayıda grubun reklam ve satış paylarının çoğunluğuna sahip olduğu süreç hız kazanmıştır. 1980'lerden itibaren uygulanan yeni iktisat politikalarıyla birlikte gazete kağıdı, matbaa mürekkebi gibi girdi maliyetlerinin artması da, basın sektörüne yatırımın büyük sermayelere bırakılması sonucunu doğurmuştur. Örneğin 1980'lerin başında gazete kağıdına %300 zam yapılmıştır.⁷ Ayrıca yeni politikaların uygulanmasında ve toplumsal rızanın sağlanmasında basına önemli bir rol ve işlev yüklenmiştir. Yeni büyük medya işletmeleri 1980'lerin ortalarından itibaren pahalı ithal basın teknolojilerine yatırım yapmışlar ve atıl kapasite kullanımına sürükleyen çalışma tarzlarını terk etmişlerdir.⁸ Ölçek ekonomilerinin avantajlarından yararlanmak için aynı sahiplik altında birçok basın aracına tek noktadan içerik hazırlanmaya başlanmıştır. Özellikle basın alanına büyük sermaye gruplarının girmesi ve bu grupların diğer şirketlerinin işlerini yürütmede basını bir silah gibi kullanmaları sonucunda basın, bağlı bulunduğu sermaye grubunun işlerini yapan siyasi grupları desteklemeye, yapmayanları ise kösteklemeye başlamıştır.⁹

1980'li yılların ortasında başlayan ve 1990'ların ortalarına kadar devam eden bir diğer önemli gelişme promosyon savaşlarıdır. Bu savaşların medya şirketlerini ekonomik açıdan oldukça yıpratıcı sonuçları olmuştur. Promosyon olarak verilen ürünler gazetelere büyük ek maliyetler getirmiştir. Üstelik, rekabet ortamında tüm gazetelerin benzer promosyonu verme konusunda birbirini takip etmesi beklenen tiraj artışlarını sağlayamamalarına neden olmuştur.

TRT'nin Reklam Yönetmeliğini Temmuz 1988'de değiştirmesi ve promosyon reklamlarına yeniden yol açılmasıyla promosyonların şekli de değişmiştir. Promosyon reklamlarının serbest bırakılmasının hemen arkasından Sabah Gazetesi büyük bir lotaryaya başlamıştır. Ancak dönemin en önemli promosyonu Milliyet Gazetesinin verdiği karton evler olmuştur. Böylelikle çekilişle değil gazeteyi satın alan her okuyucuya hediye verme dönemine geçilmiştir. Milliyet gazetesinin verdiği karton evler,

7 Michael Kuyucu, "Türk Medyasının Mülkiyet Yapısı", *Prof. Dr. Ersan İlal'e Armağan İletişim Ve...*, İstanbul: Hiperlink Yayınları, 2014, s.270.

8 Gülseren Adaklı, "Türk Basınından Türk Medyasına Hakim Grupların Kısa Tarihi", s.10, [www.bianet.org](http://bianet.org), erişim 27 Kasım 2017, http://bianet.org/system/uploads/1/files/attachments/000/002/078/original/Turk_Medya_Sektorunun_Kisa_Tarihi.pdf?1521805944.

9 Erdem Taşdemir, "1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı ve Basın-Siyaset İlişkisi", *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 3/4 (2005), s.175.

tirajını 250 binden 1 milyona kadar çıkartmıştır. Bunun üzerine diğer gazeteler de gazeteyle birlikte hediye dağıtmaya başlamışlardır. 1990'lı yıllara gelindiğinde gazeteler yeni bir promosyon mecrası keşfetmişlerdir: Ansiklopediler. Sabah, Milliyet ve Hürriyet gazeteleri en iyisi olduğunu iddia ettikleri ansiklopedilerin kuponlarını yayınlamaya başlamışlardır. Çekilişsiz ama kupon biriktiren tüm okuyuculara verilen ansiklopediler üç büyük gazetenin toplam tirajlarını 3 milyona kadar çıkartmıştır. Türkiye'de 1995'e kadar tüketiciyi koruma konusunda bir yasanın olmaması gazeteler için hukuki bir boşluk yaratarak promosyonlarda istedikleri gibi açılmalarına fırsat vermiştir. Gerek kamuoyu baskısı, gerek Avrupa Birliği uyum çalışmaları gerekse promosyon kavgalarının basının saygınlığını zedelemesi sonucunda kamuoyunda promosyon yasası olarak bilinen kanunun hazırlıklarına başlanmıştır. Hazırlanan 4077 sayılı Tüketiciyi Koruma Kanunuyla kültürel ürünler dışındaki promosyonlar yasaklanmış, verilecek kupon sayısı en fazla 60 ile sınırlanmış, taahhüt edilen ürün nedeniyle gazetenin fiyatının arttırılamayacağı ve promosyon bedelinin bir kısmının tüketici tarafından karşılanamayacağı belirtilmiştir. Kanun 8 Eylül 1995'de yürürlüğe girmiştir. Promosyon dönemi medyanın sermaye yapısında da farklılaşmalara sebep olmuştur. Promosyon yoluyla zarar eden gazeteler başka gelir kaynakları arama yoluna gitmişlerdir. Medya sermayesinin farklı mecralara en çok atıldığı dönem promosyon savaşları sırasında olmuştur. Ayrıca reklam maliyetlerinin yüksekliği gazete sahiplerini TV yatırımlarına yönlendirmiştir¹⁰.

Tablo 2. 1980-1990 Türkiye'de Medya Sahipliği Kronolojisi

25 Ocak 1980	Gazete kağıdına %300 oranında zam yapıldı.
6 Ekim 1980	Aydın Doğan Milliyet gazetesinin hisselerinin tamamını satın aldı ve künyesine sahibi olarak yazıldı.
25 Kasım 1980	Milliyet Haber Ajansı (MİLHA) kuruldu.
6 Temmuz 1981	Magazin ve Aktüel Haberler Ajansı (MAKAJANS) kuruldu.
11 Aralık 1981	Nezih Demirkent Dünya gazetesinin imtiyaz sahibi oldu.
9 Ocak 1982	Çukurova grubunun sahibi olduğu Akşam gazetesi kapandı.
10 Ocak 1982	Tercüman gazetesinin desteğiyle Bulvar gazetesi kuruldu. Sahibi Nazlı Ilıcak
19 Şubat 1982	Hisarbank'ın sahipleri Ömer Çavuşoğlu ve Ahmet Kozanoğlu Güneş gazetesini çıkarmaya başladılar. Gazetenin daha sonraki sahipleri Mehmet Ali Yılmaz ve Asil Nadir oldu.
1 Nisan 1982	Nokta Dergisi yayın hayatına başladı. Sahibi Ercan Arıklı
23 Mayıs 1983	Haldun Simavi'ye ait Tan gazetesi yayınlanmaya başladı. Genel yayın yönetmeni Rahmi Turan oldu.
1983	Milli gazetenin sahibi Selahattin Alıç oldu.
Temmuz 1983	Sahiplerinin mali sıkıntıya düşmesi nedeniyle Güneş gazetesi işadamı müteahhit Mehmet Ali Yılmaz'a satıldı. Gazetenin satışları zamanla 400.000'e kadar çıktı.

¹⁰ Zeynep Kadioğlu, "Promosyonlar", *Hediye Kitabı*, İstanbul: Kitabevi, 2007, s.509.

1984	Enver Ören'in sahibi olduğu Türkiye gazetesi 1980'lerin başında 7500 olan tirajını elden dağıtım modeliyle arttırarak en çok satan 5 gazete arasına girdi.
12 Haziran 1984	Foto Muhabirleri Derneği kuruldu.
1 Temmuz 1984	Renkli televizyon yayınları başladı.
4 Eylül 1984	Tercüman Gazetesi, Sıkıyönetim Komutanlığı tarafından süresiz olarak kapatıldı.
1985	Dinç Bilgin'in Ege Bölgesinde yayın yapan Yeni Asır gazetesi İstanbul baskısını yaptı ancak bir yıl içinde kapandı.
22 Nisan 1985	Dinç Bilgin Sabah gazetesini kurdu ve ilk baskısını yaptı. Aralarında Rahmi Turan, Zafer Mutlu'nun da bulunduğu 40 Günaydın-Tan çalışanı Sabah'a geçti. İlk gün 700.000 baskının yarısını satabilen Sabah gazetesi kısa süre sonra 500.000 tiraja ulaştı.
13 Temmuz 1985	Bakanlar Kurulu, ithalat rejiminde yaptığı değişiklikle her dilde yayınlanan moda dergilerinin yurda gümrüksüz girmesine imkan tanıdı.
3 Kasım 1985	Hürriyet grubu tarafından çıkarılan Hürgün adlı gazete yayınlanmaya başladıktan 49 gün sonra kapatıldı.
1986	İkibine Doğru dergisi Mehmet Sabuncu tarafından çıkarılmaya başlandı. Doğu ve Güney doğu bölgesi ile ilgili haberleri nedeniyle Haziran-Aralık 1990 arası kapatıldı. Bu dönemde dergi ekibi Yüzyıl adıyla başka bir dergi çıkardı.
21 Nisan 1986	Rahmi Turan Sabah'tan ayrılarak tirajı 90 binlere düşmüş olan Günaydın'a geri döndü.
6 Ekim 1986	TRT'nin ikinci kanalı yayına girdi.
3 Kasım 1986	Eylül ayında mahalli bir gazete olarak kurulan Zaman gazetesi ulusal yayın yapmaya başladı. Kurucu sahibi ise Aleaddin Kaya oldu. Daha sonra sahibi Feza gazetecilik A.Ş adına Ali Akbulut oldu.
1987	Veb ofset bünyesinde ve sağ çizgide çıkarılan Yeni Haber gazetesi aynı yıl kapandı.
15 Şubat 1987	Sabah gazetesi ilk defa tirajda Hürriyet gazetesinin önüne geçti ve logosuna mavi boncuk ekledi.
5 Temmuz 1988	Asil Nadir Veb Ofset'i satın aldı.
Kasım 1987	Erol Aksoy, Dinç Bilgin, Ercan Arıklı ortaklığıyla dergi formatına yakın bir gazete, Söz gazetesi yayın hayatına girdi ancak yayın ömrü Şubat 1988'e kadar sürdü. Aksoy bu olaydan sonra Hürriyet'in hisselerinin %25'ini, Show TV'yi ve Cine 5'i satın aldı.
6 Şubat 1988	Basın Konseyi Kuruldu.
Ekim 1988	Hürriyet grubu tarafından Gazete isimli gazete çıkarıldı ancak ekonomik sıkıntılar nedeniyle yayın hayatı bir ay sürdü. Daha sonra Çukurova grubu bünyesinde yayınlanmaya başladı.

30 Kasım 1988	İlçakların desteğiyle çıkarılan Bulvar gazetesi gazetelerin girdi fiyatlarındaki aşırı yükselişe dayanamayarak kapandı.
19 Ocak 1989	Nokta dergisi gelişim grubuyla birlikte Asil Nadir'in yönetimine geçti.
19 Şubat 1989	Asil Nadir Güneş gazetesini Mehmet Ali Yılmaz'dan satın aldı.
7 Mart 1989	Bugün gazetesi kuruldu. Sahibi Dinç Bilgin
Haziran 1989	Türkan Akın yönetiminde aylık olarak yayınlanan Babıali Magazin dergisi yayın hayatına başladı.
2 Temmuz 1989	Türkiye'de Dış Basın Derneği kuruldu.
2 Ekim 1989	TV 3 ve Gap TV yayına başladı.
9 Ekim 1989	Rahmi Turan Hürriyet gazetesinde genel yayın yönetmeni oldu. 20 kadar çalışan protesto ederek Güneş gazetesine geçti.
6 Aralık 1989	Hürriyet gazetesine bağlı Tempo dergisi yayın hayatına başladı.

1990-2000 Arası Türkiye'de Medya Sahipliği

1990'lı yıllardan itibaren mülkiyet yapılarında, rekabet ortamında, kullanılan teknolojilerde ve yöndeşme politikalarındaki farklılaşmalar basın sektörü kavramının yerini çok daha geniş iletişim ortamlarını içine alan medya sektörü kavramına bırakmıştır. 1980'li yıllarda farklı sektörlerde yatırımları olan işadamlarının hakimiyetine giren basın sektöründen bahsetmiştik. 1990'lı yıllarda televizyon yayıncılığının tekelinin korsan yollarla da olsa kalkmasıyla bu sermayedarlar medyanın hemen her alanına yayılmışlardır¹¹. Medya sektörü de, oluşan yeni mülkiyet biçimleri ve yapılanmalarıyla küreselleşme denilen yeni aşamanın gerektirdiği medya-sermaye-iktidar bileşkesini oluşturmakta üzerine düşen görevi yapmıştır. Bu görevin sonucu, artık dev şirketlerin sahibi olduğu dördüncü kuvvetin toplum adına iktidarı denetlemek yerine, iktidar sahipleri adına toplumu denetleme ve toplum rızasını imal etme işlevine büründüğüdür¹². Türkiye'de medya sektörü için 1990'lı yıllar finans sektöründe faaliyetlerin, dönemin şartlarını belirlediği yıllar olmuştur. 1990'larda her büyük medya kuruluşu aynı zamanda banka sahibidir. Bu dönemde sektörün hakim medya gruplarının içinde sadece Sabah Grubu'nun sahipleri gazetecilik kökenlidir. Diğer medya grupları, farklı sektörlerden gelen yatırımcı gruplardır ve hepsinin bankası vardır. Bu rekabet ortamında avantaj kaybetmemek için Sabah Grubu da kısa süre içinde Etibank'ı satın almıştır.

Bu dönemin ekonomik anlamda önemli gelişmesi 1994 yılında yaşanan krizdir. 1990'lı yılların ilk yarısındaki temel sorun 1980'lerde başlayan iç borçlanmanın taşınamaz bir hal almasıdır. 1994 yılında kamu borçlanma faizlerini düşürme çabalarının yoğunlaşmasının sonucu olarak ortaya çıkan kurlarda dalgalanma ve devalüasyon ile mali sektörde ateşlenen yeni bir bankacılık krizi, sistemden önemli ölçüde mevduat çekilmesine yol açmıştır. Çekilen mevduatın önce büyük bankalara ve devlet tahviline, ardından buradan da çekilerek dövize yönelmesi ile sistem büyük bir

11 Ceren Sözeri, *Türkiye'de Medya İktidar İlişkileri*, İstanbul: İstanbul Enstitüsü Yayınları, 2015, s.10.

12 Raşit Kaya, *İktidar Yumağı: Medya Sermaye Devlet*, Ankara: İmge Yayınları, 2009, s.236.

sıkışıklık yaşamıştır. 1994 krizi, Merkez Bankasının duruma zamanında ve gerekli ölçüde müdahale edecek kadar rezervi olamaması nedeniyle yaygınlaşmış ve tüm bankacılık sistemini ve tüm ekonomiyi tehdit eder hale gelmiştir¹³.

1990'larda ordu ve koalisyon hükümetleri arasında güç devşiren eski medya sahiplerinin yeni hükümetle aynı türden ilişkiler kuramaması, askeri vesayetın gerilemesi, bu medya sahiplerini küçülmeye ya da hükümetle iyi ilişkiler arayışına yönlendirmiştir¹⁴.

Dönemin diğer önemli gelişmesi özel televizyonların yayın hayatına başlamasıdır. TRT tekelindeki televizyon yayınlarının kamu yararı önceliğiyle program içeriklerinde, haber üsluplarında, program seçiminde kontrollü davranmalarının yanı sıra özel televizyonların son derece serbest ve kuralları yıkan yayın anlayışı kısa sürede izlenme oranlarını arttırmıştır. Hızla birbiri ardına açılan özel televizyonlar bağımsız kuruluşlardan ziyade belli medya gruplarının bünyesinde açılmıştır. Televizyonların yazılı basına göre daha çok kişiye ulaşabilmesi bu alana yatırımın cazibesini de arttırmıştır. Ayrıca Medya sektöründe yüksek maliyetli yeni teknoloji yatırımlarının artması, dağıtım alanında tekelleşmeler, küçük ölçekli medya işletmelerinin sektörde tutunmasını zorlaştırmıştır

Söz edilmeden geçilmemesi gereken diğer bir konu dönemin medya ortamında gazete sahiplerinin sendikalı çalışan istememesi ve işten çıkarma gözdağı ile çalışanları sendikadan istifaya zorlamasıdır. Örneğin 1992 yılında Aydın Doğan sahipliğindeki Milliyet'te gazeteciler noter aracılığıyla istifa ettirilerek sendika ile bağları koparılmıştır¹⁵. 1952 yılında çıkarılan 5953 sayılı yasayla, basın çalışanları da sendikalaşma hakkına kavuşmuş ise de, toplu sözleşme ve grev hakkı bulunmadığı için gazetecilerin gerçek anlamda bu haklara kavuşması ancak 1963 yılında mümkün olmuştur. Gazeteciler 1963'te yürürlüğe giren 274 sayılı yasayla toplu sözleşme, 275 sayılı yasayla da grev yapma hakkı elde etmişlerdir¹⁶. 12 Mart 1971 Muhtırası basın özgürlüğüne kısıtlamalar getirmiş, 1984 yılında çıkarılan 2821 Sayılı Sendikalar Kanunu ile 2822 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu ile medya sektöründe çalışanların sendikal ve sosyal hakları iyice daraltılmıştır¹⁷. Doğan Grubu 1994 yılında Hürriyet Gazetesini satın aldıktan sonra aynı süreç bu kez de Hürriyet'te yaşanmıştır. Gazete sahipleri, yasayla tanınan hakları yerine getirme yükümlülüğünden kurtulmak için muhabirleri uzun süre stajyer olarak kadrosuz ve sigortasız çalıştırmaktadırlar. Stajyerlikten kurtulanlar ise, 'fikir işçisi' statüsü kazandıran 212 yerine 1475 sayılı yasa hükümlerine göre sözleşme imzalama koşuluyla işe alınmaktadırlar. Bir diğer yaygın uygulama olan 'taşeron' yöntemiyle de holding bünyesindeki başka bir şirket bordrosundan ücret ödenmektedir. Böylece gazeteciler yasal olarak gazeteci olmayan bir statüden ücret almayı kabullenmiş, bu yüzden iş güvencesi ve sendikalaşma

13 İlknur Sarıgedik, "1994–2001 Krizlerine Genel Bakış ve Kriz Yönetimi", Ankara Üniversitesi, Tezsiz Yüksek Lisans Tezi, 2008, s.18.

14 Sözeri, *Türkiye'de Medya İktidar İlişkileri*, s.15.

15 Sevtap Demir, "Türkiye'de 2001 Yılı Sonrasında Medya İktidar İlişkileri ve Gazeteci Pratiklerine Yansıması", Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2013, s.34.

16 Atilla Özsever, *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*, Ankara: İmge Yayınevi, 2004, s.101.

17 Gülseren Adaklı, *Türkiye'de Medya Endüstrisi*, Ankara: Ütopya Yayınları, 2006, s.297.

hakkından yoksun bir ortamda çalışmak zorunda kalmıştır, fikir işçisi statülerini yitirmişlerdir.

Bu dönemin bir diğer gelişmesi iktidarın da teşvikiyle İngiliz sermayesi olan Polly Peck grubu sahibi Asil Nadir'in medya sektörüne girişidir. Çok uzun ömürlü olmasa da medya sektöründe ilk büyük yabancı sermaye yatırımlarından biridir.

Kısaca 1990'lar medya sektörünün mülkiyet yapıları açısından en belirgin özellikleri; özel televizyonların serbestleşmesiyle ölçek ekonomisinden faydalanabilmek, siyasi iradeye karşı güç elde edebilme amacıyla yapılan medya yatırımların artması, 1994 krizinin etkileri ve medya çalışanları açısından sendikasılaştırma sürecinin başlamasıdır.

