



BAHAR 2006 kilad

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi
Araştırma Dergisi





kilad

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi

Yıl: 4 • Sayı: 7 • Bahar 2006

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No: 7

Sahibi

Prof. Dr. Sezer Şener KOMSUOĞLU

Sorumlu Yazışleri Müdürü

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Prof. Dr. Melda CİNMAN ŞİMŞEK

Prof. Dr. Yasemin İNCEOĞLU

Prof. Dr. Özden CANKAYA

Prof. Dr. Haluk GÜRGEN

Doç. Dr. Füsün ALVER

Yrd. Doç. Dr. Emel KARAGÖZ

Editörler

Doç. Dr. Füsün ALVER, Yrd. Doç. Dr. Emel KARAGÖZ

Yabancı Dil Editörleri

Doç. Dr. Füsün ALVER, Doç. Dr. Mete ÇAMDERELİ, Yrd. Doç. Dr. Nurdan TAŞKIRAN

Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Aybike PELENK, Arş. Gör. Banu Nihal İÇAĞASIOĞLU

Redaksiyon

Arş. Gör. Aybike PELENK, Arş. Gör. Banu Nihal İÇAĞASIOĞLU,
Arş. Gör. Gürsoy DEĞİRMENCİOĞLU, Arş. Gör. Zeynep VARLI, Arş. Gör. Ebru TURANLI

Kapak ve Düzenleme

Arş. Gör. Yusuf BUDAK

Baskı

İletişim Adresleri:

Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Yerleşkesi

Eski İstanbul Yolu 10. km 41380 İzmit/KOCAELİ

Tel: +90 262 303 18 02 -04 ● Fax: +90 262 303 18 03

e-posta: kilad_editor@yahoo.com ● <http://if.kou.edu.tr/kilad.htm>

Fakülte Temsilcilikleri

Ankara Üniversitesi	: Arş. Gör. Başak ÖZÇARIKÇI
Gazi Üniversitesi	: Arş. Gör. Ali Murat VARLI
Anadolu Üniversitesi	: Doç. Dr. Mejdet ATABEK
Akdeniz Üniversitesi	: Öğr. Gör. Yasemin GÜLŞEN YILMAZ
Ege Üniversitesi	: Arş. Gör. Burcu BALCI
İstanbul Üniversitesi	: Arş. Gör. Ayşe CENGİZ
Marmara Üniversitesi	: Arş. Gör. İhsan KARLI

Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

Kaynak belirtmek suretiyle alıntı yapılabilir, tüm hakları saklıdır.

İçindekiler

Dekan'dan

5

Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri

Füsun ALVER

9

Bilgi, Bilim ve İletişim

Emel KARAGÖZ

27

Medya Etiği ve Özdenetim Bağlamında

Yerel Medyayla İlgili Basın Konseyi Kararlarının Değerlendirilmesi

Vedat DEMİR

63

Kurumsal (Örgütsel) İletişimde Kalite Odaklı Halkla İlişkiler ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi

Erhan EROĞLU - Başak SOLMAZ

81

Bir Yazılı Anlatım Türü Olan İlaç Prospektüslerindeki Dil ve Anlam Sorununa Alan Araştırması Yöntemiyle Eleştirel Bir Bakış

Mustafa YAĞBASAN - İhsan KURTBAŞ

99

Vampir Efsanesi, Vampir Filmleri ve Vampir Olgusuna Farklı Bir Bakış:

"Buffy The Vampire Slayer" ve "Angel" Dizileri

Nigar PÖSTEKİ

121

**Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Ürün Yerleştirme
Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi**

Emet GÜREL - Jale ALEM

141

6-7 Eylül Olaylarının Ulus Ve Zafer'de Yansıtılışı

Elif Emre KAYA

165

Yazı Teslim Kuralları

185

Dekan'dan

Kocaeli İletişim Araştırmaları dergisinin (KİLAD) yedinci sayısının basımını gerçekleştirmekten mutluluk duyuyoruz. KİLAD'ın bu sayısında sekiz makale yer alıyor.