Tablo 3. 1990-2000 Türkiye'de Medya Sahipliği Kronolojisi

7 Mart 1990	Türkiye'nin ilk özel televizyonu Magic Box Star1 Ahmet Özal ve Cem Uzan tarafından kuruldu.
Ağustos 1990	Asil Nadir'in yönetim Kurulu başkanı olduğu Polly Peck Grubuna, hisselerini açıkladığının tersine almaktan vazgeçmesi sonucu ağır dolandırıcılık masası girdi. Gazetenin idari yönetimi Murahhas üye Mehmet Bayraktaroğlu'na bırakıldı. Böylece Asil Nadir'in basın patronluğu sona erdi.
1990	İngiliz basın kralı Robert Maxwell Hürriyet gazetesinin %49 hissesine talip oldu. Ancak satış gerçekleşmedi.
11 Aralık 1990	Milliyet gazetesinin yan kuruluşu olarak Meydan gazetesi çıkarıldı.
1991	Sabah Yayıncılık A.Ş'nin %10 hissesi 9 milyon \$ karşılığında Çukurova grubunun sahibi Mehmet Emin Karamehmet'e satıldı.
Haziran 1991	Asil Nadir'in sahibi olduğu Gelişim ve süreli yayınlar A.Ş İmpexbank'a devredildi ve yayınlarını İnterpress Basın ve Yayıncılık adıyla sürdürdü.
11 Temmuz 1991	Sabah grubuna bağlı Aktüel Dergisi yayın hayatına başladı.
23 Temmuz 1991	Asil Nadir'den sonra güçlüğü düşen Günaydın gazetesi yerine çalışanları Yeni Günaydın gazetesini çıkarmaya başladı.
20 Ağustos 1991	Cumhuriyet Gazetesi'nin sahibi ve başyazarı olan 61 yıllık gazeteci Nadir Nadi 83 yaşında vefat etti. Nadi'nin ölümünün ardından gazetede kadrolarındaki radikal solcular - liberaller çatışmaları artmaya başladı. 20 Ekim 1991 seçimleri sonrasında önerilen koalisyonlar konusunda çatışan yazarlar ve olayların tırmanması sonucu birçok yazar gazeteden istifa etti.
5 Ekim 1991	UTV'nin sahibi Osman Uslu'ya ait Mega 10 kanalı kuruldu. Önce SHP'nin kanalı olarak takdim edilen kanal yayın lisansı ve finansman sorunları nedeniyle fazla uzun süre yayın yapamadı.
1992	Ali Naci Karacan Kapital dergisini çıkarttı.

1992	Yaşar Kaya'nın sahibi olduğu Özgür Gündem gazetesi yayınlanmaya başladı.
1992	Sabah gazetesi kurban bayramında bayram gazetesi uygulamasını deldi.
8 Ocak 1992	Ahmet Özal' a ait Teleon TV test yayınlarına başladı
1 Mart 1992	Show TV Fransadan kiraladığı uydu üzerinden yayınlarına başladı. Sahibi Erol Aksoy
6 Mart 1992	Güneş gazetesi yayınlarını süresiz durdurdu.
23 Temmuz 1992	Günaydın ve Tan gazeteleri çalışanları alacaklarını yasal güvenlik altına almak amacıyla gazetelerini Yeni Günaydın ve Süper Tan isimleriyle yayınlamaya başladılar.
Ağustos 1992	Uzan Grubu Asil Nadir'den İkitelli'de 12000 metrekarelik arazide kurulu Medya Print'i satın alarak basım alanındaki girişimlerini sürdürdüler.
8 Ağustos 1992	Kanal 6 televizyonu İngiltere'den test yayınlarına başladı. 4 Ekim 1992 'de ise düzenli yayına geçti.
9 Ekim 1992	Has holdinge bağlı HBB TV ilk stereo yayın yapan TV olarak yayınlarına başladı.
22 Ekim 1992	Cumhuriyet gazetesinin konkordato talebinin reddi üzerine istifası mahkemece kabul edildi. Cumhuriyet gazetesi çalışanlarınca kurulan ve isim hakkı kiralanan Yeni Gün Haber Ajansı Basım ve Yayıncılık A.Ş tarafından yayınlanmaya başladı.
Ekim 1992	Yönetim Kurulu başkanlığını Bülent Şemiler'in yaptığı İnterpress grubundaki Kadınca, Ekonomik Panorama, Bela Örgü, Bando çocuk ve Hıbrır dergileri Ahmet Özal'a satıldı.
3 Kasım 1992	İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı BRT televizyonu kuruldu. Belediye ile ilgili haberlerin verilmesi amacıyla kurulan BRT Nisan 1993'de özel radyolarla bazı TV'lerin kapatılması sırasında kapatıldı.
Aralık 1992	Ahmet Özal ve Efe Özal'ın ortakları arasında olduğu ilk pazarlama kanalı Kanal Market yayına başladı ancak 1993 yılında Radyo Televizyon Yasası ile Kanal Market'in ve benzeri pazarlama kanallarının yayınları yasaklandı.
1 Aralık 1992	Bursada faaliyet gösteren Göktuğ Elektronik Yayıncılık Sanayi AŞ. Flash TV ile yayına başladı. Sahibi Ömer Göktuğ.
29 Aralık 1992	İlk Kürtçe gazete Rojname yayın hayatına başladı.
1 Ocak 1993	Enver Ören'in sahibi olduğu İhlas Haber Ajansı kuruldu.
13 Ocak 1993	Samanyolu TV yayına başladı. Fetullah Gülen'e yakın TV'nin sahibi Samanyolu yayıncılık Hizmetleri A.Ş.
1993	İktisat Bankası sahibi Erol Aksoy 17 milyon dolar ödeyerek Hürriyetin %25 hissesini satın aldı. Erol Aksoy Show TV ve İktisat Bankası'nın sahibi. Erol Simavi gazetesini önce oğlu Sedat Simavi'ye bıraktı ancak artan borçlar nedeniyle daha sonra Erol Aksoy'a sattı. Simavi geri kalan hisselerini 1994 yılında Aydın Doğan'a satarak medya sektöründen çekildi

Mart 1993	Show TV'nin sahibi olduğu ilk şifreli ve paralı televizyon kanalı Cine5 yayına başladı. Sahibi Erol Aksoy.
9 Nisan 1993	Tercüman Gazetesi sahibi Kemal Ilıcak'ın da adının karıştığı İlksan Skandalı patlak verdi. Kısa süre sonra Kemal Ilıcak vefat etti. Nazlı Ilıcak gazetesinin yayın hayatına devam edeceğini açıkladı.
22 Nisan 1993	İhlas Holding'e bağlı TGRT televizyonu kuruldu.
Haziran 1993	Tercüman gazetesini de bünyesinde bulunduran İnterpress'in %75'i İlksan skandalına konu olan arsayı satan AY-BA şirketinin sahibi Sedat Çolak tarafından satın alındı.
1 Temmuz 1993	Yeni Günaydın ve Süper Tan gazetelerini Kut Ormancılık ve Madencilik Şirketi sahibi Bekir Kutmangil satın aldı. 1998'de Günaydın'ın sahibi Mehmet Saruhan oldu.
12 Temmuz 1993	Sabah grubuna bağlı Satel'in TV kanalı ATV yayına başladı
19 Aralık 1993	Milliyet Grubu ve Doğu Holding tarafından ortaklaşa kurulan Kanal D yayına başladı
1994	Hakan Çizem bölgesel bir ekonomi kanalı olan Kanal E'yi kurdu.
Haziran 1994	Kanal D'nin Patronajı Doğu grubunun sahibi Ayhank Şahenk'e geçti. Daha sonra yeniden Aydın Doğan'ın oldu.
1994	Kanal 6 televizyonu ekonomik sıkıntıya düştü ve haciz kararı alındı.
13 Nisan 1994	3984 sayılı Radyo TV yasası kabul edildi.
Haziran 1994	Milliyet gazetesinin sahibi olduğu Doğan grubu, Hürriyet gazetesinin sahibi Hürriyet Holding'in %50 hissesini satın aldı.
10 Haziran 1994	Gazeteciler Cemiyeti tarafından Bizim Gazete kuruldu.
27 Temmuz 1994.	Yeni Dünya İletişim A.Ş tarafından Kanal 7 TV kuruldu
Temmuz 1994	Nokta ve Arkitekt dergileri İmpexbank'ın kapatılmasından kısa bir süre sonra Hürses gazetesi sahibi Masum Türker'e satıldı. Türker kısa bir süre sonra İnterpress'in diğer dergilerini de satın aldı.
7 Nisan 1994	Gazete kağıdına yüzde 95 oranında zam yapıldı.
10 Aralık 1994	Zaman gazetesinin de sahibi feza grubu bünyesinde Aksiyon Dergisi yayın hayatına başladı.
15 Aralık 1994	Medya Holding bünyesinde Yeni Yüzyıl gazetesi kuruldu.
27 Aralık 1994	Medya Holding bünyesinde Takvim Gazetesi yayın hayatına başladı.
1995	Ahmet Özal'ın sahibi olduğu Kanal 6 TV Mehmet Kurt ve Hasan Basri Uğurlu'ya satıldı, ancak anlaşmazlık yaşanınca tekrar Ahmet Özal'a döndü. 1998'de Kanal 6'yı Korkmaz Yiğit satın aldı. Korkmaz Yiğit'in adının karıştığı Türkbank skandalı sonrasında kanal tekrar Ahmet Özal'a geçti, daha sonra Hayyam Garipoğlu ile kısa süreli bir ortaklık kuruldu ancak bir ay içinde bozuldu. Bir süre sonra kanal sırasıyla Dinç Bilgin ve Uzan grubuna kiralandı.

1995	Raks grubu (sahibi Aslan Önal) Karacan TV'nin sahibi Ali Karacan ve Enerji FM radyosunun sahibi Vedat Yelkenci %33 payla ER-YA yayın şirketini kurarak Genç TV yayınlarına başladılar.
1995	Aydın Doğan Kanal D'yi Doğuş grubundan satın aldı.
23 Ocak 1995	Doğan grubu bünyesinde Posta gazetesi çıkarılmaya başlandı.
1996	Milliyet gazetesi bünyesinde Finansal Forum gazetesi çıkarıldı.
14 Ocak 1996	Yayınına uzunca bir süre ara vermiş olan Son Havadis gazetesi yeniden çıkmaya başladı.1974 yılında Mustafa Özkan tarafından satın alınan gazete 1996 yılında Doğan Grubu'na ortak olarak yayımlanmaya başladı.
5 Nisan 1996	Ermeni kökenli yurttaşların Türkçe olarak yayımladığı Agos gazetesi çıktı.
15 Mayıs 1996	Doğan Holding bünyesinde Gözcü Gazetesi yayın hayatına başladı.
8 Ağustos 1996	Mehmet Nazif Günal'ın sahibi olduğu MNG grubu TV 8'i kurdu.
13 Ekim 1996	Radikal gazetesi kuruldu. Gazete Doğan Medya grubu bünyesinde faaliyet göstermeye başladı
1 Kasım 1996	Cavit Çağlar'a ait Nergis Holding'e bağlı NTV kuruldu.
1997	Esenyurt Belediye başkanı Gürbüz Çapan ve kardeşleri Cumhuriyet gazetesinin yeni kimliği olan Yenigün Holding ile Yenigün Haber ajansına %40 ile ortak oldu.
4 Şubat 1997	Güneş gazetesi yeniden yayınlanmaya başladı. Sahibi T Medya Basın Yayın Sanayi ve Tic. A.Ş adına Mehmet Bülent Ergin (Aynı kişi Akşam ve Halka ve Olaylara Tercüman gazetelerinin de imtiyaz sahibi olarak yayınlandı)
Nisan 1997	Mehmet Ali Ilıcak yayın haklarını elinde bulundurduğu Akşam Gazetesini, Güneş gazetesini ve Bulvar Gazetesini Mehmet Emin Karamehmet'in sahibi olduğu Çukurova grubuna sattı.
1997	Korkmaz Yiğit Kanal E'yi Hakan Çizem'den satın aldı.
1998	Korkmaz Yiğit Genç TV'yi Raks grubundan satın aldı. Genç TV Korkmaz Yiğit'ten sonra Bayındır Holding'e geçti (Kamuran Çörtük) ve BRT adıyla yayınlarına devam etti.
1998	Özel Tv Kanallarına program hazırlayan Senkron TV'nin sahibi Levent Altınay Süzer grubuyla ortak Kent TV'yi kurdu. (Süzer grubu %52)
Ağustos 1998	Barış Partisi başkanı Ali Haydar Veziroğlu UBA ve Flash TV'yi Ömer Göktuğ'dan satın aldı.
Eylül 1998	Korkmaz Yiğit Yeniüzyıl gazetesini Sabah grubundan satın aldı.
Ekim 1998	Korkmaz Yiğit Milliyet'in çoğunluk hissesini satın aldı. Ancak Bankekspre'se el konulmasından sonra başlayan skandallar nedeniyle kısa bir süre sonra satıştan vazgeçildi.
1999	Doğuş grubu Kanal E'yi satın aldı.
1999	Cavit Çağlar'a ait A yapım TV programcılık A.Ş, Nergis haber ajansı ve NTV Doğuş grubuna satıldı.

1999	TMSF Etibank'a el koydu ve Dinç Bilgin'in Sabah gazetesindeki mülkiyeti Ciner –Karamehmet ortaklığına geçti Ancak TMSF kabul etmeyince Dinç Bilgin geri döndü.
11 Mart 1999	Uzan grubuna ait Star gazetesi kuruldu.
11 Ekim 1999	Doğan Medya Grubu ile CNN arasında yapılan anlaşma sonucu kurulan CNN TÜRK yayına başladı.

2000-2010 Döneminde Türkiye'de Medya Sahipliği

Türk basınında mülkiyet ve kontrol ilişkilerinde ilk dönüm noktası 1980'li yıllarda basın dışı sermayenin sektöre girişinin hızlanması, ikinci dönüm noktası 1990'lı yıllarda basının medya haline gelmesi ve holdingleşmesi, üçüncü dönüm noktası ise 1990'ların sonlarından itibaren el konulan bankalar ve devamında bu bankaların medya uzantılarına TMSF aracılığıyla el konulmasıdır. TMSF 2005 yılından itibaren el koyduğu medya gruplarının satışına başlamış ve medya sektörünün mülkiyet kompozisyonu yeniden şekillenmiştir. Erol Aksoy'un İktisat Bankası Fon'a geçince Cine 5, Kamuran Çörtük ve Süzer'in bankalarına el konunca BRT ve Kent TV, Ceylan Grubunun Bank Kapital'ine el konunca da CTV sektör dışı kalmıştır. İhlas Finans'a el konulması da Türkiye Grubu'nda sarsıntı yaratmıştır. Çukurova Grubu TMSF'ye geçen bankalarından sonra güçlerini takviyeye gitmiş ve yeni transferler, yeni TV kanalları ve yeni dağıtım örgütlenmesi için adımlar atmıştır¹⁸

2001 yılında medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişindeki engellerin kaldırılması da medya yatırımlarının cazibesini arttırmış ve medya sektöründe faaliyet gösteren büyük grupların devlet ihalelerinden yararlanmasının yolunu açmıştır. Dönemin büyük medya gruplarının hemen hepsinin enerji, madencilik, finans ve inşaat alanlarında büyük yatırımları vardır.

2001 yılında yaşanan ekonomik kriz medya sahipliği ortamının yeniden dizayn edilmesinde etkili olmuştur. 1990'lı yılların ekonomik, siyasi sorunları ve çözüm pratikleri 2001 yılında ekonomik kriz olarak sonuçlanmıştır. Cumhuriyet tarihinin en önemli krizlerinden biri olan 2001 krizinde borsa %18,1 gibi tarihi bir düşüş yaşanırken gecelik faizler %7500 e kadar yükselmiştir. Enflasyon %70'lere çıkmıştır. Özellikle kısa vadeli yabancı sermaye yatırımlarında büyük çıkışlar yaşanmıştır. Bu denli derin bir ekonomik kriz tüm sektörleri olduğu gibi medya sektörünü de etkilemiştir.

Ekonomik kriz dönemlerinde işletmeler öncelikle reklam harcamalarını kısarlar. Bu durum medyanın reklam gelirlerinin azalmasına yol açar. 2001 krizi sonrası Türkiye'de medyanın reklam gelirlerinde %50 den fazla düşüş yaşanmıştır. Medya yatırımlarında ise %52'lik azalma söz konusudur¹⁹

Tüm bu gelişmelerin beraberinde doların değer kazanması da ithal girdi maliyetlerini yükseltmiştir. Medya sektörü yaşadığı krize gazetecileri işten çıkararak çözüm

18 Demir, "Türkiye'de 2001 Yılı Sonrası Medya-İktidar İlişkileri", s.46.

19 Barış Bulunmaz, "Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı ve 2001 Krizi Öncesi ve Sonrası Reklam Gelirlerinin Analizi", *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi*, 24/86 (2010), s.49-67.

aramıştır. TGC'nin açıklamalarına göre 2001 yılında 5000 gazeteci işsiz kalmıştır²⁰. 1990'lardan beri süren sendikasılaşma süreci 2001 krizinde medya sahiplerinin işine yaramış ve işten çıkarmaları kolaylaştırmıştır. 2001 Krizinden medya sektörünün bu kadar çok etkilenmesinin tek nedeni maliyetlerde yaşanan artışlar değildir. Özellikle 1990'larda artan medya ve finans grubunu tek çatıda toplayan işletmelerin bankalarının uğradığı zarar, medya yatırımlarını da etkilemiştir. 2001 krizine kadar medya işletmeleri banka sahibi olmanın finansal avantajlarını kullanarak medya alanındaki yatırımlarını arttırmışlar ve bu sayede siyaseten de ellerini güçlendireceklerini düşünmüşlerdir. Medya sayesinde siyaset üzerinde kuracakları baskı gücüyle özelleştirme uygulamalarında kamu ihaleleri olarak büyümeyi hedeflemişlerdir. 2001 Ekonomik krizini hazırlayan koşullar, sonrasında getirilen düzenlemeler ve tüm bu süreçte yaşanan siyasi çalkantılar Türkiye'de hem siyasi haritayı hem de medya sektörünü yeniden dizayn etmiştir. Kriz sonrasında TMSF finansal açıdan sorunlu gördüğü bankalara ve bu bankaların bağlı olduğu holdinglerin medya işletmelerine el koymaya başlamıştır. Kriz sonrası el konulan bankaların 10 tanesi medya holdinglerine aittir.

AKP iktidarının ilk yıllarında medya ve siyaset arayışında bir mutabakat söz konusudur ancak AKP iktidarı 1990'larda medya sahiplerinin siyasetin şekillendirilmesine dahil olma mücadelesini unutmamıştır ve Türk medya sektörünün yeniden dizayn edilmesi arayışlarına girer. El konulan medya şirketlerinin satışında ve yabancı sermayenin önünün açılmasında yeni grupların medya sektörüne girmesini teşvik eder tutum alırlar. Medya sektöründe yabancı sermaye payına yönelik sınırlandırmaları azaltırlar.

İlerleyen dönemlerde ihalesi yapılan medya şirketlerine birden fazla şirketin ortaklığıyla kurulan konsorsiyumlar sahip olur. İktidar yanlısı olarak görülen bu konsorsiyumlar medyadaki rekabet portföyünü değiştirmişlerdir. AKP iktidarının girdiği seçimlerde giderek arttırdığı oy oranları siyaseten gücünü arttırdığı gibi medya sektöründeki muhalif gruplar karşısında da etkinliğini arttırmıştır. Oluşan rekabet ortamında bazı medya sahipleri iktidar yanlısı tutum sergilerken bazıları ise denge siyaseti oluşturmaya çalışmışlardır. Muhalif yayın yapan medya sahiplerinin sayısı oldukça azdır. İktidar yanlısı yayınların ana çıkış noktası dönemin dış güçlerinin hükümeti ve devletin egemenliğini zayıflatma stratejileri karşısında hükümeti desteklemenin elzemliği söylemi üzerine kurulmuştur. Denge siyaseti güden medya organları zaman zaman eleştirel tutum alırken, iktidarla ilişkilerinin gerilme noktalarında geri adım atarak ve gazetede önemli görevlere, iktidar yanlılığı belirgin olan ve iktidarla yakın ilişkileri olan gazetecileri olarak strateji oluşturmuşlardır. Az sayıdaki muhalif medya işletmeleri ise iktidarı, medyaya yönelik baskı uyguladığı, muhalefeti susturmak ve/veya sindirmek için her türlü politikayı uyguladığı iddialarıyla eleştiren yayın politikaları üretmişlerdir.

20 Ayça Söylemez, "Sendikadan Çıkarılan İşçilere Birleşme Çağrısı", www.bianet.org, erişim 20 Şubat 2018, <https://m.bianet.org/bianet/insan-haklari/127504-sendikadan-isten-cikarilan-gazetecilere-birlesme-cagrisi>.

Tablo 4. 2000-2010 Türkiye’de Medya Sahipliği Kronolojisi

Nisan 2000	Çukurova Grubunun sahibi olduğu Digitürk yayın hayatına başladı,
16 Ekim 2000	Kanal E’nin sahibi Doğuş grubu NBC Universal ile lisans anlaşması yaptı ve CNBC-E yayınlarına başladı.
20 Ekim 2000	Turgay Ciner Sabah grubunun çoğunluk hissesini alarak Medya Holding’e ortak oldu.
27 Ekim 2000	BDDK, Sabah grubuna ait Etibank’a el koydu.
Kasım 2000	Dinç Bilgin Sabah ve ATV’deki hisselerini Turgay, Ciner ve Karamehmet’ten oluşan MTM Konsorsiyumu’na devretti. Ancak bir hafta sonra gruba ait Etibank’a el konunca BDDK bu anlaşmayı bozdu.
2001	Süzer’in sahibi olduğu Kent Bank’a el konulmasıyla Kent TV fon geçti.
2001	Yenigün Holding’in % 40 hissesi Turgay Ciner’e satıldı. Hisselerde %40 Turgay Ciner, %40 Çukurova grubu, %10 Cumhuriyet vakfı ve geri kalanı küçük ortaklara ait oldu
10 Şubat 2001	BDDK İhlas Finans kurumuna el koydu. Türkiye gazetesi ve TGRT’nin de içinde olduğu bir çok şirket bu operasyona dahil oldu.
4 Eylül 2002	Bağımsız gazeteciler Yayıncılık A.Ş adına imtiyaz sahipliğini Serdar Mutlu’nun yaptığı Vatan gazetesi çıkarıldı.
Kasım 2002	Çapan Kardeşler Yenigün Holding ve haber ajansındaki hisselerini (Cumhuriyet) Çukurova grubuna bıraktı.
2003	RTÜK Kamuran Çörtük’ün sahibi olduğu BRT’nin lisans anlaşmasını feshetti.
17 Ocak 2003	İlıcak Yayıncılık, Gazetecilik Matbaacılık şirketi adına Ali Serhat İlıcak’ın sahibi olduğu Dünden Bugüne Tercüman gazetesi yayınlanmaya başladı (Doğan Holding’le ortak olarak)
17 Ocak 2003	Çukurova grubu’na ait Halka ve Olaylara Tercüman gazetesi Mehmet Bülent Ergin’in desteğiyle yayınlanmaya başladı.
Mayıs 2003	MTV ve Medya 2000’in sahibi Mustafa Özbey kablo ve uydudan yayın yapan Ulusal TV’nin hisselerinin bir kısmını satın aldı.
14 Şubat 2004	TMSF Uzan grubuna el koydu ve Star Yayın Grubu da fonun kontrolüne geçti.
Şubat 2004	Ahmet Özal Kanal 6’yı Reha Muhtar, Faruk Bayhan, Türker İnanoğlu ve Zafer Mutlu ortaklığı olarak kurulan Vizyon TV’ye kiraladı. Ancak anlaşma bir ay sonra bozuldu.
Mayıs 2004	TMSF Erol Aksoy’un aralarında Cine 5, Show Radyo’nun da bulunduğu işletmelerine el koydu.
Ağustos 2004	Müteahhit Mehmet Nazif Günal’ın sahibi olduğu MNG Holding Yenyüz yıl’ın isim hakkını satın aldı.
Mayıs 2005	Turgay Ciner bir süredir kiracısı olduğu Sabah ATV grubunu 435 milyon dolara satın aldı. Fotomaç, Aktüel, Kanal1 de Ciner grubuna katıldı.

Eylül 2005	TMSF nin satışa çıkardığı Süper FM, Metro FM Kanadalı CanWest-Global'e satıldı. 2006 yılında Joy FM ve Joy Türk radyo kanalları da aynı gruba satıldı.
Eylül 2005	Star TV 306 milyon 500 TL'ye Doğan grubuna satıldı.
Kasım 2005	Mehmet Ali İlicak Doğan Holding'le ortaklığını bitirip Ciner Holding'le ortak olarak çıkardığı Dünden bugüne Tercüman gazetesinin ismini Bugüne çevirerek Koza İpek grubuna sattı
2006	Doğan Holding hisselerinin %25'i Axel Springer'e satıldı. Geri alım opsiyonlu bu satıştan bir süre sonra Doğan grubu yavaş yavaş hisselerini geri almaya başladı.2017 yılı itibariyle Axel Springer'in elindeki Doğan grubu hisselerinin payı %6,6dır.
Mayıs 2006	TMSF ihalesiyle Star gazetesi Ali Özmen Safa Alaaddin Kaya ortaklığına satıldı. Bir yıl sonra Hasan Doğan ile Ethem Sancak gazeteye ortak oldular. Safa'nın ortaklıktan ayrılması ve Doğan'ın ölümünün ardından medya grubu Sancak'ın denetimine geçti. 2009'da Fettah Tamince ortaklığa katıldı. 2010 yılında Ethem Sancak hisselerini Tevhit Karakaya'ya sattı
Temmuz 2006	Murdoch, Ahmet Erteğün ortaklığı TGRT'nin sahibi olduğu TGRT'yi (HuzurTV) satın aldı. Bir yıl sonra kanalın adı Fox Tv olarak değiştirildi.
Ocak 2007	TMSF, Medya Grubu (sahibi Dinç Bilgin) ve Merkez grubu şirketlerinin yönetimlerini devraldı
Mayıs 2007	Kanal 6 iflas etti.
Kasım 2007	Ufuk Güldemir'in kurduğu Habertürk TV, radyo ve internet sitesi Ciner grubuna satıldı.
Aralık 2007	TMSF'nin el koyduğu ATV-Sabah grubu ihaleye tek başına giren Çalık Grubuna satıldı.
2007	Doğan Grubu D Smart ile dijital yayıncılık alanına girdi
Mart 2008	Zafer Mutlu Vatan gazetesini Doğan Grubu'na sattı.
Mayıs 2008	Kanaltürk TV ve radyo Koza İpek grubuna satıldı.
Haziran 2008	TMSF Kral FM ve Kral TV'yi Doğuş grubuna sattı.
Ekim 2010	Haber kanalı 24 ile Star Gazetesinin büyük hissedarı olan Ethem Sancak yüzde 51 hissesini kapatılan Fazilet Partisi ve Ak Parti eski Erzincan milletvekili Tevhit Karakaya'ya sattı.
Mayıs 2011	Milliyet ve Vatan gazeteleri Karacan-Demirören ortaklığına satıldı.

Sonuç

Ahmet Oktay 1987 basımı *Toplumsal Değişme ve Basın* kitabında Türk basının, ilk gazete Takvimi Vekayi'den beri 155 yıllık geçmişini değerlendirirken en büyük sorununu çoğulculuk ve özgürlük yokluğu olarak ifade etmiştir²¹. Bugün gelinen noktada aynı sorunun devam ettiğini söyleyebiliriz. Medyanın kamuoyu ve siyasi iktidar üzerindeki etkisi sahiplik açısından medya sektörüne olan ilgiyi hep yüksek

21 Ahmet Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın 1960-1986 Türk Basını üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*, İstanbul: BFS Yayınları, 1987, s.11.

tutmuştur. Siyasi iktidarlar da bu gücü ticari çıkarlarının ipoteğinde çalışan şirketlere teslim etmek istememişlerdir. Ayrıca medyanın kamuoyu üzerindeki gündem belirleme, algıları yönetme ve gündem değiştirme gibi etkileri, siyasi iktidarları da medya üzerinde etkili olabilecekleri sahiplik yapılarında yönlendirmelerine sebep olmuştur. Medya alanında yatırımların bu tür cazibeleri bir yandan farklı sektörlerden şirketleri medya sektörüne çekerken bir yandan da mevcut medya şirketlerini farklı alanlarda yatırımlarla büyümeye itmiştir. Diğer yandan gelişen teknolojilerin medya alanındaki yatırımların maliyetini yükseltmesi küçük ölçekli işletmelerin aleyhine olmuştur. Böylelikle medya sektörü oligopolistik yapıdan kurtulamamıştır. Medyanın sahiplik yapısını bilmeyenler için çok sayıda gazete, televizyon kanalı, dergi gibi oluşumlar çoğulculuğun var olduğu düşüncesini doğurabilir. Ancak medya sektörünün hâkim firmaları çok sayıda ürünü aynı çatı altında çıkarmaktadır. Ölçek ekonomisini avantajlarından faydalanarak kaynaklarını farklı medya ürünlerinin içeriklerinin oluşturulmasında kullanabilmektedirler.

Medya sahipliği ekseninde yapılan bu kronoloji çalışmasıyla, Türkiye’de medya sektörüne yatırım yapmanın cazibesinin her dönemde yüksek olduğu görülebilir. Sadece medya alanında yatırım sahibi olmak özel sektörü cezbedecek karlılık potansiyeli yaratmamaktadır. Bu nedenle medya yatırımlarının farklı alanlarda da faaliyet gösteren holdinglerin bünyesinde konuşlandığını görebiliriz. Ancak işletmelerin medya yatırımlarını kullanarak farklı sektörlerdeki yatırımlarını destekleme ve iktidarla ilişkilerini kontrol altına alma stratejileri oldukça hassas dengeler içeren, kaygan ve kırılabilir bir zemin oluşturur. Bu zeminde medya faaliyetlerinin sürdürülebilirliği oldukça zordur. Bu nedenle yakın dönem medya tarihimizde el değiştirmeler, el koymalar, kurulan ve bozulan ortaklıklar, sıklıkla yaşanmıştır.

Kaynakça

- İnuğur, Nuri. *Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.
- Ateş, Toktamış. *1980’lerden Günümüze Siyasal ve Toplumsal Olaylar*, Osmanlıdan Günümüze *Türk Finans Tarihi*. 2. Cilt. İstanbul: İMKB Yayınları 1999.
- Hebdige, Dick. *Altkültür: Tarzın Anlamı*. Çev. Sinan Nişancı. İstanbul: Babil Yayınları 2004.
- Sözeri, Ceren. *Türkiye’de Medya İktidar İlişkileri*. İstanbul: İstanbul Enstitüsü Yayınları, 2015.
- Kaya, Raşit. *İktidar Yumağı: Medya Sermaye Devlet*. Ankara: İmge Kitabevi, 2009.
- Özsever, Atilla. *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*. Ankara: İmge Kitabevi, 2004.
- Adaklı, Gülseren. *Türkiye’de Medya Endüstrisi*. Ankara: Ütopya Yayınları, 2006.
- Oktay, Ahmet. *Toplumsal Değişme ve Basın 1960-1986 Türk Basını üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. İstanbul: BFS Yayınları, 1987.
- Taşdemir, Erdem. “1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı ve Basın-Siyaset İlişkisi”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*. 24/86 (2005): 173-180.
- Kadioğlu, Zeynep. “Promosyonlar”. *Hediye Kitabı*. İstanbul: Kitabevi, 2007.

- Sarıgedik, İlknur. “1994 – 2001 Krizlerine genel Bakış ve Kriz Yönetimi”. Ankara Üniversitesi. Tezsiz Yüksek Lisans Tezi, 2008.
- Kuyucu, Michael. “Türk Medyasının Mülkiyet Yapısı”. *Prof. Dr. Ersan İlal'e Armağan İletişim Ve...* İstanbul: Hiperlink Yayınları, 2014.
- Bulunmaz, Barış. “Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı ve 2001 Krizi Öncesi ve Sonrası Reklam Gelirlerinin Analizi”. *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi*. 46 (2010): 46-67.
- Adaklı, Gülseren. “Türk Basınından Türk Medyasına Hakim Grupların Kısa Tarihi”. [www.bianet.org](http://bianet.org). Erişim 27 Kasım 2017. http://bianet.org/system/uploads/1/files/attachments/000/002/078/original/Turk_Medya_Sektorunun_Kisa_Tarihi.pdf?1521805944.
- Demir, Sevtap. “Türkiye’de 2001 Yılı Sonrasında Medya İktidar İlişkileri ve Gazeteci Pratiklerine Yansıması”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2013.
- Söylemez, Ayça. “Sendikadan Çıkarılan İşçilere Birleşme Çağrısı”, www.bianet.org. Erişim: 20 Şubat 2018. <https://m.bianet.org/bianet/insan-haklari/127504-sendikadan-isten-cikarilan-gazetecilere-birlesme-cagrisi>.

A Chronological Analysis of the Change in the Ownership Structure of Media in Turkey (1950-2010)

ZEYNEP KABAN KADIOĞLU

Abstract: *Apart from other sectors, social externality of the media industry makes the property of media structure and relations important. The intellectual production of the media is decisive in the construction of social consent and the level of cultural development. In the light of the social dynamics, considering the change in the ownership structure of the media provides important information for social studies in this field. This study deals with the chronological course of the media ownership from 1950 to 2010 in Turkey, and discusses other sectors' increasing interest in the media capital. The acceleration of the investment costs due to emerging new communication technologies in the world and the changes in the economic conditions and policies of the country have played an influential role in the radical changes. Hence, established relations between governments and media in various periods have profoundly affected the composition of the media. By compiling the changes in media ownership chronologically, the paper meanwhile aims to provide a reference point for other studies.*

Keywords: *Media ownership, Turkish media history.*



Anthrozoological Study on the Agro-Pastoral Societies of Kızıltepe, Southeast Anatolia

SÜLEYMAN ŞANLI*
suleymansanli@artuklu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-3826-201X

ABU BAKAR SIDDIQ**
abubakarsiddiq@artuklu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-5838-2695

Abstract: *Since the origin, humans have been depended and formed mixtures of complex relationships with nonhuman animals. These mutualistic relationships eventually intensified following the animal domestication. Southeast Anatolia is one of the important regions where the first domestication of sheep, goat, cattle, and pig occurred as well as domestic herds have been fundamental in every socio-cultural aspect in the region until today. Therefore, Southeast Anatolia has been an ideal place for pastoral and anthrozoological study. Through fieldworks and exploratory case studies in agro-pastoral societies in Kızıltepe, we found certain sheep, goats, and cattle are capable of distinguishing and recognizing human and other cross-species individuals as like they do in their own species. Alongside of providing protein, wealth and social status, herd animals in Kızıltepe also possess deep affection and emotional bonds with human individuals as like as pets in urban societies. On the other hand, we do not observe any gender or sibling effect in children-animal bond which was focused in some contemporary studies. Our overall observations and findings also demonstrate some intangible culture cores in Southeast Anatolia which is promoted mainly by the complex relationships between human and their domestic herds.*

Keywords: *Anthrozoology, Human-animal bond, Pastoralism, Southeast Anatolia, Kızıltepe.*

Introduction

Humans and nonhumans have been sharing the world since the early evolutionary process forming multi-scale and complex relationships. The mutual understanding between humans and their fellow nonhumans intensely increased following the first domestication of dogs around 15,000 years ago¹. These interactions and emotional relationships further become more complex and deepen when the earliest settled

* Asst. Prof., Mardin Artuklu University, Faculty of Letters, Department of Anthropology.

** Lecturer, Mardin Artuklu University, Faculty of Letters, Department of Anthropology.

1 Peter Savolainen, et al., "Genetic evidence for an East Asian origin of domestic dogs", *Science*, 298/5598 (2002): 1610-1613.

Neolithic people in the Near East² and Central Anatolia³ gradually succeeded the domestication process of particularly four ungulate herd species - sheep, goats, pigs and cattle around 11000 years ago⁴. Following this, humans domesticated donkeys about 6000 years⁵, horses about 5500 years⁶, and camels about 3500 years ago⁷, mainly as draft animals and caravan packs. These domestication processes of over the past 11,500 years have had a significant effect not just on the nonhuman animals but also on human population as well as the biosphere as a whole⁸. The domestication actually involved a two-way mutual relationship between humans and the target animal populations. Some consider humans as the dominant partner in this relationship⁹ while others see it as a form of biological mutualism in which both humans and nonhumans adopted the new way of life for their mutual benefits¹⁰. Some even further challenge¹¹ that domesticated nonhumans actually manipulated the unaware humans into the relationships that gave them a great evolutionary and survival advantage. Therefore, it is an academic priority to understand the aspects and crucial factors in the relationships between humans and their different fellow domesticated nonhuman species that have been living in human court for over 11,000 years.

However, these relationships have long been ignored in sociology as it is conventionally seen the study of nonhuman animals in a linguacentric perception, because animals lack the ability to employ spoken language¹² and therefore they were as mindless and selfless. Influenced by Cartesian idea, sociology has had a long history of anthropocentrism and consequently an uneasy relationship with nonhuman animals viewing human behaviour to the apex. Therefore, the intangible aspects of emotional (affection & trust) and relational bonds between humans and nonhumans have been commonly unrecognised. However, different provident approaches in social sciences are seen towards nonhuman animals in the last three decades. Anthrozoology, a newly developed research area is mainly expanded to examining, understanding, and critically evaluating the complex and multi-dimensional relationships between

2 Melinda A. Zeder, "Domestication and early agriculture in the Mediterranean basin: origins, diffusion, and impact", *PNAS*, 105 (2008): 11597-11604.

3 Mihriban Özbaşaran, "The Neolithic on the Plateau", in *The Oxford Handbook of Ancient Anatolia: (10.000-323 B.C.E.)*. S. Steadmann & G. McMahon (ed.). Oxford: Oxford University Press, 2011, p.99-124.

4 Melinda A. Zeder, "Pathways to Animal Domestication", in *Biodiversity in Agriculture: Domestication, Evolution, and Sustainability*, Gept, P. et al., (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2012, p.228-259.

5 Birgitta Kimura et al., "Ancient DNA from Nubian and Somali wild ass provides insights into donkey ancestry and domestication", *Proceedings of Biological Society*, 278/1702 (2011): 50-57.

6 Alan K. Outram et al., "The earliest horse harnessing and milking", *Science*, 323/5919 (2009): 1332-1335.

7 Joris Peters and Angela von den Driesch, "The two-humped camel (*Camelus bactrianus*): new light on its distribution, management and medical treatment in the past", *Journal of Zoology*, 242/4 (1997): 651-679.

8 Abu Bakar Siddiq, "Anatolian farmers in Europe: migrations and cultural transformation in Early Neolithic period", in *Proceeding book of 1st International Symposium on Migration and Culture (Vol. 2)*. Kahraman et al., (eds.). Amasya: Amasya University, 2016, p.519-532.

9 Juliet Clutton-Brock, "The unnatural world: Behavioural aspects of humans and animals in the process of domestication", in *Animals and Human Society: Changing Perspective*. Manning, A. & Serpell, J. A. (eds.). London: Routledge, 1994, p.23-35.

10 Zeder, "Pathways to Animal Domestication", p.228-31.

11 e.g. Darcy F. Morey, "The early evolution of the domestic dog", *American Scientist*, 82 (1994):336-47.

12 Abu Bakar Siddiq and Ahsan Habib, "Antropolojide ortaya çıkan çok-disiplinli güçlü bir alt bilim: Antrozooloji", *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 2/1 (2017): 22-35.

human and nonhuman animals¹³. The disciplinary anthrozoology is further eager to understand our kinship with nonhuman animals.

Several researches have been done on the relationships between individual humans and individual nonhuman animals such as dogs and cats¹⁴ or even birds¹⁵. Some research even focused on various types of animal based cultural practices as well as the inevitable mutual relationships in those socio-cultural features¹⁶. However, very few research have come in light so far on the affection and close relationships between herd animals and their fellow humans albeit these domesticated herds have been living with humans contributing socio-economic-culturally since the earliest settled life in the humanity. Alongside of being the supply of delicacy and survivals, non-human herd animals have been providing our wealth, social status and being very important subjects for religious and symbolic identity. Therefore, anthrozoological study on the relationships between domestic herds and their fellow humans is very significant as they are the most diversely involved in humanity.

Southeast Anatolia is one of places where these ungulate species were first domesticated in early Neolithic period. Since then herd animals have had very broad roles in socio-culture in the region. People in the region have been practicing pastoralism since the Neolithic and following this tradition generation after generation¹⁷. The Kızıltepe plain has been used as a very rich area for animal herding since the earliest phase of pastoralism in Southeast Anatolia. Until the arrival of heavy agricultural machineries in recent years, almost all families in the region lived mainly on pastoralism. Following the prehistoric pastoralism, the Kızıltepe plain subsequently passed on to Akkadian, Roman-Byzantine, Seljuk, Ilkhanate, Mamluk, Qara Qoyunlu, Artuqid, Timurid and Ottoman rule, and as like other parts of Southeast Anatolia, become the major meat supplier to prominent cities in every rules. Cattle, sheep and goats are still considered as the most important socio-cultural elements in the region. Hence, this research has been conducted several anthrozoological field studies on the traditional pastoral (currently living agro-pastoral life) societies in Kızıltepe plain to understand the emotional relationships and bonds (trust & affection) between human and nonhuman herd animals in Southeast Anatolia.