Fusun Alver, "Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri" başlıklı çalışması ile medya okur yazarlığı olarak da ifade edilen medya yetkinliğini, dil ve eylem yetkinliği ile ilintilendirerek, açıklıyor. Bu çerçevede Noam Chomsky'nin dil yetkinliği tasarımı ile Jürgen Habermas'ın eylem yetkinliği kuramından yararlanarak, Dieter Baacke'nin medya yetkinliği kuramını irdeliyor.

Emel Karagöz, "Bilgi, Bilim ve İletişim" başlıklı çalışmasında, bilgi edinmenin nedenini, bilgi edinmede felsefenin yerini, bilgi edinme sürecinde bilimsel bilgiye geçişi anlatıyor ve iletişim, bilimsellik ve bilimsel zihniyeti irdeliyor.

Vedat Demir, "Medya Etiği ve Özdenetim Bağlamında Yerel Medyayla İlgili Basın Konseyi Kararlarının Değerlendirilmesi" başlıklı makalesinde, medya etiğini, çeşitli örneklerle, yerel basınla ilgili basın konseyi kararlarıyla ilintilendirerek, irdeliyor.

Erhan Eroğlu ve Başak Solmaz, "Kurumsal (Örgütsel) İletişimde Kalite Odaklı Halkla İlişkiler Ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi" başlıklı çalışmalarında, kuruluşlardaki iletişim sürecinde kalite odaklı halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi uygulamalarının birbiriyle ilişkisi ve gerekliliğini irdeliyorlar.

Mustafa Yağbasan ve İhsan Kurtbaş, "Bir Yazılı Anlatım Türü Olan İlaç Prospektüslerindeki Dil Ve Anlam Sorununa Alan Araştırması Yöntemiyle Eleştirel Bir Bakış" adlı makalelerinde, ilaç kullanıcılarının prospektüsleri anlamada karşılaştıkları dilsel zorlukları ortaya koyuyorlar.

Nigar Pösteki, "Vampir Efsanesi, Vampir Filmleri Ve Vampir Olgusuna Farklı Bir Bakış: "Buffy The Vampire Slayer" Ve "Angel" Dizileri" başlıklı çalışmasında, insanların temel korkularını, ilk vampir öykülerini ve "Buffy The Vampire Slayer" ve "Angel" adlı televizyon dizilerini inceliyor.

Emet Gürel ve Jale Alem, "Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi" adlı çalışmalarında, çizgi dizi Simpsonlar'da yer alan kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarını içerik analizi yöntemiyle analiz ediyorlar.

A. Elif Emre Kaya ise, "6-7 Eylül Olaylarının Ulus ve Zafer'de Yansıtılışı" başlıklı çalışmasında, farklı yayın kimliğine sahip olan Ulus ve Zafer gazetelerinin 6-7 Eylül 1955 olaylarını haberleştirme esaslarını içerik analizi yaparak, ortaya koyuyor.

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri

Theoretical Foundations of Media Competency

Füsun ALVER

Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Özet

İletişim bilimcilerin, pedagoğların ve eğitim planlamacılarının sık sık kullandıkları "medya yetkinliği" (medya okur-yazarlığı) kavramı, ilk bakışta soyut, çok anlamlı ve anlaşılması güç bir kavram olarak görülmektedir. "Medya yetkinliği" kavramı, medyanın erişim alanının genişlemesiyle önem kazanmaya başlamış, pedagoğlar, medyayı çocukların ve gençlerin toplumsallaşma sürecinde tehlikeli olarak görmüşler, denetim yönelimi içinde olmuşlar ve medyadan kaynaklanan sorunların aşılması için koruma amaçlı pedagoji çalışmalarının geliştirilmesini önermişlerdir. Medya yetkinliğinin kuramsal kökenleri yapısalcı yaklaşımın temsilcilerinden ABD'li dilbilimci Noam Chomsky, Frankfurt Okulu'nun en son temsilcisi olarak kabul edilen Alman iletişim bilimci Jürgen Habermas, kültürel kuramın temsilcilerinden Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, sistem kuramcısı Alman sosyolog Niklas Luhmann ve eleştirel medya çalışmaları temsilcilerinden Alman medya pedagoğu Dieter Baacke'nin çalışmalarına dayandırılarak açıklanabilir. Chomsky, birbirile ilintili olarak "performans" ve "yetkinlik" kavramlarını geliştirmiş; Habermas, yetkinlik kavramını, iletişim kuramı açısından irdelemiş ve "iletişimsel yetkinlik" kavramını ortaya koymuştur. Luhmann, iletişimsel eylem yetkinliğini ve medyayı sistem kuramı çerçevesinde irdelemiştir. Baacke ise, yetkinlik kavramını medya ile ilişkilendirerek, dört aşamalı bir medya yetkinliği kuramı ortaya koymuştur. Medya yetkinliğinin kuramsal temellerinin irdelenmesini amaçlayan bu çalışmada Chomsky, Habermas, Bourdieu, Luhmann ve Baacke'nin "yetkinlik", "dilsel yetkinlik", "iletişimsel yetkinlik" ve "medya yetkinliği" ne ilişkin düşünceleri eleştirel olarak incelenecek ve değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yetkinlik, dilsel yetkinlik, iletişimsel yetkinlik, medya yetkinliği.

Abstract

"Media competence" (media literacy) is a frequently used concept by communication scientists, pedagogues and education planners. At first it could be appeared as it is an abstract, meaningful and abstruse concept. "Media competence" concept has started to gain importance as media's broadcast area extends. Pedagogues evaluate media as a dangerous tool for children and youths in the their socialization process. Due to this, they tend to control the media and suggest development of protect aimed pedagogic studies to solve the media-based problems. The theoretic roots of "media competence" can be predicated to American linguist Noam Chomsky -member of structural approach-, German communication scientist Jürgen Habermas who is assumed as the last member of Frankfurt School, French sociologist Pierre Bourdieu -member of cultural theory-, German sociologist Niklas Luhmann -system theorist- and German media pedagogue Dieter Baacke who is a member of critical media studies. Chomsky developed "performance" and "competence" concepts relatedly; on the other hand Habermas examined "competence" concept from the perspective of communication theory and manifested the "communicational competence" concept. Luhmann examined "competence of communicational action" and media from the perspective of system theory. In addition to these, Baacke established a four-phased "media competence" theory by corraleting media and competence concept. In this study which is aimed to examine the theoretical roots of media competence, the ideas of Chomsky, Habermas, Bourdieu, Luhmann and Baacke's "competence", "linguistic competence", "communicational competence" and "media competence" will be critically analysed and evaluated.

Key words: Competence, linguistic competence, communicational competence, media competence.

1. Giriş

İletişim bilimcilerin, pedagogların ve eğitim planlamacılarının sık sık kullandıkları "medya yetkinliği" (medya okur-yazarlığı) kavramı, ilk bakışta soyut, çok anlamlı ve anlaşılması güç bir kavram olarak görülmektedir. "Medya yetkinliği" kavramı, medyanın erişim alanının genişlemesiyle önem kazanmaya başlamış, pedagoglar, medyayı çocukların ve gençlerin toplumsallaşma sürecinde tehlikeli olarak görmüşler, denetim yönelimi içinde olmuşlar ve medyadan kaynaklanan sorunlarının aşılması için koruma amaçlı pedagoji çalışmalarının geliştirilmesini önermişlerdir. Özellikle televizyon yayınları aracılığıyla bilincin, geç kapitalizm tarafından denetlendiği ve iletilen gerçeğin "ideoloji" olduğu varsayılmış, bireylere ve topluma "medya yetkinliği"nin kazandırılması yoluyla yanlış bilinç oluşturulmasının önlenilebileceği düşünülmüştür.