Materials and Methods

Kızıltepe lies to the south-west of present day Mardin city in Southeast Turkey (Anatolia). It is surrounded by Mardin and Nusaybin district to the east, Derik and Ceylanpınar districts to the west, Mazıdağı district to the north and Syria to the south

13 Abu Bakar Siddiq and Ahsan Habib, "Anthrozoology –an emerging robust multidisciplinary subfield of anthropological science", *Green University Review of Social Sci.*, 3/1 (2016): 45-67.

14 e.g. Clinton R. Sanders, 1999 & 2000; Erika Friedmann et al., 2007; Peter B. Gray et al., 2015; Veronika Konok et al., 2015; Christina M. Brown et al., 2016; Kenneth D. Royal et al., 2016.

15 e.g. Irene M. Pepperberg, "Cognitive and communicative abilities of Grey parrots", *Applied Animal Behaviour Science*, 100/1 (2006): 77-86.

16 e.g. Devrim Ertürk and Süleyman Şanlı (eds), *Türkiye'de Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri*, Ankara, Gece Kitaplığı, 2017.

17 Abu Bakar Siddiq, "Pastoral societies of Mardin province in southeastern Turkey -some anthrozoological aspects", *Mukaddime*, 8/2 (2017): 253-265.

(Fig: 01). Because of its location on the northern part the fertile Mesopotamia and over the crossroads of the Silk Road -the prominent trade route between Asia, Africa and Europe - Kızıltepe remained a region that never lost its significance since Bronze Age. Pastoralism has been the main part of the economy along with this international trade route in the region. As like other parts of Southeast Anatolia, Kızıltepe plain is currently a semi-humid area in the continental climate zone experiencing very hot summers (being one of the hottest places in Turkey) and cold winters with occasional snow. It is also amongst the areas with an average highest wind speed in Turkey¹⁸. Although short-term drought is not uncommon, profound sunlight and almost all precipitation (annual mean 500-600 mm) falls as rain during the winter and spring¹⁹ have transformed this plain as a perfect pastoral ground since prehistory encouraging the growth of dense vegetation.

Fieldworks were the data source of this study and have been conducted on 76 agro-pastoral families in 6 villages of Kızıltepe district namely Akziyaret köyü, Hocaköy, Buyuktepe köyü, Kara köyü, Dikmen köyü and Yolüstü Mezra köyü (village). The main objective of this research was to measure the emotional level of various social groups, mainly of agro-pastoral groups, for their domestic animals as well as the response and love of distinct animal individuals for their fellow human friends. Aiming this, instead of collecting wide range of quantitative data, qualitative research questionnaire and ethnographic in-depth interview have been applied to understand short-time and long-time emotional bonds between herders and their herd animals. Personal interviews have been taken from 156 subjects of both adults and children.

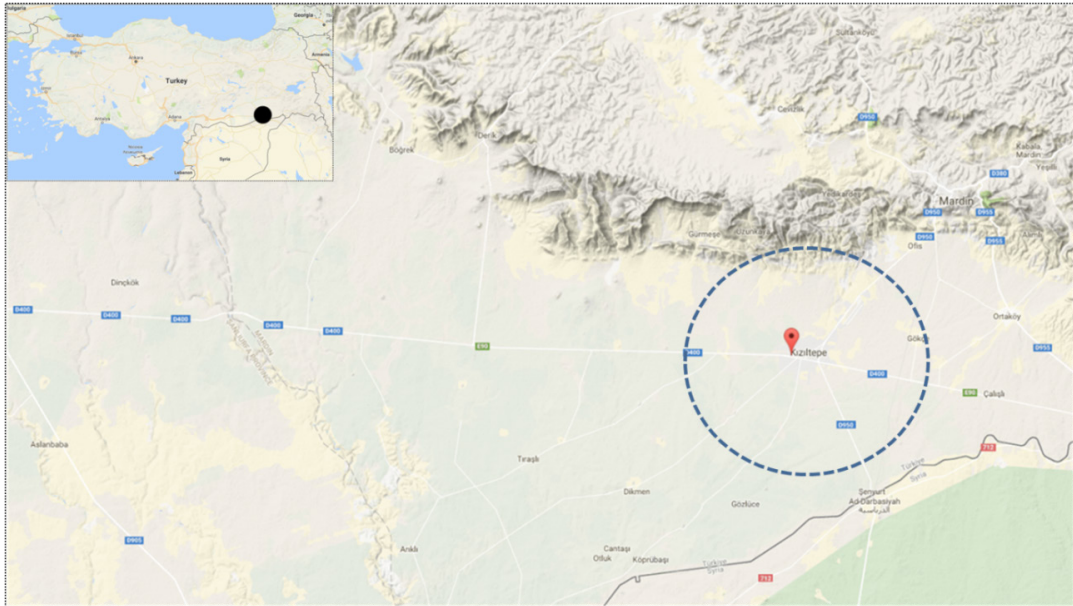


Figure 1. Location and Topography of the Study Area

18 Serhat Sensoy et al., "Türkiye İklimi", MGM web site, (2008) http://www.mgm.gov.tr/FILES/iklim/turkiye_iklimi.pdf (accessed on 13.08.2017).

19 Siddiq, 'Pastoral societies of Mardin province', 257.

Alongside of the household and personal interviews, 173 individual cases have been studied especially from old and very experienced shepherds and women who are involved with managing animals for long time. Some cases have also been well studied to understand children's involvement and affection for their family herds. Exploratory cases have been recorded from shepherds and family members ranging 9 to 101 year old. While the real and complete name of nonhuman individuals' have been used, the abbreviations of human individuals' full name (e.g. E.D. = Esra Demir) have been followed in this study for anthropological ethics albeit mentioning the full name was permitted by the subjects.

Results

The agro-pastoral families in Kızıltepe generally have cattle instead of sheep or goat. Most families generally have one or two cows because of regular need of milk, yogurt and cheese as because cheese and yogurt are the basic food for breakfast and lunch in the region. Since agriculture has been rapidly developed in the region in last 30 years, people have almost abandoned sheep-goat pastoralism as the means of living. Agro-pastoral families in Kızıltepe prefer raising cattle, mainly cow, because they are comparatively calm and more submissive than that of sheep or goat. Besides, they do not require the grazing area since one can raise the cattle just feeding them in the pan. However, there are some families (about 15%) who prefer raising sheep or goat instead of cow for their daily necessary dairy products as because they think that sheep and goats are most suitable and most resourceful animals in this region as well people should raise goats or sheep to maintain very long traditional pastoral practice of their ancestors. However, instead of grazing, these families are also forced to keep their sheep or goats inside the house complex since there are no grazing field available in the region.

In most case among the agro-pastoral families (>55%) in Kızıltepe, cows are kept for a long time for about 6 to 12 years. People usually do not want to sell their cows unless they are too old to give birth and produce milk. On the other hand, only around 30% owners prefer keeping sheep or goats for a long time. Many individuals from sheep and goats are being raised for 7 to 8 years in the same household and therefore have very emotional bonds with their owners. In some cases, goats and sheep are found living with the same owner for over 12 years.

People usually love their animals very much. In addition to their economic value, animals form very emotional connections with human individuals in the household. Most families (>70%) consider domestic animals as part of their family members. Many people have remarkable memories with their beloved animals. They still recon their memory even after a very long time.

About 30% families see their herd animals mainly as economic value. They seasonally and occasionally butcher their animals to host their guest as well as for family needs. However, about 70% families do not butcher any sheep or goat from their own herd. Instead, they commonly buy an animal from neighbour or another's herd to

host their guest as well as for different occasional need. This is because they cannot tolerate the pain of the animals raised by their own. Moreover, they even cannot see the blood as well as cannot swallow the meat of their own animal. In some case, family individuals become very upset for long time as well as cried after their favourite cow, sheep or goat was butchered. Killing an animal have strongest effects on women and children in the family who were the closest to their herd animals and have raised them since those were calves, lambs or kids. It is found that major families from Kızıltepe do not prefer butchering animals from their own herd by any means; instead, they prefer selling their animals that will be killed far away of their eye sight.

If any animal die of accident, illness or by wolf attack, all the families become very upset both because of their economical values and emotional connections. Long-time effect is foreseeable in the case of favourite animals. People usually do not forget their dead animal for a long time as like their dead relatives.

Some people are found so emotional that they never stay at the spot where the animals are being sold. Although they always accept that animals have to be sold because of their economic value, some people still feel very sad and some even cry while selling their favourite animals. However, some people even do not their favourite animals in any conditions. Most notably, cows are raised for the longest period of time. Some even stay with their owners for over 12 to 15 years and have very strong bond with owners. In this case, almost all families are not willing to sell their cows even for the double market price. Emotional bonds between cows and their owners are controlling factors in this case. When people are forced to sell their cows or calves in strong economic crisis or because of their old age, they always feel very bad and especially women cry a lot for their cows. In most case, they never forget their animals. Some people even can remember the faces of distinct animal individuals after long time they were sold. For example, M.E. (64) from Büyüktepe village had to sell his horse about 15 years ago and he still feels that he had apparently lost his child.

On the other hand, some people are usually not emotionally affected after selling or killing the animals believing that humans and animals cannot be equal as well as one cannot compare between the emotion for their children and their animals since animals are created for the service of humanity and therefore humans have every right to consume, sell or butcher the animals.

Over 85% people have deep affection for different animal individuals in their herds. Most people miss their beloved past animals very much especially when they remember them. In many cases, people dream their animals in their dreams. Sometimes especially women acquire cows or sheep from their parents when they have their own family after marriage. In this case, most of the presented animals have very deep affection and close interactions with their owners. People usually keep their memories in their mind for many years after they are sold. Sometimes seasonal fresh grass or even certain places in the village awaken these women's poignant memories with their favourite animals.

While most agro-pastoralists think that animals want to love and be loved, some argued that animals have no feelings like people. They think animals are so unconscious that they even sometimes do not distinguish their own children. However, most people think non-human animals can think, get angry, hate, love and have feelings and suffering alike of humans. They think sometimes people are cruel to nonhuman animals but the nonhumans are not cruel like humans. They also experienced that nonhuman animals are very indulgent and they understand if their owners are angry at them. Moreover, most of the agro-pastoralists agreed that as like the human individual sense and emotion also differ according non-human individuals. For example, B.Ç. (44) thinks that according to his experience, herd animals have mind like humans. This is because when a cow or a sheep is hungry and thirsty it moos or baas. He thinks there is only difference between human and nonhumans that they cannot speak human language. B.Ç. further explained when he sold his cow two or three years ago to another village, the cow turned her head and looked at him deplorably. B.Ç. believes that one can only understand every move of an animal once they feed it regularly. As like B.Ç., most people believe that their herd animals certainly have minds and they show feelings and emotional response for their owners. People also think that if they had capacity to speak human language, their herd animals would tell that they love their owners. Knowing that they are bound to, most of the agro-pastorals regret selling their animals. However, most people (over 80 %) told that if their animals could speak human language, they would tell their favourite animals that they are so sad and did not want to sell the animals.

On the other hand, most families mentioned that they experienced their sheep, goats, cows, dogs, and horses expressed love and compassion for human while some claim that animals only love their own babies and they do not have feelings like humans do. These animals recognize as well as response to the distinct voice of human individuals. Some claim that animals recognize their owners and loved or hated human individuals from their smells and clothes. Their animals can further recognize who are children (and therefore naive) and who are adults (and therefore serious) among humans around them.

In these agro-pastoral villages of Kızıltepe, 96% of 5 to 13 year old children like the animals very much while 3-4 % of them do not like animals. Over 90% of those children spend most of their play time with animals. Children of 6-9 year old prefer playing with calves, sheep, goats, lambs, kids or even chicken while 10-15 year old children like to play with the dogs most. Most children consider their animals (mainly sheep-goats, lambs, kids, dogs and calves) as their living toys that show response to their feelings and compassion. Over 60% of children stated that they love the animals more than their best friend in the school or in their locality as well as everyone has their favourite animals from family herds. About 20% stated they love their best friend in school and animals equally and 15% stated that they love their best friend in school more than their animals. Surprisingly not a single child was found harmed or attacked by animals except chased by dogs in the remote neighbourhood.

About 70 % of agro-pastoralists name their animals while others do not prefer naming dog, donkey, horse, cattle or sheep-goat. Most cows in the villages are named by their owners or children. Cows are generally named as Bozê (blonde), Sermezin (large headed), Çêleka min (my beloved cow), Zafer (victory), Simge (symbol) etc. Dogs are usually named as Xamle (well built); however, sometimes people amusingly name their dogs Topal (lame). Sheep and goats are usually named by their physical features such as Serzer (golden yellow headed).

While asking about cross-species odd friendships in their animals some families claimed that they sometimes experienced this kind of unusual friendship between different species. For example, A.S. from Karaköyü village described that one year ago one of her hens was regularly feeding her kittens which was the talk of the village. Presently A.S. has a dog and a cat who are very good friends and always move around the village together, eat together and come back home together.

Many people still use different animal parts and animal products for medicinal purpose although some family do not prefer traditional treatment. The most common animal based treatment is to wrap the broken legs or arms with fresh animal skin or using mashed beef or lamb on the injured area. People also use tortoise blood and flesh of mole to treat cancer. Some people also used camel milk for cancer like chronic disease. Many families especially use dog skull to protect their garden or agricultural field from the evil eyes.

Some Selective Cases on Mutual Bond

There are 173 cases on long-time emotional bonds between human and nonhuman individuals have been recorded in this study. Sheep (ewes and rams), goats (does and bucks), dogs, horses and donkeys were the most recorded animals in these cases. To illustrate and holistic picture of socio-economic and cultural contexts of these case, a total of 14 cases are shortly presented in this paper.

H.H. (61) from Hocaköy village used to play a lot with lambs owned by his family. He still remembers a lamb with black head in his childhood. The lamb used to follow him wherever he were in the village. They used to play together and whenever the front door was opened, the lamb entered into the house to be with H.H.

H.E. (36) from Akziyaret village had a cow about six years ago. She bought the cow as a calf and raised it. The cow stayed with her family for over 10 years and six years ago it became very ill. H.E.'s family took care of the cow for a long time and in some nights H.E. could not sleep because her cow was ill. H.E.'s family provide treatment and took care of the cow for a long time although it did not get well at all. Having no option, H.E.'s family had to decide to sell the cow. However, the cow did not want to leave H.E.'s family. Hasna cried a lot when she sold her cow. She also cried hearing that her cow was butchered in Kızıltepe town.

H.B. (38) from Hocaköy village also had a cow. Her cow was pregnant and gave birth at midnight. It was very difficult for the cow to give birth and it could not endure

the pain, and therefore, it died soon after giving birth. H.B.'s family did not notice because it was midnight and was not able to help the cow. Remembering this, tears were falling out from H.B.'s eyes.

The dog of B.Ç. (44) from Hacaköy village was accidentally shot while B.Ç. was just scaring the dog firing his dog. However, B.Ç. was in grief and cried for over a month for his dog. B.Ç. also had a horse that got very ill in a winter about 11 years ago. B.Ç.'s family took care for the horse for over 3 months but the horse did not get well. In the end the horse got that sick that it was not able to stand itself. The horse was suffering very badly and B.Ç.'s father wanted to kill the horse to relief it from pain. B.Ç. was very upset for a long time after the horse was shot. B.Ç. described how close bond he had with his horse; they were always together and spent most of their time visiting different places in the country.

Ş.D. (65) from Büyüktepe village had a sheep named 'Serzer'. She brought the sheep with her to her new home after getting married. The sheep had so close interactions with Ş.D. that she did not sell or butcher the sheep. Moreover, she buried 'Serzer' in a chosen place after it died naturally.

A.D. (57) from Karaköyü village mentioned that he and his family members cannot sleep when the animals become sick. Once A.D. had a ram named 'Kara Kar'. The ram was so attached to his family that he never thought about selling or killing it. Eventually Kara Kar died naturally and they buried him. A.D. and his family still remember their good memories with 'Kara Kar'.

A.S. (51) from Büyüktepe village still has poignant memories of her beloved cow that she lost 6 years ago. The cow was very close to her. A.S. claims that the cow used to understand every motions she expressed to it. Unfortunately the cow died of disease and A.S.'s sorrow changed into mourning when its calf also died 10 days following the grief for its mother. A.S. has mentioned that she will not be able to forget her cow and beloved calf rest of her life.

M.E. (64) from Büyüktepe village once had a horse with very friendly relationship. He used to go to the hill sides with his horse and a hunting dog. Once he fell off the horse while chasing a very fast rabbit to hunt. They were running so fast that the horse passed over hundred metres after M.E. fell off from it. However, the horse started to neigh very loud and returned as quickly as possible to save him. M.E. still remembers the emotions and very protective expression in the eyes of his beloved horse in that day. M.E. also had a buck kid in his childhood. The buck spent about 12 years with him and once became leader of his herd when it was grown. The buck always wanted to be with M.E. whenever in grazing field or at home. He still clearly remembers the face of his favourite buck and its compassion for him. Mentioning about the interactions with animals, M.E. said that he always goes to the barn to see and spend time with sheep whenever he wakes up at night. He mentioned that the smell in the barn seems very sweet to him.

K.B. (73) from Yolüstü Mezra village had a doe about 16-17 years ago. He loved her so much that he did not kill or sell it like other goats. Once the doe gave birth to four kids which was a very unusual incident because goats in the region usually give birth to one or hardly two kids. The doe grew old and eventually had a natural death. K.B. was very sad for long time after he lost her. K.B. passionately expressed that he still misses his favourite doe.

H.S. (62) from Kara köyü village had a ewe lamb over 25 years ago. Once the lamb got sick and H.S. took intense care of the lamb and since then they form very strong bond what lasted for over 12 years. H.S. named her 'Ali' after his best friend albeit she was an ewe. He used to share his own meal with 'Ali' while he was in the grazing field with his sheep and goats. The ewe was born earless and she was known to other villagers because of his special physical feature as well as her bond with H.S. However, he had to sell his ewe having very strong financial crisis as well as the ewe become very old. Nevertheless, H.S. stated that he still misses and he wishes to bring back his good time with his most favourite ewe.

The 101 year old Ş.S. from Kara köyü village spent 80 years of his as a well-known shepherd. In some years, he used to spend months away of home with his animals. He told us many wonderful cases about emotional bonds between him and animal individuals in his herd. He particularly mentioned about his camel (cow) that he owned about 40 years ago. He loved his camel so much. Once the camel got ill following a spring rain and it took Ş.S. month long intensive care to get his camel well. Ş.S. still remembers his anxiousness and passion for his camel. Once, the camel gave birth to twin dead calves. Ş.S. stated that he saw his camel was crying for over a month for her calves.

M.E.K. (52) from Dikmen Village had a very favourite ewe named 'Bozo' about 18 years ago. The ewe used to come inside their house and even was shared food with them. The ewe, unfortunately, once fell from the stairs and died. M.E.K. candidly stated that he cried for over two week after the death of his beloved 'Bozo'.

Many people take photos of their favourite sheep, goats or cow, frame them and keep on their wall. For example, C.O. (37) from Dikmen Village had to sell her favourite cow 6 years ago. She framed the photo of her cow and kept with her. Whenever she feels sad or misses her cow she takes out the frame and looks at it as like she is seeing the photo of her children.

A.A. (65) Dikmen Village had a favourite ram named 'Serzer'. She loved Serzer very much and it was with her family for over 8 years. However, one day her husband sold Serzer when they were facing very strong financial difficulties albeit she strongly opposed it. A.A. cried a lot after Serzer was sold. She openly expressed that she still misses and cannot forget Serzer.

Discussion

Cattle have more ratio of successful close relationship with their owners. This is perhaps because they have slow reproductive rate²⁰ and commonly give birth to fewer offspring than those of goats or sheep. They also need more efforts and longer time to be raised and provide results in comparing to sheep or goats. Therefore, agro-pastoralists in Kızıltepe usually have deeper affection and interactions with cattle considering them big resource of their wealth and having scope to form relatively a prolonged attachment and bond with the longer lifespan of cattle (i.e. 18 to 22 years in captivity).

Being a companion, nonhuman animals can fulfil 'basic social needs' of their owners²¹. Therefore, their owners often feel strong emotional connections to their animals²², in many cases considering them part of the family and providing them with levels of affection²³, comfort, and support similar to that of another human family member²⁴. However, very selective animals such as dogs, cats, horses, birds, fish, and mice have only been focused and commonly been considered as companion animals in classic and contemporary researches²⁵. In Kızıltepe, however, it has been observed that sheep (and lambs), goats (kids) and cows (and calves) often provide their human owners companionship as well as emotional attachment, social integration, wealth and status, and reliable alliance along with economic benefit regular nourishments. Cats do not have any companionship with their owners, albeit people often keep cats in their house to control pests. On the other hand, very few dogs have companionship and emotional relationships with their owners although they are regularly fed and sheltered by them.

Distinctive sheep, goats as well as horses, donkeys and cattle have strongly response to the love from their human companions. Moreover, it has been experienced in many cases that these nonhuman animals express their affection for distinctive human individuals. Several recent studies²⁶ have proven sheep's capacity in the recognition of humans, other animals and sheep individuals²⁷. Likewise, it is found that

20 Nematollah Dayyani, Keyvan Karkudi and Hasan Bakhtiar, "Reproductive performance definition in dairy cattle: affective factors", *International journal of Advanced Biological and Biomedical Research*, 1/11 (2013): 1392-1396.

21 Marie Jose Enders-Slegers, "The meaning of companion animals: Qualitative analysis of the life histories of elderly dog and cat owners", in *Companion Animals and Us: Exploring the Relationships between People and Pets*. Podberscek, A. L., Paul, E. S. & Serpell, J. A. (eds.) Cambridge: Cambridge University Press, 2000, p. 237-256.

22 Molly J. Hall, Anthony Ng, Robert J. Ursano, Harry Holloway, Carol Fullerton and Jacob Casper, "Psychological impact of the animal-human bond in disaster preparedness and response", *Journal of Psychiatric Practice*, 10/6 (2004): 368-374.

23 Sigal Zilcha-Mano, Mario Mikulincer and Phillip R. Shaver, "An attachment perspective on human-pet relationships: conceptualization and assessment of pet attachment orientations", *Journal of Research in Personality*, 45 (2011): 345-357.

24 Kevin M. Donohue, "Pet loss: Implications for social work practice", *Social Work*, 50 (2005): 187-190.

25 e.g. Sharon E. Bolin, 1987; Andrew Gilbey and Kawtar Tani. 2015; Hellen R. Kemp, Nicky Jacobs and Sandra Stewart, 2016; Pim Martens, Marie-José Enders-Slegers and Jessica K. Walker, 2016; Hirschenhauser et al., 2017.

26 e.g. Keith M. Kendrick et al., "Sheep don't forget a face", *Nature*, 414/6860 (2011): 165-166.

27 Franziska Knolle, Rita P. Goncalves, and A. Jennifer Morton, "Sheep recognize familiar and unfamiliar human faces from two-dimensional images", *R. Society Open Sci.*, 4 (2017): 171228.

in some cases that certain individuals (especially from sheep, goats and cattle) show very abnormal behaviour, become upset and stressed, and even sometimes give up eating food habit if their very bonded human friend leaves out of sight for some days or a week. In some case the brides had to bring their favourite animals in their husbands' house because their beloved nonhuman friends changed their complete behaviour after they got married and left their parents' house.

Attitudes toward animals are influenced by both animal traits (e.g., similarity to humans, aesthetic quality, size) and individual human attributes (e.g., gender, age, educational level, cultural factors) as well as socio-economic condition²⁸. On the other hand, it is observed in Kızıltepe that the attitude of both the human and nonhuman individuals help shaping their relationship and affection. For example, cows and goats which are more aggressive to human in their herds who cares the animals only for their products with economic value. However, animals are commonly responsive to human affection and serene with those people who have compassion for their animals and see them as indissoluble part of their family.

Bertenshaw & Rowlinson (2009) have presented that that naming has positive effects on farm animals and helps them to produce more milk. However, naming does not show any significant behavioural change, forming bond or relationship, milk production or animal health in the research area. Instead, people name their animals only after forming close bonds with them. In some case people do not discriminate their friendships between a human and nonhuman friend. Consequently, in some other regions of Southeast Anatolia, people often name their favourite animals after their close human friends or beloved ones²⁹. In most case, however, animals understand their own names and only those animal (sheep or goats) individuals response and come to their owners who are called by their name.

It is found that humans' grief and prolonged grief are associated with loss or death of closely bonded nonhuman animals and, in the case of 'new' normal life, the animal remained as a memory³⁰. Findings further support that this kind of loss grief is broad, complex³¹, sometimes can be very complicated, and have a direct effect on depression³². Grief and prolonged grief for the loving animals is a common picture in the study. However, religious idea seems to be an active agent in the healing of depression. While their emotion does not accept selling their favourite animals in any condition or they have prolong grief in the loss or death of their favourite animals, people are seen always to have a consolable solution to accept the fate of their animals as religious beliefs define it as the natural rule.

28 Marta Borgi and Francesca Cirulli, "Attitudes toward animals among kindergarten children: species preferences", *Anthrozoös*, 28/1 (2015): 45-59.

29 Siddiq, 'Pastoral Societies of Mardin Province in Southeast Anatolia', 258-59.

30 Hellen R. Kemp, Nicky Jacobs and Sandra Stewart, "The lived experience of companion-animal loss: a systematic review of qualitative studies", *Anthrozoös*, 29/4 (2016): 533-557.

31 Donohue, 'Pet loss', 187-190.

32 Ines Testoni et al., "Pet loss and representations of death, attachment, depression, and euthanasia", *Anthrozoös*, 30/1 (2017): 135-148.

Attitudes toward animals are influenced by individual human attributes such as age, culture or socio-economic condition. Moreover, these attitudes develop in childhood interest and preference in animals³³. It is inevitable that human individuals' level of emotion and compassion for animals is heavily influenced by their childhood perceptions of animal welfare, socio-cultural influences about animals and their experience or beliefs about whether animals are sentient³⁴. In the study area, children are being socio-culturally educated about animal welfare, nature and significance of animal companionship and the role and value of the animals in their life. Therefore, most people in the study area find strong trust and affection as well as deep compassion for the herd animals throughout their life time and the closeness grows even stronger when they grow old. On the other hand, studies highlighted about the gender effects on human-animal relationship focusing that girls commonly have intense relationships with their animals and in addition to this, children without siblings have stronger attachment to their animals than children who have siblings³⁵. This study, however, has found no gender or sibling effects on children's bond with animals. Nonetheless, 13 year or older children are found having closer relationship with dogs (who can bark louder than sheep or goat) and larger animal individuals in comparing to 5 to 9 years children. Physical features and physical power of animal individuals perhaps influence this choice of relationship.

Conclusion

Multiple forms of human-animal interactions have been observed among pastoral societies in Kızıltepe. However, intimate bond and affection between human and nonhuman individual is most prominent and have long time effects among them. Far from the severe effects of modernity and amusement commodities, animals support much of the need of leisure and play activities for both children and adult groups. Albeit the pastoral groups do not procure their animals as like pets in the town; however, they embrace them since the animals are born and constantly involve in life-end intimate bonding alike the pastoralists' relationships and friendships with other human individuals in their society.

On the other hand, most of the cases in our study illustrate that, not only the economic value inspires hard work for the very tough pastoral life in the region, but also the compassion and affection for their herd animals supports achieving their eagerness. Inevitably, the behaviour and personality of animal individuals are shaped by the level of affection and attitudes of shepherds and their family members. In most case, children spend more intimate time with their animals than the other family members. They grow up with them, often share food with them, and spend most of their leisure time with them. Consequently animals become significant part of their social and emotional life. However, no case of sibling effect or differentiation (between male and female children) has been found in children-animal relationships

33 Borgi and Cirulli, 'Attitudes toward animals', 47-48.

34 Siddiq and Habib, 'Anthrozoology', 45-62.

35 Katharina Hirschenhauser et al., "Children love their pets: do relationships between children and pets co-vary with taxonomic order, gender, and age?", *Anthrozoös*. 30/3 (2017): 441-456.

in our study. Women nurse, feed and take care of calves, kids and lambs in their family and found the strongest bonds with them while the animals are grown. In many cases, women cannot help but naming the animals with their beloved children. Surprisingly most of the women in Kızıltepe pastoral groups never want to sell the animals that they have been taking care for long time. However, it is their husbands who decide which animal should be sold and which are not.

There is a constant dilemma that helps making the human-animal bonds more complex in Kızıltepe region. Albeit their hearts do not permit to sell or kill their selective and favourite ones, pastoralists has always been bound to sell or kill them, and then handling the grief by accepting this life cycle as the natural rules which they have been practicing for generations. Human life demands new resources, therefore they start another beginning with a new herd; but the scares in their mind are always in evidence and they cannot help but missing their long gone beloved ones. These conflicts and complexities in human minds consequently become an inevitable social force and eventually produce various cultural complexities in the pastoral societies of Southeast Anatolia.

Acknowledgements

This study was supported by the Mardin Artuklu University Scientific Research Projects Commission (BAP) Grant No. MAÜ-BAP-17-EF-11. We would like to present our sincere thanks to the families in the study area for their kind cooperation and unforgettable hospitality.

References

- Bertenshaw, Catherine and Peter Rowlinson. "Exploring stock managers' perceptions of the human-animal relationship on dairy farms and an association with milk". *Anthrozoös*. 22/1 (2009): 59-69.
- Bolin, Sharon E. "The effects of companion animals during conjugal bereavement". *Anthrozoös*. 1/1 (1987): 26-35.
- Borgia, Marta and Francesca Cirulli. "Attitudes toward animals among kindergarten children: species preferences". *Anthrozoös*. 28/1 (2015): 45-59.
- Brown, Christina M., Selena M. Hengy and Allen R. McConnell. "Thinking about cats or dogs provides relief from social rejection". *Anthrozoös*. 29/1 (2016): 47-58.
- Clutton-Brock, Juliet. "The unnatural world: Behavioural aspects of humans and animals in the process of domestication". in *Animals and Human Society: Changing Perspectives*. Manning, A. & Serpell, J. A. (eds.). London: Routledge, 1994, p.23-35.
- Dayyani, Nematollah, Keyvan Karkudi and Hasan Bakhtiar. "Reproductive performance definition in dairy cattle: affective factors". *International journal of Advanced Biological and Biomedical Research*. 1/11 (2013): 1392-1396.
- Donohue, Kevin M. "Pet loss: Implications for social work practice". *Social Work*. 50 (2005): 187-190.

- Enders-Slegers, Marie Jose. "The meaning of companion animals: Qualitative analysis of the life histories of elderly dog and cat owners". in *Companion Animals and Us: Exploring the Relationships between People and Pets*. Podberscek, A. L., Paul, E. S. & Serpell, J. A. (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2000, p.237-256.
- Ertürk, Devrim and Süleyman Şanlı (eds), *Türkiye’de Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri*, Ankara: Gece Kitaplığı, 2017.
- Friedmann, Erika, Sue A. Thomas, Linda K. Cook, Chia-Chun Tsai and Sandra J. Picot. "A friendly dog as potential moderator of cardiovascular response to speech in older hypertensives". *Anthrozoös*. 20/1 (2007): 51-63.
- Gilbey, Andrew and Kawtar Tani. "Companion animals and loneliness: a systematic review of quantitative studies". *Anthrozoös*, 28/2 (2015): 181-197.
- Gray, Peter B., Shelly L. Volsche, Justin R. Garcia and Helen E. Fisher. "The roles of pet dogs and cats in human courtship and dating". *Anthrozoös*. 28/4 (2015): 673-683.
- Hall, Molly J., Anthony Ng, Robert J. Ursano, Harry Holloway, Carol Fullerton and Jacob Casper. "Psychological impact of the animal-human bond in disaster preparedness and response". *Journal of Psychiatric Practice*. 10/6 (2004): 368-374.
- Hirschenhauser, Katharina, Yasmine Meichel, Sabrina Schmalzer and Andrea M. Beetz. "Children love their pets: do relationships between children and pets covary with taxonomic order, gender, and age?". *Anthrozoös*. 30/3 (2017): 441-456.
- Kemp, Hellen R., Nicky Jacobs and Sandra Stewart. "The lived experience of companion-animal loss: a systematic review of qualitative studies". *Anthrozoös*. 29/4 (2016): 533-557.
- Kendrick, Keith M., Ana P. da Costa, Andrea E. Leigh, Michael R. Hinton and Jon W. Peirce, "Sheep don't forget a face". *Nature*. 414/6860 (2011):165-166.
- Kimura, Birgitta, Fiona B. Marshall, Shanyuan Chen, Sónia Rosenbom, Patricia D. Moehlman, Noreen Tuross, Richard C. Sabin, Joris Peters, Barbara Barich, Hagos Yohannes, Fanuel Kebede, Redae Teclai, Albano Beja-Pereira and Connie J. Mulligan. "Ancient DNA from Nubian and Somali wild ass provides insights into donkey ancestry and domestication". *Proceedings of Biological Society*. 278/1702 (2011): 50-57. doi: 10.1098/rspb.2010.0708.
- Knolle, Franziska, Rita P. Goncalves, and A. Jennifer Morton. "Sheep recognize familiar and unfamiliar human faces from two-dimensional images". *Royal Society Open Science*. 4 (2017): 171228. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.171228>.
- Konok, Veronika, András Kosztolányi, Wohlfarth Rainer, Bettina Mutschler, Ulrike Halsband and dám Miklósi. "Influence of owners' attachment style and personality on their dogs (*Canis familiaris*) separation-related disorder". *PLoS One*. 10/2 (2015): e0118375.
- Martens, Pim, Marie-José Enders-Slegers and Jessica K. Walker. "The emotional lives of companion animals: attachment and subjective claims by owners of cats and dogs". *Anthrozoös*. 29/1 (2016): 73-88.

- Morey, Darcy F. "The early evolution of the domestic dog". *American Scientist*. 82 (1994): 336-47.
- Outram, Alan K., Natalie A. Stear, Robin Bendrey, Sandra Olsen, Alexei Kasparov, Victor Zaibert, Nick Thorpe and Richard P. Evershed. "The earliest horse harnessing and milking". *Science*. 323/5919 (2009): 1332-1335.
- Özbaşaran, Mihriban. "The Neolithic on the Plateau". in *The Oxford Handbook of Ancient Anatolia (10.000-323 B.C.E.)*. S. Steadmann & G. McMahon (ed.). Oxford: Oxford University Press, 2011, Pp. 99-124.
- Pepperberg, Irene M. "Cognitive and communicative abilities of Grey parrots". *Applied Animal Behaviour Science*. 100/1 (2006): 77-86.
- Peters, Joris and Angela von den Driesch. "The two-humped camel (*Camelus bactrianus*): new light on its distribution, management and medical treatment in the past". *Journal of Zoology*. 242/4 (1997): 651-679.
- Royal, Kenneth D., April A. Kedrowicz and Amy M. Snyder. "Do all dogs go to heaven? Investigating the association between demographic characteristics and beliefs about animal afterlife". *Anthrozoös*. 29/3 (2016): 409-420.
- Sanders, Clinton R. *Understanding Dogs: Living and Working with Canine Companions*. Philadelphia: Temple University Press, 1999.
- Sanders, Clinton R. "The impact of guide dogs on the identity of people with visual impairments". *Anthrozoös*. 13/3 (2000): 131-139.
- Savolainen, Peter, Ya-ping Zhang, Jing Luo, Joakim Lundeberg and Thomas Leitner, "Genetic evidence for an East Asian origin of domestic dogs". *Science*. 298/5598 (2002): 1610-1613. doi: 10.1126/science.1073906.
- Sensoy, Serhat, Mesut Demircan, Yusuf Ulupinar and Izzet Balta. "Türkiye İklimi", MGM web site, (2008) http://www.mgm.gov.tr/FILES/iklim/turkiye_iklimi.pdf (accessed on 13.08.2017).
- Siddiq, Abu Bakar. "Anatolian farmers in Europe: migrations and cultural transformation in Early Neolithic period". in *Proceeding book of 1st International Symposium on Migration and Culture (Vol. 2)*. Kahraman, et al. (eds.). Amasya: Amasya University, 2016, Pp. 519-532.
- Siddiq, Abu Bakar. "Pastoral societies of Mardin province in southeastern Turkey -some anthrozoological aspects". *Mukaddime*. 8/2 (2017): 253-265. doi: 10.19059/mukaddime.296314.
- Siddiq, Abu Bakar and Ahsan Habib. "Anthrozoology –an emerging robust multidisciplinary subfield of anthropological science". *Green University Review of Social Sciences*. 3/1 (2016): 45-67.
- Siddiq, Abu Bakar and Ahsan Habib. "Antropoloji'de ortaya çıkan çokdisiplinli güçlü bir alt bilim: Antrozooloji". *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*. 2/1 (2017): 22-35.
- Testoni, Ines, Lorian De Cataldo, Lucia Ronconi and Adriano Zamperini. "Pet loss and representations of death, attachment, depression, and euthanasia". *Anthrozoös*. 30/1 (2017): 135-148.

- Zeder, Melinda A. “Domestication and early agriculture in the Mediterranean basin: origins, diffusion, and impact”. *PNAS*. 105 (2008): 11597-11604.
- Zeder, Melinda A. “Pathways to Animal Domestication”. in *Biodiversity in Agriculture: Domestication, Evolution, and Sustainability*. Gept, P. et al., (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2012, Pp. 228-259.
- Zilcha-Mano, Sigal, Mario Mikulincer and Phillip R. Shaver. “An attachment perspective on human–pet relationships: conceptualization and assessment of pet attachment orientations”. *Journal of Research in Personality*. 45 (2011): 345-357.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Kızıltepe'deki Agro-Pastoral Topluluklar Üzerine Bir Antrozoolojik İnceleme

SÜLEYMAN ŞANLI

ABU BAKAR SIDDIQ

Öz: İnsanlar varoluştan beri dünyada diğer hayvanlarla karmaşık ilişkiler kurup yaşamaktadır. Bu karşılıklı ilişkiler, hayvanların evcilleştirilmesinin ardından yoğunlaşmıştır. Güneydoğu Anadolu bölgesi, koyun, keçi, sığır ve domuzun ilk evcilleştirildiği önemli bölgelerden birisidir. Bunun yanı sıra, sosyo-kültürel açıdan evcil sürüler de bölgede bugüne kadar temel bir yer tutmaktadır. Bu nedenle, Güneydoğu Anadolu bölgesi pastoral çalışmalar ve insan-hayvan ilişkileri çalışmaları için ideal bir yer olarak kabul edilmektedir. Kızıltepe'deki pastoral toplumlarda yapılan saha çalışması ve vaka araştırmaların sonucunda insan ve evcil sürü hayvanları arasındaki ilişkilerin yanı sıra, bu araştırma bireyleri kendi türlerinde olduğu gibi ayırt edebilen ve tanıyabilen belirli koyun, keçi ve sığırların olduğunu tespit etmektedir. Kızıltepe'deki toplumlar için sürü hayvanları besin açısından protein kaynağı ve sosyal statü olarak da zenginlik kaynağı olarak kullanılmaktadır. Buna ek olarak kentteki ev hayvanları da insanlara karşı derin sevgiye ve duygusal bağlara sahiptir. Öte yandan, bazı çağdaş araştırmalarda odaklanılan aksine, Kızıltepe'deki çocuk-hayvan ilişkisi içinde herhangi bir cinsiyet veya kardeşlik etkisi gözlemlenmemektedir. Genel gözlemlerimiz ve bulgularımız, aynı zamanda, Güneydoğu Anadolu bölgesinde insan ve sürü hayvanları arasındaki karmaşık ilişkiler nedeniyle teşvik edilen bazı somut olmayan kültürel faktörleri de göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Antrozooloji, İnsan-hayvan ilişkisi, Pastoralizm, Güneydoğu Anadolu, Kızıltepe.



Hepimiz Peyami Safa'nın Sözde Kızlar'ından Çıktık¹

ARUS YUMUL*
arus.yumul@bilgi.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-7783-2652

Öz: Makale Yeşilçam filmleri olarak da bilinen melodramların genellikle yoksul, köylü ve geleneksel bir kadın ile batılılaşmış, şehirli ve zengin erkek arasındaki aşk hikayeleri bağlamında ele aldığı gelenek ile modernlik, doğu ile batı, alaturka ile alafranga karşıtlığına karşı ikircikli tutumunu inceliyor. İkircikli tutumun doğulu ve batılı –doğulu ve geleneksel bir ruha ve batılı ve modern bir bedene sahip- tek bir kişide (toplumda) dengeleme arzusundan kaynaklanmaktadır. Bu filmlerdeki karşıt karakterleri, yaşam tarzlarını, değerler ve ahlakı belirlemede kullanılan anlatı, karakter, sembolizm ve göstergelerin Peyami Safa'nın doğu ile batıyı tin ve madde, ruh ve beden ayrımı üzerinden zıt gruplara bölen romanlarını hatırlatıp, çağrıştırdığını savunuyor. Ayrıca ideal kadını gelenek ile modernlik arasında konumlandıran modernleşme projesinin erkekler için de geçerli olduğunu tartışıyor.