Sorun iletişim teknolojisinin hızlı gelişmesi ve medyanın erişim alanlarının genişlemesine koşut olarak medyanın etkisinin artması, çocukların, gençlerin ve toplumun geniş kesimlerinin medyanın amaçları, yapısı, üretim ve çalışma esasları konularında yeterince bilgili ve bilinçli olmamalarıdır. Medya, insanların yaşantı ve deneyim çevresini genişletmekte ancak aynı zamanda onların birincil deneyimlerini sınırlandırmakta ve kendisine bağımlılıklarını artırmaktadır. Bu nedenle bireylere medya yetkinliğinin kazandırılması gerekmektedir. Medya yetkinliğinin amacı yalnızca medyanın olumsuz etkilerinin bilişsel olarak giderilmesi için beceri ve yeteneklerin kazandırılması değildir; amaç giderek daha güçlü bir şekilde medya tarafından belirlenen yaşam alanının korunmasıdır. Ancak bu alanın medyadan korunmasında, medyanın kendisi bir araç olarak kullanılmalıdır. Medyanın nesne ve araç olduğu bu alanda bireylerin, bağımsızlıkları sağlanabilecek ve korunabileceklerdir. Bu çerçevede "yetkinlik" ve "medya yetkinliği" kavramlarının yanında "medya yetkinliğinin" belirleyici boyutlarının açıklanması önem kazanmaktadır.

Dieter Baacke (1980:100), yetkinlik (competence) sözcüğünün Latince "competere" sözcüğünden türediğini ve "bir şeyi amaçlamak" ya da "bir şeyi elde etmeyi amaçlamak" anlamına geldiğini söylemektedir. Franz Weinert (1999:24) ise, yetkinlik kavramını şöyle açıklamaktadır:

"Yetkinlik, karmaşık bilişsel durumların üstesinden gelebilmek için bir koşuldur. Yetkin eylemde bilişsel, güdüleyici, normatif ve sosyal bileşenler vardır. Doğal yeteneklerin dışında yetkin davranışlar öğrenilebilir ve öğrenilmelidir. Bu temelde yetkinlik, sorunları çözmek ve yenilerine karşı koyabilmek için yeteneklerin, becerilerin ve bilginin bir araya gelmesini ifade eder. Bunun yanında örgütleyici kavram olarak 'ehliyet'i ya da normatif sınıflandırma olarak 'sorumluluğu' ve 'eylemde bulunabilmek için gerekli araçlara sahip olmayı' da kapsamaktadır".

Medya yetkinliği ise, medya tarafından biçimlendirilen bir dünyada bireylerin, uygun eylemlerde bulunabilmesi becerilerine sahip olmalarını ifade etmektedir. Sembolik görselliğin giderek egemen olmaya başladığı çağımızda bireylerin, medyayı ve üretimlerini anlayabilmeleri için sembolleri ve kodları deşifre edebilmek yeteneklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Medya yetkinliği, bireylerin kendi ifadelerinin ve toplumsal öneme sahip konuların üretilmesinin ve yayılmasının şekillendirilmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede medya sunumlarının üretim ve dağıtım koşullarının bireysel ve toplumsal anlamı içinde çözümleyici olarak kavranması ve medya kültürünün şekillendirilmesine etki edilmesi istenmektedir. "Medyanın şekillendirmesi medyanın işaret dilinin, enformasyon yayma ilkelerinin ve işlevselliğinin doğru anlaşılmasını ve değerlendirilmesini kapsamaktadır. Medya yetkinliği bireylere, medya kullanımının duygulara, tasarımlara, davranışlara, değer yargılarının oluşumuna etkisini göstermeyi, bu etkinin toplumsal ve siyasal bağlantılarıyla anlaşılmasını ve değerlendirme yapılmasını sağlamayı amaçlamaktadır" (Wunden, 1980:8).