Anahtar kelimeler: Yeşilçam, Doğu-Batı, Peyami Safa.

Giriş

“neden ille tüm köylü kızları değişim geçirdikten (bol makyaj, süslü kıyafet) sonra kocaları onları fark eder? hanfendi olmaya çalışan köylü kızları bir günlük diksiyon dersinden sonra nasıl istanbul aksanına sahip olurlar?”²

Yeşilçam filmleri batılı/modern/şehirli yaşam tarzlarını bir taraftan idealize eder ama öte yandan bu yaşama yüklediği olumsuz özelliklerle, bu yaşam tarzını sorgulamaya açar. Zengin/fakir ikili karşıtlığı kadar kentli/köylü, alafranga/alaturka batı/doğu karşıtlığı da önemli bir yere sahiptir bu filmlerde. Batılı yaşam tarzları –en çarpıcı ifadelerinden birisini Peyami Safa'nın eserlerinde bulan- ahlaki çürümüşlük, yozlaşma, yüzeysellik ve çıkarıcılıkla özdeşleştirilir. Bu yaşam tarzının karşı kutbuna sevgi, namus, aile değerleri, sadakat gibi özelliklerle özdeşleştirilen doğulu/geleneksel/köylü kavramları konulur. Dinlenen müzikten edilen dansa, yenilen yemekten sofraya adabına, oradan giyim kuşama ve özellikle beden tekniklerine kadar her şeyiyle birbirinden farklı yaşamlar, ayrı dünyalar karşı karşıya getirilir. Bir yandan şehirli/

* Prof. Dr., Bilgi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.

1 Başlık Fyodor Dostoyevski'nin “Hepimiz Gogol'un Palto'sundan çıktık” sözünden uyarlanmıştır.

2 “yeşilçam muammaları”, Ekşi Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/4460623>.

batılı biçimlerin öğrenilip içselleştirilmesi empoze edilir, ama öte yandan bunların bir yabancılaşmaya işaret ettiği alttan alta işlenir.

Kural olmasa da sınıf ve yaşam tarzı iç içe girer. Fakirlik alaturkalıkla, zenginlik alaf-rangalıkla özdeşleştirilir; buna mekan farklılıkları da eşlik eder: “Geleneksel yaşam ve olumlu değerler, Yeşilçam anlatılarında alt-orta sınıfla ve fakirlikle özdeşleştirilir: Modern yaşam/batılılık ve olumsuz nitelikler ise, üst gelir grubuna yani zenginliğe atfedilir. Modernliğin kentteki mekansal ifadesi ise yalılar, konaklar, villalar ve apartmanlarla olmuştur”³. Bu tip yaşam alanları, görüntü ve sesleri aracılığıyla gösterişli hayatların, “ahlak düşkünlüğünün” şımarıklığın, yabancılaşmanın ve yüzeysel ilişkilerin odağı haline getirilir. Yalılar, konaklar, villalar ve geniş apartman daireleri -ahlaki çöküşün, aşırılığın, hafiflik ve hoppalığın sembolleri- kumar partileri, danslı, çalgılı, içkili eğlenceleri ile görüntülenirken, geleneksel mahalleler veya köylerdeki evlerde ise vakar, mütevazılık ve gelenek hakimdir. Bu bize Peyami Sefa'nın *Sözde Kızlar*'ını anımsatır. Mebrure Yunan İşgali sırasında kaybolan babasını aramak için Anadolu'dan İstanbul'a gelir. Uzaktan akrabaları olan Nazmiye Hanım'ın “ahbapları ve sevgilisiyle bir ‘şen dul’ hayatı”⁴ yaşadığı, İstanbul'da -batı kültürünü temsil eden semtlerden- Şişli'deki köşküne sığırır. Salonunda “moda albümlerinin”⁵ bulunduğu köşkte şaşalı bir salon yaşamı sürer, sık sık danslı, içkili toplantılar, partiler, kutlamalar yapılır. Verilen davetlerde evin “salonunda bütün elektrikler, büyük avize, raflardaki renkli ampuller, piyanonun mumları, sofanın bütün lambaları” yakılır⁶ ve yatak odası “tavan süsleri, zarif eşyaları, ... geniş karyola, bembeyaz temiz örtüler, yastık yüzleri” ile insana “refah duygusu veren şeylerle”⁷ doludur. Oysa, romanın iyi karakterleri olan Fahri ve Nadir'in evleri oldukça mütevazıdır. Fahri'nin Vefa'da oturduğu odacığın “bir ağaç kabuğundan farkı yoktur, ve “bu viran taş evin kirli beyaz rengi otuz kırk seneden beri tabiatla mücadelesinin bütün yorgunluklarını” haykırmakta, “pencere kenarlarının parça parça dökülmüş sıvaları yakın bir inkırazın kara haberini” vermektedir⁸. Nadir'in Şehzadebaşı'ndaki odası ise “çırılçıplak, fakat pek temiz, yokluktaki huzura imrenen bir ruhu dinlendirebilecek bir oda”dır ve “duvara boylu boyunca gömülmüş büyük bir camekanlı hücre, hep kitap dolu”dur⁹. Nesnelere de, kişilerin ikili karşıtlığın hangi tarafına düştüğünün göstergesidir: “tüm zengin ve kötü adamların bir elinde puro bir elinde viski olması ve bütün film boyunca bu şekilde dolaşmaları”¹⁰; hiçbir kötü adamın evinde yerli içki bulunmaması¹¹ gibi... Aynı *Sözde Kızlar*'da, köşkün misafirlerine Fransadan yeni gelen lezzetli Bordo şarabı sunulması gibi...¹² Şehrin ilçeleri de bu kutuplaşmadan payını alır. Neredeyse ahlaki zayıflık içinde olan tüm aile ve kişiler, Peyami Sefa'yı anımsatır şekilde kentin Be-

3 “yeşilçam”, Ekşi Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/4368924>.

4 Şevket Toker'den aktara Hacer Esra Derinsu “Peyami Sefa'nın *Sözde Kızlar* Romanında Doğulu Kadının Yanlış Batılılaşması”, erişim 5 Şubat, 2018, https://www.academia.edu/32463980/Peyami_Sefanın_Sözde_Kızlar_Romanında_Doğulu_Kadının_Yanlış_Batılılaşması.

5 Peyami Sefa, *Sözde Kızlar*, İstanbul: Ötüken Neşriyat, s.30.

6 Sefa, *Sözde Kızlar*, s.135.

7 Sefa, *Sözde Kızlar*, s.15.

8 Sefa, *Sözde Kızlar*, s.86.

9 Sefa, *Sözde Kızlar*, s.53.

10 “türk filmi klişeleri”, Uludağ Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://www.uludagsozluk.com/e/54990/>.

11 “türk filmi klişeleri”, Uludağ Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://www.uludagsozluk.com/e/35764816/>.

12 Sefa, *Sözde Kızlar*, s.135.

yoğlu, Şişli gibi “alafranga” mekanlarında ikamet ederler: Nadir’in Mebrure’ye dediği gibi “sözde kızlar” “yazın Ada’da, Moda’da, kışın Beyoğlu’nda, Şişli’de kendilerine rahat, asude yuvalar yaparlar”¹³. Buralar, Salih’in kız kardeşi Belma’yı uyardığı üzere, sakınılması gereken yerlerdir: “Bugünden itibaren Şişli yok. Sana Galata köprüsünü geçmek yasak. ... Seni hiç kimse bir daha Beyoğlu’nda Şişli’de görmemeli. ... Bundan sonra gözünü aç, Sulukule’de dolaş, Beyoğlu’nda dolaşma. Çirkefe gir, Şişli’deki eve girme. Aklını başına topl”¹⁴.

Güçlü duygusallık, ahlaki kutuplaşma, şemalaştırma, aşırılık, gaddarlık, iyinin zulme maruz kalması ve erdemini nihai mükafatlandırılması, abartılı ifadeler, entrikalar, olayların akışındaki nefes kesici ani dönüşümler melodramatik anlatımın karakteristik özellikleridir¹⁵. Bu özellikler melodramları öngörülebilir ve tekrarlanabilir kılar ki bu da bizi Ferdinand de Saussure’in “dil” (*langue*) ve söz (*parole*) arasındaki ayırımına götürür, bu ayırmadan yola çıkarak bu filmlerin incelenmesini mümkün kılar¹⁶. Zira kültürel metinlerin de bir grameri vardır, bu metinler de, dil nasıl incelenirse öyle incelenebilir. O halde, melodramatik dilin de bir grameri vardır ve bu dilin “gramerine” bağlı kalınarak yüzlerce film çevrilmiştir. Olaylar genellikle mağduriyet ve cezalandırma/ödüllendirme anlatısı ve kötü, mağdur ve kahraman üçlüsü ile tasvir edilir¹⁷. Melodramlar yine de Saussure’in ikili zıtlıklar dediği karşıtlıklar üzerine kurulmuştur: Zengin/fakir; iyi/kötü; eğlenilecek kadın/evlenilecek kadın gibi... Birbirleriyle sıkı tezat oluşturan basitleştirilmiş karakterler aracılığıyla, ahlaki açıdan kutuplaşmış bir dünya görüşü kurgulanır. Melodramlardaki karakterler bütünlük arz eder, iyilik ve kötülük aynı anda barındırmaz, çelişkili arzu ve dürtüler arasında seçim yapmak zorunda kalmazlar¹⁸. 1900’lerin başlarında yazan bir eleştirmenin sözleriyle: “Melodramda siyah siyahtır, beyaz da beyaz; ve siyah kömür karası koyuluğundadır, beyaz da kar beyazı, renklendirmede yarım tonlara yer yoktur.¹⁹ Aslında Yeşilçam sinemasında oyuncular da iyi ve kötü rollere göre bölünmüştür. İyi olan neredeyse her filmde iyi, kötü olan da her filmde kötüdür, roller oyuncular arasında kalıcı olarak bölüştürülmüştür. Örneğin *Sözde Kızlar*’da Nevin’in Viyana’dan getirdiği köpeği Napolyon’u et, süt, şokola ile beslemesi gibi²⁰, Lale Belkıs da, “kucağında fifisi, tek meşguliyeti tırnaklarına oje sürmek ve abuk partilerde bir sağa

13Safa, *Sözde Kızlar*, s.89.

14 Safa, *Sözde Kızlar*, s.59.

15 Peter Brooks, *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama and the Mode of Excess*, New Haven: Yale University Press, 1976, s.12.

16 Saussure’a göre dil bir iletişim aracı olarak tüm kullanıcıları tarafından paylaşılması gereken genel kural ve kodlardan oluşur, ve sözü mümkün kılar. Söz ise, dilin yapısı ve kuralları çerçevesinde gerçekleştirilen belirli konuşma, yazma veya çizme edimlerini kapsar. Sözü söyleyen ne diyeceğine karar verir ancak dilin kurallarına bağlı kalıp kalmayacağına karar veremez. Stuart Hall “Introduction”, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, haz., Stuart Hall, Londra: Sage Publications, 1997, s.33-34.

17 Thomas Elsaesser, “Tales of Sound and Fury: Observations on the Family Melodrama”, *Home is Where the Heart Is: Studies in Melodrama and the Woman’s Film*, haz. Christina Gledhill, Londra: British Film Institute, 1987, s. 43-69; Christine Gledhill, “The Melodramatic Field: An Investigation.” *Home is Where the Heart Is*, s.5-39.

18 Robert Heilman, *Tragedy and Melodrama: Versions of Experience*, Seattle: University of Washington Press, 1968, s.79-81.

19 Aktaran Ben Singer, *Melodrama and Modernity: Early Sensational Cinema and its Contexts*, New York: Columbia University Press, s.46.

20 Kendi sözleriyle: “Bu köpeğe yaptığım fedakarlığı sormayınız. Kafır yalnız etle doymuyor, su yerine süt içiyor, insan gibi şokola yiyor, kendisiyle meşgul olunmazsa kızar, öfkelenir, delilikler yapar.” *Sözde Kızlar*, s.17.

bir sola kafa sallayarak dans etmek” şeklinde karakterize edilen “türk sinemasının sosyetik kadın klişesine kurban edilmiş oyuncudur...Fiziğinin getirdiği bir özellik olsa gerek, genellikle bu tür rollerde boy göstermek zorunda” kalmıştır²¹. Fiziksel özellikler, ama en çok da sarışınlık²² onu bu rollere hapsedmiştir. Zira Yeşilçam filmlerinde “kötü kadınlar genelde sarı saçlıdır”²³. Kendisine hep “kötü kadın” rollerinin layık görülmesinin fiziğiyle ilgili olup olmadığı sorulduğunda, “Olabilir. Ben hep iyi giyinen, şık ve makyajlı kadındım. Belki bunlar kötü kadına daha çok yakıştırdığıydı” cevabını verir²⁴.

“Onun Seveceği Kadın Olmaya Çalış”

“beşik kertmeniz bir şehir züppesiye hiç sıkıntı yapmayın... Gelin getirildiğiniz köşkte sizi kendilerine maskot edinecek olan uşak, ahçı hizmetçi ve hepsinin tontonu büyükanne, yürüyüşten diksiyona, giyim kuşamdan dansa birçok eksiziniz için ecnebi hocalar tutacak, gerekirse direk modanın kalbi paris’e yollanarak yaklaşık iki-üç ay kadar bir sürede sizi baştan yaratacaklardır. ... ayrıca intikamınızın mükemmel olması için nişanlığınıza başka biri olarak tanıtılacak(yan köşke taşınan komşu kızı, bilinmeyen bir diyarın prensesi vs), onu kendinize aşık etmeniz için gereken fırsatlar önünüze sunulacaktır. elbette sonunda nişanlığınız yontulduğunuz zamanki potansiyelinizi görmüş olduğundan herşey tatlıya bağlanacak; o serseri züppe hayatını siz de gururunuzu geride bırakarak mutlu bir hayata adım atacaksınızdır”²⁵.

Esas olarak modern bir kültürel ifade biçimi olan²⁶ ve modernliğe karşılılık olarak gelişen melodram²⁷ “özellikle kaybolmuş ama sorunlu bir geçmiş ile bugün arasındaki ilişkilere aracılık eder” ve bu yolla bir yandan değişimi kaydeder öte yandan değişim sürecini şekillendirir²⁸. Brooks’a göre melodramların en fazla popülerlik kazandığı dönemler, toplumların geleneksel değerlerini sorguya açan deneyimlerin yaşandığı dönemlerdir²⁹. Belki bu yüzden “Yeşilçam’ın en parlak dönemi” hem “bugünkü anlamda toplumsal sınıfların ortaya çıktığı” hem de “köyden kente göçün bir toplumsal fenomen haline geldiği dönemdir”³⁰.

Yeşilçam melodramları batı/doğu, alafrangalık/alaturkçilik, kentlilik/köylülük konusunu köyden/taşradan gelen ve şehirli, havai, maceracı bir erkeğe aşık olan kadın-

21 “lale belkis”, Ekşi Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/15092234>.

22 Sarışınlığın toplum nezdindeki yeri ve bunun sinemaya yansması için bkz. Seçil Bükler, “The Film Does not End with an Ecstatic Kiss,” *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, haz., Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber Londra ve New York: I. B. Taurus, 2002, s.147-170.

23 “türk filmi klişeleri”, Ekşi Sözlük, erişim 1 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/33486971>.

24 Atilla Dorsay “Erkekleri hep Starlar Götürdü ama Kötü Kadın Ben Oldum”, arsiv.sabah.com.tr/2006/01/09/cp/rop108-20051204-102.html.

25 “türk filmi klişeleri”, Ekşi Sözlük, erişim 1 Şubat 2018, <https://eksisozluk.com/entry/3631876>.

26 Singer, *Melodrama and Modernity*, s.2.

27 Brooks, *The Melodramatic Imagination*.

28 Jacky Bratton, “Introduction,” *Melodrama: Stage, Picture, Screen*, haz. Jacky Bratton, Jim Cook ve Christine Glendhill, Londra: British Film Institute, 1994, s.3.

29 Brooks, *The Melodramatic Imagination*, s.15.

30 Neziha Erdoğan “ Üç Seyirci: Popüler Eğlence Biçimlerinin Alınlanması Üzerine Notlar,” *Doğu Batı Dergisi*, 15/2 (2000), s.113.

lar üzerinden işler. Taşralı veya alaturka kız, ki kalbi hep saf, neredeyse çocuksu bir karakterdir, aşık olduğu, bazen evlendiği ancak onu kendisine layık bulmayan erkek ve çevresi tarafından, sosyetenin adabı-muaşeret kuralları ve yaşam tarzlarından bihaber olduğu için acımasızca eleştirilir, alay ve küçümsemelere maruz bırakılır; erkek kadını terk eder. Kadın da “medenileşerek” sosyetenin adap ve sosyalleşme yöntemlerini, beden tekniklerini öğrenerek kendisini baştan yaratır. Önce kendisine layık bulmadığı, kaçarcasına terk ettiği kadına yeniden aşık olan erkek, eğer bu kadının terk ettiği kadın olduğunu bilmiyorsa, asıl sevdiğinin bu kadını değil de terk ettiği kadın olduğunu fark eder ve ona döner. Bu kadın artık hem modernidir hem gelenekseldir; hem batılı adetleri öğrenmiştir hem doğulu özünü korumuştur. Böylece, “Sevdikleri erkeğin kalbine bir değil, iki ayrı kadın kuvvetiyle, sonsuza dek yerleşirler”³¹. Geleneğin içine modernin parçalarını yerleştirmiştir; Umut Tümay Arslan’ın saptamasıyla “beden ‘onlar’dan ruh ‘bizden’dir”³². Bu da bizi yeniden Peyami Safa’ya götürür. Safa çizdiği zıt karakterlerde ayrı dünyaları, ayrı dünya görüşlerini yansıtır. “Batılı tipin savunduğu başlıca değerler yazarımıza göre Batı uygarlığına özgü değerler: Para, maddi başarı ve hazza dayanan bir ahlak anlayışı; Doğulununukiler ise Türk İslam uygarlığından gelen manevi değerler ve dine dayalı bir ahlak anlayışı”³³. Berna Moran, Safa’nın eserlerinde çizilen değerler karşıtlığının altında yatan temel karşıtlığın madde ve ruh karşıtlığı olduğunu söyler: Beden ile madde batıya, ruh ile kalp doğuya aittir³⁴.

Bu filmler batılı yaşam tarzı ya da modernliği, “mutlaka erişilmesi gereken ama yozluk tehlikesine de karşı alt sınıfın ya da Anadolu değerlerinin iyileştirici hatta kurtarıcı müdahalesine ihtiyaç duyan bir konum olarak”³⁵ sunar. Başta esas oğlanın göremediği esas kızdaki ahlaki erdemler filmin sonunda güneş gibi parlar. Brooks melodramları geleneksel ahlak ve doğru anlayışının sorgulandığı kutsal sonrası dönemde “ahlaki anlayışı meydana çıkaran, açıklayan ve yürürlüğe koyan” temel tür olarak tanımlar³⁶. Brooks’un ana tezi, tüm melodramlar için üstü kapalı da olsa, ahlaki bir arayışın merkezi önemidir. Bu filmler, gelenek ile modernlik, doğulu ve batılı duyarlılıklar ile geçmişin ve bugünün sesleri arasındaki dengeye riayet ettiği sürece başarılıdır. Modernliğe karşı bu ikircikli tutum sayesinde hem arzulanın muhafazakar modernlik olumlanır hem de kadın, ataerkil bakışın denetiminde kalır. Ayşe Kadioğlu’nun sözleriyle “alaturkalklık ile iffetsizlik arasında”³⁷ konumlandırılmış ideal kadın kurgusu, bu filmlerde de yankısını ve hatta bizzat inşasını bulur. “Yeşilçam’ın yıldız kadın oyuncularının hemen hepsinin, olay örgüleri değişse de, benzer temalı en az bir filmi vardır”³⁸.

31 Gülsüm Depeli “Emine Mine, Hepsi Sensin be Kızım: Yeşilçam Sinemasının Eril Fantezisi, Fe Dergisi, 8/2 (2016), s. 132. (erişim 09. 02. 2018).

32 Yeşim Tabak, “Yeşilçam’ın Erkekleri ne İstiyor?”, *Radikal*, 19 Kasım 2005.

33 Berna Moran, *Türk Romanına Eleştirel bir Bakış 1: Ahmet Mithat’tan A. H. Tanpınar’a*, İstanbul: İletişim Yayınları, 2007, s.222-223.

34 Moran, *Türk Romanına*, s.223.

35 Erdoğan, “Üç Seyirci,” s.113.

36 Brooks, *The Melodramatic Imagination*, s.15.

37 Ayşe Kadioğlu “Alaturkalklık ile İffetsizlik Arasında Birey Olarak Kadın,” *Görüş*, 9 (1993) s.58-62.

38 Depeli, “Emine Mine, Hepsi Sensin,” s.125.

1971 yapımı Güllü filminde, babasının İstanbul'daki şirketinin reklam müdürü olan Ahmet (Ediz Hun) arabasıyla bir Karadeniz köyü olan Hamsi Köyü'nde kaza yapar. Onu bulup iyileştiren Güllü'yle (Türkan Şoray) bir dizi yanlış anlaşılmalardan sonra imam nikahıyla evlenmek zorunda kalır. Kendisini en kısa zamanda yanına aldıracağını söyleyip İstanbul'a dönen Ahmet, Güllü'ye bir mektup yazar, "İstanbul'a dönünce tekrar beraber olmamızın imkansızlığını fark ettim. Sen orda, o vahşi, iptidai yaşamın içinde güzelsin. Burada, büyük şehirde yaşayamazsın, benim hayatıma ayak uyduramazsın. Herhalde bir daha görüşemeyiz." sözleriyle ona veda eder. Mektubuna, "Sakın beni arama, hak talep etmeye kalkma, imam nikahı kanunen hükümsüzdür." uyarısını da ekler. Namusunu temizlemek, yani Ahmet'i öldürmek için İstanbul'a gelen Güllü'nün hikayesi gazeteci Faruk (Süleyman Turan) tarafından haberleştirilir. Güllü bir anda ünlü olur. Ahmet'in babası Güllü'yü ürünlerinin reklam yüzü yapmak ister, onu bulup getirmesi ve ikna etmesi için Ahmet'i görevlendirir. Ahmet adını Fikret olarak değiştirir, kendisini Güllü'ye, ölen Ahmet'in ikizi olarak tanıtır. Onu alıp evine getirir. Filmin bir yerinde Güllü'ye "İstanbul'u da gördün; kendinle buranın kadınları arasında bir fark görmüyor musun?" diye sorar. "Onlar gibi mi olması gerektiği"ni soran Güllü'ye Fikret/Ahmet "Evet. Aslında kardeşim seni onlara benzemediğin için istemedi." der. Güllü, Ahmet'in kendisinin onlara benzemediğini bilerek kendisiyle evlendiğini söyleyince "Köy yerinde düşünememiştir, fark etmemiştir" yanıtını veren Fikret/Ahmet, Güllü'den Ahmet'in istediği kadın olmasını, bunun ölen kocasının arzusu olduğunu ve kendisinin bu işi üstleneceğini, yani Güllü'yü yetiştireceğini söyler. Giriştiği işi babasına, "Alıştırmak lazım, babacığım. Alıştırmak, yumuşatmak, değiştirmek, yetiştirmek lazım." sözleriyle açıklar.

Ahmet'in kapıya gelen kız arkadaşını gören Güllü'nün ilk tepkisi "Ben bu karılar gibi olamam"dır. Ama öldüğü sandığı kocasının sevgisi uğruna bu işe soyunur. Diksiyon derslerini Ahmet'ten alır. Mankenlik ve dans hocası tutulur. Dans hocasını, "Bana sarılmaya, kucaklamaya" kalktı diyerek dövüp merdivenlerden aşağıya atar. "Sarılmadan dans olur mu, medeniyet olur mu" diye tepki gösteren Ahmet'e Güllü, "Ben böyle medeniyet istemiyorum" yanıtı verir. Bu dayak sahnesi böyle filmlerin vazgeçilmezidir: "Dans hocası erkek olduğunda kız mutlaka beline sarıldı diye adama tokadı basar."³⁹ Bir başka sahnede Güllü, Ahmet'in odaya girdiğini görür ve perdenin arkasına saklanır. "Daha giyinmedin mi?" diye soran Ahmet'e, "Giyindim ama çıplak gibiyim" der. Ahmet, Güllü'ye perdenin arkasından çıkmasını söyler, utanan ve mini eteğini çekiştiren Güllü'ye nasihat eder: "Modaya uyacaksın, moda çıplak gezmeyi gerektiriyorsa çıplak gezeceksin, modern hayatın şartı bu." Güllü sonunda diksiyonu hariç kendisini baştan sona yenilemeyi başarır. Ama "iki Güllü var"dır artık. Aynaya yansıyan suretine "Ha bu Güllü Hamsi Köy'ün Güllüsü mü?" diye sorar. Kısa saçları, makyajlı yüzü ve gece elbisesiyle Gül'ü karşısında gören Ahmet ona hayranlıkla "Gül!" diye seslenir. Şaşırان Güllü'nün "Gül dedin bana, Güllü değil miydin ben?" sorusunu Ahmet, "Artık Gül'sün, bir Gül kadar güzelsin!" diye yanıtlar. Güllü, adının değiştirilmesine karşı çıkmaz, yeni ismini kabullenmiş görünür. Ancak Faruk, kendisine gerçekleri anlatınca kandırıldığını anlar, ilk karşılaşmalarında Ahmet'in

39 "türk sinemasında modern kadın olma dersleri", Ekşi Sözlük, erişim 7 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/3644149>.

kendisine Gül demesine tepki gösterir: “Gül değilim ben, Güllüyüm!” diye haykırır ve Ahmet’i terk eder. Üzerinde köyden gelirken giydiği kıyafetlerle evden çıkarken Ahmet arkasından bağırır: “Gül seni gerçekten seviyormuşum ben, yalancıyım ben, ırz düşmanıyım, peki vurmayacak mısın?” Güllü’nün cevabı, “Üstümdeki elbise Güllü’nün, ama içindeki başka kadın artık, eski Güllü olsaydı, o işi çoktan yapmıştı. O seni öldürmeden, sen onu öldürdün, eski Güllü öldü!” olur. Ve evden çıkar. Güllü artık eski Güllü değildir: *Sözde Kızlar*’daki “Cerrahpaşa kızıyken, Beyoğlu kadını”⁴⁰ olan Belma gibidir. Belma da Hatice olan doğum ismini değiştirmiştir.

Bu filmde olduğu gibi benzer filmlerde de kadın değişip dönüşmek için çeşitli kişiler tarafından eğitime tabi tutulur. Bu dersler özellikle öğretilen şeyin yabancılığının, bizden olmayışının altını çizmek için gayrimüslimler tarafından verilir. Hele konu *Karagözlüm*’de (1970) olduğu gibi baştan çıkarıcı oturma adabını öğretmek ise: “O [eteğin] açılacak sen kapatacaksın”. *Ekşi Sözlük* bu durumu, “türk sinemasında modern kadın olma dersleri” başlığında, “eski türk filmlerinde çirkin kadın metamorfозunun başarıyla sonuçlanması için başroldeki eski köylü, müstakbel şehirli kadının aldığı dersler” şeklinde tanımlar, bu dersleri de şöyle sıralar: kılık kıyafet, dil (İstanbul Türkçesi ve Fransızca) sofrada, yürüyüş, müzik, dans ve spor⁴¹. Burada bir *My Fair Lady* (Benim Güzel Meleğim) durumudur söz konusu olan. Dilbilimci Profesör Higgins’in, sokak satıcısı Eliza Dolittle’i eğitip ondan bir hanımefendi yaratma çabası gibi Ahmet de Güllü’den yeni bir kadın yaratmak ister. Bilindiği gibi *My Fair Lady*, Bernard Shaw’ın eseri *Pygmalion*’dan (1912) uyarlanmış bir müzikaldir. Yunan mitolojisinde *Pygmalion* kendi istediği gibi bir kadının fildişinden heykelini yapar ve ona aşık olur. Afrodit’ten kendisine bu heykel gibi bir eş ister; Afrodit *Pygmalion*’un dileğini kabul edip heykeli canlandırır. Yeşilçam sineması da Hollywood’un *My Fair Lady* (George Cukor, 1964) olarak filme uyarladığı “*Pygmalion* temasını severek benimser, defalarca taklit ettiği hikayeyi, öykü örgüsündeki bazı ekleme, eksiltme ve yerelleştirmelerle değiştirerek sürdürür”⁴². Ancak bir farkla: Klasik *Pygmalion* filmlerinde değişim geçiren bir kadın başroldeyken Yeşilçam melodramlarında, Güllü’nün yeni “Güllü”yü anlatırken betimlediği gibi, “aynı anda varolan iki kadın, aynı bedende izlenen iki ayrı kadınlık anlatısı/performansı söz konusudur”⁴³.

Filme dönecek olursak, artık Güllü’nün intikam alma vakti gelmiştir. Modern hayatın gereklerini layıkıyla yerine getirmeye başlar. Benzer filmlerin birçoğunda olduğu gibi kadın, intikamını, erkeğin sözlerini yine onun yüzüne vurarak alır. Faruk’la gece kulübünde dans eder (yine pek çok benzer filmde tekrarlanan bir sahne). Onları izleyen Ahmet, Güllü’ye biraz daha usturuplu dans etmesini söyler. Güllü, “Ne dedin, sarılmadan dans olmaz diyen sen değil miydin? Medeni olmaya çalışıyorum” diye yanıtlar. Bir defileye, vücudunun kıvrımlarını belli eden dekolte elbiseyle çıkan Güllü’nün, bir erkek izleyicinin cinselleştirilmiş eril bakışına maruz kalması Ahmet’i çileden çıkarır, zira kendilerini erkeklerin ilgisine mazhar olacak konuma getiren

40 Safa, *Sözde Kızlar*, s.120.

41 “türk sinemasında modern kadın olma dersleri”, *Ekşi Sözlük*, erişim 7 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/3653989>.

42 Depeli, “Emine, Mine, Hepsi Sensin,” s.129.

43 Depeli, “Emine, Mine, Hepsi Sensin,” s.132.

kadınlar toplumun gözünde kötü şöhretli kadınlardır. Güllü'yü kolundan tutar ve ona "Utanmıyor musun? Bu ne kılık, çıplak gez daha iyi!" diyerek çıkarır. Güllü bu çıkışa yine Ahmet'in sözleriyle cevap verir: "Ayy yanlış mı işitiyorum. Modern yaşamın şartı değil mi bu?" Bu kadarına tahammül edemeyeceğini söyler Ahmet çünkü o "bugüne bugün nikahlı karı" sı sayılır. Güllü bir kez daha Ahmet'i alıntılar: "Nasıl olur, imam nikahının nikah sayılmayacağını söylememiş miydin bana?" Ahmet, "Hayvanlık etmişim!" deyip "hemen yarın resmi nikah kıymaya hazır" olduğunu söyler. Ataerkil bakış -benzer durumlarda olduğu gibi- devreye girer ve denetim işlevini yerine getirir. Mutlu son burada gelebilir, ancak öyle olmaz. Güllü önce Faruk'la evleneceğini söylese de nikah gerçekleşmez sonunda köyüne geri döner. Ahmet, babasıyla birlikte köye gider, usulüne göre Güllü'yü ister. Babası da zaten zamanında Karadeniz'den İstanbul'a göçmüştür. Anadolu'ya gitmek, öze dönmek *Peyami Safa*'nın birçok eserinde karşımıza çıkar. *Sözde Kızlar*'da, Mebrure, babası İhsan Bey ve Fahri'yle birlikte Anadolu'ya döner. Köylü kız şehirli erkek konulu birçok melodram Anadolu'da/köyde/taşrada biter. İstanbul'a dönülecektir, evet, ancak erkek, sevdiğini anladığı kıza kavuşmak için, özellikle de ilk karşılaşmaları köyde olduysa, önce yeniden köye dönmek zorundadır. Bu filmde esas kız esas oğlanın karşısına farklı -daha "modern" bir isimle ve farklı bir kişi olarak çıkmaz. Ama örneğin Tatlı Dillim'de (1972), idealist bir köy öğretmeni olan Emine (Filiz Akın) ile oyuncusu olduğu basketbol takımının kampı için gittiği köyde karşılaşır evlenen zengin ve şımarık Ferit (Tarık Akan) karısına birkaç gün sonra geri geleceğini söyleyip İstanbul'a geri döner ve bir daha da köye uğramaz. İstanbul'da gününü gün eder. Kocasını bulmak için İstanbul'a giden ve tam bir şehirli kıza dönüşen Emine, Ferit'in karşısına Emine'nin ikiz kardeşi Mine olarak çıkar; Ferit ona, kim olduğunu bilmeden aşık olur. Ancak, Emine'ye boşanmak istediğini söylemek için köye döndüğünde asıl sevdiğinin Mine değil Emine olduğunu anlar ve köyde kalmaya karar verir. *Dağdan İnme*'de (1973) Toros'lara düşen uçaktan yaralı kurtulan Vedat (Engin Çağlar), Elif (Fatma Girik) tarafından bulunur ve iyileştirilir. Köyde Elif'le evlenen Vedat, İstanbul'a döner, mektup yoluyla "ayrı dünyalardan" olduklarını söyleyerek Elif'den ayrılır. Elif, adını Yıldız'a değiştirir; yeni, modern, şehirli bir kadın olarak Vedat'ın karşısına çıkar. Yıldız'a aşık olan Vedat, filmin sonunda asıl sevdiğinin, karısı olduğunu fark edip Yıldız'a "Elif'den başkasıyla evlenemem" der ve geri döner. Döndükleri kadın, kendi çevrelerinde görmeye alışık oldukları bir nevi "sözde kızlar"dan çok farklıdır. Ama artık "eksikliğini" de tamamlamıştır. Güllü'deki Ahmet'in aksine, ne Ferit ne de Vedat yeniden kavuştukları karılarının artık aynı zamanda şehirli/modern kadınlar da olabildiklerini bilmezler önce. Ama onların bu yeni halini öğrenmek onları ziyadesiyle mutlu edecektir. Muhtemelen senaristinden yapımcısına, yönetmeninden seyircisine kimsenin gönlü bu şehirli/batılı/modern erkeklerin doğulu/köylü/alaturka bir kadınla evlenmesine razı gelmez.

Bu kadınlar da "kılık değiştirip bir anlamda kadınlık onurunu ayaklar altına almaktan geri" durmazlar. "Yani olduğu gibi kabullenmeyi talep etmez, erkek egemen toplumun beğeni ve isteklerine uygun olarak kişiliksizleşmeyi göze alır, erkekten değişmesi beklenemez çünkü. Bu filmler farkında olmadan veya kasten bir kadının erkeğin beklentilerini karşıladığı sürece sevileceği ve değer görebileceği gibi çarpık bir

zihniyete hizmet eder. Film boyunca koca koca, akıllı akıllı insanlar bu komedinin bir parçası olurlar. Kimsenin aklına ‘kızım boşver bu soytarlıkları, kendin ol’ demek gelmez”⁴⁴. Zira “ideal kadın” her şeyin her şeyin en iyisinden seçilerek oluşturulmuş bir kolaj imgedir.”⁴⁵ Ne alafrangalığın dozu kaçırılmalıdır ne de alaturkalığın. Bu da bizi Peyami Safa’nın “mükemmel bir zevcenin vasıflarını tayin etmek için kullandığı formüle götürür: “Eski ailelerin kapalı ahlaki terbiyesiyle yeni ailelerin açık fikirli terbiyelerine haiz bir genç kız”⁴⁶. Yeşilçam filmlerinde sevdiği erkeğin sevgilisi de hizmetçisi de olmayı bilen kadınlardır kıymetli olanlar. Safa da zaten erkekten aşağı, erkeğe bağımlı, “yeri evi”, “görevi de ana ve iyi bir eş” olan kadını ideal kadın olarak görür⁴⁷. Yoksa Lale Belkıs gibi güçlü kadınlar, ne kadar alafranga olurlarsa olsunlar, yenilmeye mahkumdur. Esas kızın filmdeki rakibesi “kötü” kadınlardır. Oysa ihanete uğrayan genellikle bu kadınlardır: “Ben aslında kötü kadın değilim. Kötülük bana yapılıyordu. Beraber olduğum insanı hep benden kaptılar. (...) Hikaye hep aynıydı: ben bir erkekle beraberim, o ortaya çıkıyor ve onu elimden alıyor. Hangimiz kötü oluyoruz şimdi?”⁴⁸ Kadınlara güçlü olmayı, mücadele etmeyi öğrettiği için “kötü kadın” olduğunu söylüyor: “Güçlü kadın ezilsin istiyorlar.” Ezilmesi gereken sadece güçlü kadın değildi, aynı zamanda kibirli İstanbul’du. O İstanbul değil miydi, hor gördüğü köyden gelen kızı “köylü kirinden” arındırmak için hemen banyoya sokan, saçları bitli olabilir diye saçlarını kazıyıp, giyim kuşamıyla, zevkleriyle alay edip, küçümseyen, en büyük iltifatı ise “köylü güzeli” olan: “Kezban serileri, kibirli İstanbul’u yenmek, hatta İstanbul’u fersah fersah aşır Avrupa’nın kültürel merkezlerinde kendine yer bulmak olarak formüle edilen hayalin adıydı ve karakterlerin hem somut hem kavramsal yolculukları taşranın yaygın, küçültücü anlamını doğrulamakla kalmıyor, toplumsal hafızanın dibine silinmez harflerle kazınıyordu”⁴⁹.

“Senin Gibi Görgüsüz bir Ayıyla Evleneceğime Ölürüm Daha İyi”

Hepsini erkeklerin çektiği Yeşilçam filmlerinde dikkat çeken nokta kendisini bir erkeğe beğendirmek için “Batılılaşmak, modernleşmek durumunda olanın, buna ihtiyaç duyanın hep kadın olmasıdır. Erkek bu basamağı çoktan aşmıştır, medenileşmiştir”⁵⁰. Bu yorum büyük ölçüde doğrudur. Ancak buna bir istisna melodramların ateşinin söndüğü 1985 tarihli Kartal Tibet’in yönettiği *Sosyete Şaban* filmidir. Amerika’da eğitim alan Peri, çıkarıcı ve paragöz babasının (Kenan Pars) maddi açıdan sıkıntıya düşmesi üzerine beşik kertmesi Şaban Ağa (Kemal Sunal) ile evlenmek zorunda kalır. Ancak Peri, köyde yapılan düğünün ardından Şaban’a “Senin gibi bir ayıyla evleneceğime ölürüm daha iyi” yazan bir not bırakarak İstanbul’a gelir. Bu kez onuru incinen, aşağılanan, alay edilen erkektir. Şaban Ağa, hem intikam almak hem de kendisini Peri’nin beğeneceği erkek haline getirmek için, yukarıda bahse-

44 “tatlı dillim”, Ekşi Sözlük, erişim 8 Şubat, 2018, <https://eksisozluk.com/entry/33451592>.

45 Depeli, “Emine, Mine, Hepsin Sensin,” s.132.

46 *Bir Tereddüdün Romanı’ndan* aktaran Moran, *Türk Romanına*, s.230.

47 Moran, *Türk Romanına*, s.229.

48 Atilla Dorsay “Erkekleri hep Starlar Götürdü”.

49 Ayfer Tunç, *Memleket Hikayeleri*, İstanbul İletişim Yayınları, 2012, s.11.

50 Şükran Akpınar “Melodram ve Modernite İlişkisi Bağlamında, Yeşilçam Sinemasında Avrupalılık Görüntülerinin Kadın Karakterler Üzerinden Temsili: Kezban Filmleri Örneği” *Turkish Studies*, 10/10 (2015), s.79.

dilen filmlerdeki kadınların başvurduğu taktiğe başvurur. Kahyanın “mektepe bitirmiş” “şehir görmüş” yeğenin de (Süleyman Turan) yardımıyla kendisini baştan yaratmaya soyunur. “Peri Hanım’ın istediği gibi, medeni, oturmasını, kalkmasını, konuşmasını bilen biri” olmaktadır amacı. İstanbul’dan en iyi hocaları getirip onlardan dersler alır. Sofra adabını, höpürdetmeden çorba içmeyi öğrenir. Sıra bu dersin müfredatının vazgeçilmez konusu “bir tavuk budunun çatal bıçak yardımıyla nasıl yenileceği”ne geldiğinde nasıl “köylü kız illa ki buta bir elini atarsa”⁵¹, Şaban Ağa’da aynısını yapmaya yeltenir. Dil dersinde öğrenilecek yabancı dil yine Fransızca’dır. Filmin çekildiği yıllarda Fransızca sembolik değerini çoktan İngilizceye bırakmış olsa da, Lale Devrinden beri elit çevrelerde “medeniliğin göstergesi” “asri yaşamın” imleyicisidir Fransızca. *Sözde Kızlar*’da da köşkün kızı Nevin konuşmasına ara sıra Fransızca kelimeler katar⁵², Fransızca şarkı nakaratlarını mırıldanır⁵³. *Feride* (1971) filminde Lale Belkıs, Fransızca bir şarkıyı kusursuz söyler. Tabi “kelebekler gibi” dans etmenin öğrenildiği dans dersi de unutulmaz. Şaban Ağa’nın kendi sözleriyle “göngürlü bir ayıya” dönüşümü tamamlanınca, hazırlanan mizansen uyarınca, ülkeye yatırım yapmak için gelen ünlü milyarder işadamı olarak Avrupa’dan İstanbul’a gelir. Havaalanında karşımıza çıkan kişi, köylü kıyafetli, kasketli Şaban Ağa yerine şehirli, modern kıyafetleri ve fötr şapkasıyla Dilaver Bey’dir. Kezban ve benzeri filmlerde, Avrupa’dan dönen köylü/fakir/taşralı kadının uçaktan iniş sahnelerini hatırlatır bu sahne. Gazetecilerle konuşurken “quatre million dollar” gibi Fransızca kelimeler kullanmayı da ihmal etmez. Kendisinin Şaban olduğunu bilmeyen Peri için zengin, batılı, modern, “görmüş geçirmiş”, iyi yaşamayı bilen, dünya jet sosyetesine ile haşır neşir olmuş biri sandığı Dilaver, hayallerini aşan beyaz atlı prenstir; tabi babasının da... Ancak zamanla Peri fark edecektir ki bu adam tam bir hayal kırıklığıdır, sevdiği kadını koruyup kollamak, şerefini korumak, onun için kavga etmek, gerekirse canını vermek şöyle dursun, çıtkırıldım ve bencil bir züppedir. Tek düşündüğü kendi rahatı, kendi güvenliği, kendi hayatıdır. Fareden korktuğu için av köşküne önden Peri’yi yollayacak kadar da ödlektir. Ateş yakmak için odunu, “ben hayatımda hiç odun kesmedim, beceremem, üstelik biraz ısınmak için manikürlerimi bozamam” diyerek Peri’ye kestirir. O, odun keserken yan gelip yatar. “Kuzum sen ne iş yaparsın?” diye soran Peri’ye, “Para yerim.” cevabını verir. Çalışmayan arabayı yine Peri’ye ittirir. Dereden geçmek gerekince, Peri’den kendisine sırtına almasını ister. Ayakları ıslanan Peri ateşin önünde kurumaya çalışırken, “Ayakların dondu değil mi? Ne iyi etmişim de sırtına binmişim, akıllı adamım ben” der. “Akıllı olacağına biraz erkek olsaydın da sen beni sırtında taşısaydın!” cevabını veren Peri’ye, “Yoo benim canım tatlıdır” der. Peri’nin “köylü” ve “ayının biri” diye tanımladığı Şaban’la beşik kertmesi olduğu için evlenmek zorunda kaldığını söylemesi üzerine, küçümseyerek “Ayy ne kadar banal, hiç de medeni değil!” der. Peri’nin “Sen medeniyet gördün de ne oldu, çektiğimizi eziyet kalmadı bana, Şaban olsaydı bunların hiçbiri başıma gelmezdi” sözleri ikrar anıdır. Artık doğru yoldadır Peri. Kadının şerefine iki paralık etmekten çekinmez Dilaver. Ahırda Peri’ye saldıran adamdan onu kurtarmak için çaba göstermez. Elin-

51 “türk sinemasında modern kadın olma dersleri” <https://eksisozluk.com/entry/3653989>.

52 Safa, *Sözde Kızlar*, s.71.

53 Safa, *Sözde Kızlar*, s.72.

den gelen sadece para teklif etmektir. Sonunda İsyân eden Peri, Dilaver'e "Şaban'ım yanımda olsaydı bunların hiçbiri başıma gelmezdi."; "Kabaydı mabaydı ama mert bir erkekti, sen onun tırnağı bile olamazsın!" der. Mutlu sona, Şaban'ı ve Dilaver'i tek vücutta birleşmiş gösteren sahne eşlik eder." Tüm benzer filmlerde olduğu gibi Şaban/Dilaver de bir kolajdan ibarettir. Her kolaj gibi parçalar bir araya geldiği gibi ayrışabilir de: Şaban Ağa filmin sonunda kucağına yatırdığı Peri'yi "Sen dayağı çoktan hak ettin!" diyerek pataklar. Peri ona "yabani herif" diye bağırır, ama kabul eder ki "hak etmiştir" dayağı.

Karakterler ve olay örgüsü farklı olsa da *Sosyete Şaban*, Peyami Safa'nın sık kullandığı bir ikilem üzerinde yükselir. Safa'nın romanlarındaki genç kızlar, batı terbiyesi ve eğitimi almış, yabancı dil bilen, az çok kültürlü, alafranga evlerde yetişmiş genelde zengin kızlardır. Hayat onları iki tip erkek – "batı modeli adam" ile doğulu arasında tercihe zorlar⁵⁴. İki farklı "tip erkeğin, başka bir deyişle, iki değerler sisteminin arasında kalan bu kızların da yapacakları tercih, temelde, yine madde ile ruh arasındadır. Doğulu "ruh" ve "kalp" iken, batılı "beden" ve "madde"dir. Batılı adam için bedenin görünüşü, bedenin rahatı, bedenin hazlarıdır" önemli olan. "Ne sever ne de kıskanır, ama şık giyimli, serbest davranışları ve atılgan kişiliği ile kadınlar için çekicidir ve kolay avlar onları"⁵⁵. Bu özellikleriyle Dilaver'i anımsatır. "Batı medeniyetine, konforlu "asri" bir yaşama ve "batı modeli adama" zaaf duyanları Safa, yüzeysellik, bilinçsizlik ve görünüşe kapılmakla itham eder. "Göze görünen maddenin güzelliğinden" etkilenen "Havva'nın o ihtiraslı çocukları" olan bu kadınlar, maalesef "görünmeyenin, ruhun, kalbin güzelliğini" fark etmezler kolay kolay⁵⁶. Safa'nın "roman dünyasında" kadın kahraman doğru seçimi yapıp "manevi değerler vaat eden" doğulu erkeği seçerse mutluluğu bulur; bunu yapmayanların sonu mutsuzluk, intihar, delirme ve yıkımdır.⁵⁷ Ancak Safa mükemmel erkeği, batı-doğu bileşiminde, bu iki tür insanın olumlu özelliklerinin toplandığı adamda bulur: "Bu dünyada mutlaka bir 'kamil insan' enmuzecine ihtiyaç varsa, bence bu ihtirasla feragatın en son derecelerini taşıyan bir 'şarklı-garpli ruhu' olabilir"⁵⁸.

Sonuç

Gelenek ve modernlik, alafrangalık ve alaturkalık, doğu batı arasındaki toplumsal çatışmaları yansıtan bu filmler, Safa'nın en azından ilk romanlarındaki gibi, aynı zamanda karşıt kesimler arasındaki uzlaşma ve uyum vizyonunu barındıran ütöpik bir düşünceyi içerir. Ütöpik olmasının nedeni kişi, toplumsal kesim veya toplumların bu farklı özelliklerin bileşenlerini farklı derecelerde kendi bünyelerinde barındıramayacakları değil, toplumsal çatışmalar söz konusu olduğunda bu çatışmaların merkezine tam da bahsedilen bu özelliklerin yerleştirilecek olmasıdır.

54 Moran, *Türk Romanına*, s.224-225.

55 Moran, *Türk Romanına*, s.223.

56 Moran, *Türk Romanına*, s.226.

57 Moran, *Türk Romanında*, s.226-227.

58 Şimşek romanından aktaran, Moran, *Türk Romanında*, s.222.

Kaynakça

- Akpınar, Şükran. “Melodram ve Modernite İlişkisi Bağlamında, Yeşilçam Sinemasında Avrupalılık Görünümlerinin Kadın Karakterler Üzerinden Temsili: Kezban Filmi Örneği”. *Turkish Studies*. 10/10 (2015): 61-80.
- Bratton, Jacky. “Introduction”, *Melodrama: Stage, Picture, Screen*. Haz. Jacky Bratton, Jim Cook ve Christine Gledhill. Londra: British Film Institute, 1994.
- Brooks, Peter. *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*. New Haven: Yale University Press, 1976.
- Büker Seçil, “The Film Does not End With an Ecstatic Kiss”, *Fragmetnts of Culture: The Everyday of Modern Turkey*. Haz. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber. Londra ve New York, 2002.
- Depeli Gülsüm. “Emine, Mine, Hepsi Sensin be Kızım: Yeşilçam Sinemasının Eril Fantezisi”, *Fe Dergisi*, 8/2 (2016): 125-138. (erişim 09.02 2018).
- Dorsay Atilla. “Erkekleri hep Starlar Götürdü ama Kötü Kadın Ben Oldum”. Erişim 12 Şubat 2018.
- Derinsu Hacer Esra. “Peyami Safa’nın *Sözde Kızlar* Romanında Doğulu Kadının Yanlış Batılılaşması”, Erişim 5 Şubat, 2018. https://www.academia.edu/32463980/Peyami_Safanın_Sözde_Kızlar_Romanında_Doğulu_Kadının_Yanlış_Batılılaşması.
- Erdoğan, Nezi. “Üç Seyirci: Popüler Eğlence Biçimlerinin Alımlanması Üzerine Notlar”. *Doğu Batı Dergisi*. 15/2 (2000): 109-120.
- Gledhill, Christine. “The Melodramatic Field: An Investigation”. *Home is Where the Heart is: Studies in Melodrama and the Womens Film*. Haz. Christine Gledhill. Londra: British Film Institute, 1987.
- Elsaessar, Thomas. “Tales of Sound and Fury: Observations on the Family Melodrama”. *Home is Where the Heart is: Studies in Melodrama and the Womens Film*. Haz. Christine Gledhill. Londra: British Film Institute, 1987.
- Hall Stuart. “Introduction”, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Stuart Hall. Londra: Sage Publications, 1997.
- Heilman, Robert. *Tragedy and Melodrama: Versions of Experience*. Seattle: University of Washington Press, 1968.
- Kadioğlu, Ayşe. “Alaturkalık ile İffetsizlik Arasında Birey Olarak Kadın”. *Görüş*. 9 (1993): 58-62.
- “Lale Belkıs”, *Ekşi Sözlük*. Erişim 1 Şubat 2018. <https://eksisozluk.com/entry/15092234>.
- Moran, Berna. *Türk Romanına Eleştirel bir Bakış 1: Ahmet Mithat’tan A. H. Tanpınar’a*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2007.
- Safa, Peyami. *Sözde Kızlar*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Singer Ben. *Melodrama and Modernity: Early Sensational Cinema and its Contexts*. New York: Colombia University Press, 2001.

- Tabak Yeşim. “Yeşilçam’ın Erkekleri Ne İstiyor?”, *Radikal*, 19 Kasım 2015.
- “Tatlı Dillim”, Ekşi Sözlük. Erişim 8 Şubat 2018. <https://eksisozluk.com/entry/33451592>.
- Tunç, Ayfer. *Memleket Hikayeleri*. İstanbul: İletişim Yayınları
- “Türk Film Klişeleri”, Uludağ Sözlük. Erişim 1 Şubat, 2018. <https://www.uludagsozluk.com/e/54990/>.
- “Türk Film Klişeleri”, Uludağ Sözlük. Erişim 1 Şubat, 2018. <https://www.uludagsozluk.com/e/35764816>.
- “Türk Filmi Klişeleri”, Ekşi Sözlük, Erişim 1 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/33486971>
- “Türk Filmi Klişeleri”, Ekşi Sözlük. Erişim 1 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/3631876>.
- “Türk Sinemasında Modern Kadın Olma Dersleri”, Ekşi Sözlük. Erişim 7 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/3644149>.
- “Türk Sinemasında Modern Kadın Olma Dersleri”, Ekşi Sözlük. Erişim 7 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/3653989>.
- “Yeşilçam”, Ekşi Sözlük. Erişim 1 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/4368924>.
- “Yeşilçam Muammaları”, Ekşi Sözlük. Erişim 1 Şubat, 2018. <https://eksisozluk.com/entry/4460623>.

We All Come out of Peyami Safa's So-Called Girls

ARUS YUMUL

Abstract: *The article examines the ambivalent attitude of Turkish melodramas, known as Yeşilçam films, towards tradition and modernity, east and west, alaturca and alafranga in the context of love stories between generally a poor, rural and a traditional woman and a westernized, urban and a rich man. The ambivalence arises from the desire to balance the eastern and western in a single person (society) – a person with an eastern and traditional soul and a western and a modern body. It argues that the narrative, characters, symbolisms and signifiers used to identify the binary characters, life styles, values and moralities in these films are reminiscent and evocative of Peyami Safa's novels which dichotomize east and West in terms of spirit vs. matter, soul vs. body. It further argues that the modernization Project which positioned the ideal woman between tradition and modernity, was valid for men, too.*

Keywords: *Yeşilçam, East-West, Peyami Safa.*



Yayın Koşulları / Publication Rules

1. İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi üç ayda bir elektronik olarak yayımlanan, erişime açık hakemli bir dergidir. Bahar, Yaz, Güz ve Kış sayıları Nisan, Temmuz, Ekim ve Ocak aylarında yayımlanır.
2. İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi çok alanlı bir dergidir. Çevre, edebiyat, eğitim, etik, felsefe, hukuk, iktisat, iletişim, işletme, sanat, siyaset, şehir, tarih, toplum, uluslararası ilişkiler, yönetim ve yöntembilim alanlarında insana dair, özgün bakış açısına sahip akademik araştırma, inceleme ve çalışmalara yer verir.
3. Dergiye gönderilecek yazılar özgün olmalıdır, daha önce başka bir yerde yayımlanmış veya yayımlanmak üzere gönderilmiş olmamalıdır.
4. Dergiye gönderilen makalelerin yazım bakımından son denetimleri yapılmış; yayımlanmaya hazır olarak gönderilmiş olmalıdır. Bu kapsamda, yazım yanlışları bulunan veya yazım koşullarını sağlamayan makaleler değerlendirilmeye alınmaz.
5. Editörler tarafından ön/biçimsel incelemesi yapılan eserler, değerlendirilmek üzere Yayın Kurulu'na sunulur. Yayın Kurulunca incelenen eserler, anonim en az iki hakeme gönderilir; hakemlerin raporları doğrultusunda, makalenin yayımlanmasına; hakemden gelen rapor çerçevesinde düzeltme istenmesine ya da yayımlanmamasına karar verilir. Yazar, verilen karardan, en kısa zamanda ve e-posta yolu ile haberdar edilir. Tamamlanmış veya düzeltilmiş yazı, Yayın Kurulu'nca tekrar hakeme gönderilebilir.
6. Yazılar Microsoft Word (Microsoft Office 98 ve üzeri sürümler) formatında olmalıdır. Yazı içinde resim, grafik, şekil veya tablolar kullanılmışsa, bu öğeler orijinal resim veya excel dosya olarak ayrı ayrı gönderilmelidir.
7. Dergiye gönderilecek yazılar Türkçe veya İngilizce olabilir.
8. Başlık yazısının altında yazar veya yazarların adları sıralı olarak yazılmalıdır. Yazar ad/adları yazılırken herhangi bir akademik unvan belirtilmez. Yazar veya yazarların unvanı ilk sayfanın altında (*) işareti ile gösterilir. Unvandan sonra, yazarın görev yaptığı kurum (Üniversite, fakülte, bölüm veya diğer) adı belirtilir. Akademik unvan dışında başka unvan kullanılmaz.
9. Makalelerde, 120-150 kelime arası Türkçe ve İngilizce öz / abstract, 5 kelimeyi aşmayacak şekilde anahtar kelime yer almalıdır. Türkçe makalelerde, Türkçe öz ilk sayfada; İngilizce abstract ise başlığı ile birlikte yazının sonunda yer alır. İngilizce makalelerde ise İngilizce abstract ilk sayfada, Türkçe öz başlığı ile birlikte yazının sonunda yer alır.
10. Dergiye gönderilen yazılarda Chicago dipnot-kaynakça sistemi kullanılmalıdır. (bkz. Atıf ve kaynakça yazım kılavuzu ve son sayısında çıkan makale örnekleri).

11. Yazıyla birlikte yazarın (veya yazarların) iletişim bilgileri (adı, unvanı, çalıştığı kurum, açık adresi, kolay ulaşım sağlanabilecek telefon numaraları, elektronik posta adresleri, ORCID ID vb.) editörlere ulaştırılmalıdır.

12. Yayına kabul edilen yazıların yazar(lar)ı tarafından “Etik Sorumluluk Beyanı Formu” doldurularak editörlere iletilmelidir.

Ayrıntılı bilgi için bkz., <http://insanveinsan.org/yayin-kosullari>

For “Publication Rules” in English, see, <http://insanveinsan.org/en/yayin-kosullari>

Yazım Kuralları

A4 Kağıt düzeni

Kenar boşlukları: Sol: 3,5 cm Sağ: 3,5 cm Üst: 2,5 cm Alt: 2,5 cm

Metin içi

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraflarda girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 8 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Alıntı paragraflarda girinti boşluğu: Sol: 30 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Başlıklar

Yazı tipi biçimi: Koyu

Başlıklarda Yalnızca İlk Harfler Büyük olmalı (“ve”, “veya”, “ile” gibi bağlaçlar küçük harfle yazılmalıdır).

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 10 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Başlık numaralandırma

Çalışmalar Öz, Giriş, Sonuç, Kaynakça dışında uygun sayıda (en az iki) alt başlık içermelidir. Öz, Abstract, Giriş, Başlık ve Alt Başlıklar, Sonuç ve Kaynakça için hiçbir numaralandırma kullanılmamalıdır. Başlık ve alt başlıklarda kelimelerin ilk harfleri büyük, bağlaçlar küçük olmalıdır ve tümü koyu olmalıdır.

Dipnotlar

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 9 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 0 pt; Sonra: 0 pt; Satır aralığı: Tek

Kaynakça

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Asılı (Değer: 0,7 cm)

Paragraf aralığı: Önce: 2 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Tablo, Şekil, Grafik, Resim, Fotoğraf başlıkları

Yazı tipi biçimi: İtalik

Başlıklarda Yalnızca İlk Harfler Büyük olmalı (“ve”, “veya”, “ile” gibi bağlaçlar küçük harfle yazılmalıdır).

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 10 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Tablo başlıkları tablonun üzerinde, Şekil, Grafik, Resim başlıkları ise şekil veya grafiklerin altında verilmelidir.

Tablo veya Grafikler aşağıdaki gibi numaralandırılmalıdır.

Tablo 1: Tablo Başlığı

Grafik 2: Grafik Başlığı

Tablo içerikleri

Tablolar (satır, sütun ve hücreler) düzenleme sırasında karışıklığa ve veri kaybına yol açmayacak şekilde hazırlanmış olmalıdır. Bu çerçevede, makalelerde kullanılan tablolar, Word belgenin dışında, ayrıca Excel dosya içinde gönderilmelidir.

Şekil veya grafikler

Şekil veya grafikler Word dosya dışında, ayrıca Excel dosya olarak gönderilmelidir.

Resimler

Resim formatında olan öğelerin çözünürlüğü yüksek olmalı; resim öğeleri Word dosyanın haricinde, ayrıca yüksek çözünürlüklü resim dosyası olarak gönderilmelidir (Çözünürlük en az 300 DPI olmalıdır).

Yazıma ve atıflara dair diğer hususlar

Kitap, Dergi, Ansiklopedi vb. eserlerin yazımında bu tür eserler tırnak içine alınmamalı veya koyu yazılmamalıdır. Kitap gibi eserler genel yazım kurallarına göre italik yazılmalıdır.

Dipnot ve kaynakça için Chicago dipnot ve kaynakça sistemi kullanılmalıdır.

Atıf ve kaynakça yazım kılavuzu için bkz.

<http://insanveinsan.org/form/Dipnot-kaynakca-yontemi.pdf>

Ayrıca, atıf ve kaynakça örneği için son sayının makalelerini inceleyiniz.