Medya yetkinliğinin kuramsal kökenleri yapısalcı yaklaşımın temsilcilerinden ABD'li dilbilimci Noam Chomsky (1969), Frankfurt Okulu'nun en son temsilcisi olarak kabul edilen Alman iletişim bilimci Jürgen Habermas (1971; 1981), kültürel kuramın temsilcilerinden Fransız sosyolog Pierre Bourdieu (1970), sistem kuramcısı Alman sosyolog Niklas Luhmann (1971;1972) ve eleştirel medya çalışmaları temsilcilerinden Alman medya pedagogu Dieter Baacke'nin (1980) çalışmalarına dayandırılarak açıklanabilir. Chomsky, birbiriyle ilintili olarak "performans" ve "yetkinlik" kavramlarını geliştirmiş; Habermas, yetkinlik kavramını, Luhmann ile birlikte yazdıkları "Toplum Kuramı ve Sosyal Teknoloji" (1971) başlıklı çalışmasında iletişim kuramı açısından irdelemiş ve "iletişimsel yetkinlik" kavramını ortaya koymuştur. Luhmann, iletişimsel eylem yetkinliğini ve medyayı sistem kuramı çerçevesinde irdelemiştir. Baacke ise, yetkinlik kavramını medya ile ilişkilendirerek, dört aşamalı bir medya yetkinliği kuramı ortaya koymuştur.

Bu çalışmanın amacı, medya yetkinliğinin kuramsal temellerinin irdelenmesidir. Bu çerçevede Chomsky, Habermas, Bourdieu, Luhmann ve Baacke'nin "yetkinlik", "dilsel yetkinlik", "iletişimsel yetkinlik" ve "medya yetkinliği" ne ilişkin düşünceleri eleştirel olarak incelenecek ve değerlendirilecektir.

2. Noam Chomsky: Evrensel Dil Yetkinliği

Descartes ve Humboldt tarafından ortaya konulan "yetkinlik" kavramı, dilbilimci Chomsky (1969) tarafından "dil yetkinliği" olarak düşünülmüş, "anlayış" ile ilintilendirilmiş ve geliştirilmiştir. Chomsky, yetkinlik kavramını açıklarken, özellikle Humboldt'un 1800'lü yılların ikinci yarısında gerçekleştirdiği "Genel Dilbilime Giriş" çalışmalarından yararlanmış, ancak Humboldt'un "dilsel içeriklerin eğilimleri"ne ilişkin düşüncesini benimsememiştir. Dilbilim ile psikoloji arasındaki ilişkiye önem veren, dilbilimi bilişsel psikolojinin bir alanı olarak kabul eden Chomsky, dilbilimcilerin temel görevinin, insan dilinin yapısına ilişkin tümdengelim dayanan bir kuramın tasarımı yapmak olduğunu düşünmüştür. Bu çerçevede insan doğasının anlaşılması için var olan durumların incelenmesi ve ana dillerin yetkinliğini oluşturan kuralların egemenliğinin yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Bu kuramın, aynı zamanda tüm dilleri kapsayacak şekilde genel olması, ancak diğer iletişim sistemlerini kapsayacak kadar da özel olması gerekmektedir.

Chomsky (1969), dilsel yetkinliği açıklarken, yapısalcı yaklaşımın temsilcilerinden dilbilimci Ferdinand de Saussure'in, "langue" ve "parole" kavramlarını farklı bir şekilde yorumlamıştır. İkili karşıtlıklar temelinde "langue" ve "parole" kavramları ile dilbilim yönteminin temelini oluşturan Saussure (1967:31), "langue"yi, üretici kurallar sistemi değil, elementlerin envanteri, sosyal bir olgunun ürünü olarak düşünmüştür. Sentaks ise, languenin bir nesnesi değil, aksine "parole"sidir. Saussure, için "parole" tamamen durağandır; çünkü "parole" dilsel ifadelerin bir ürünü, tüm konuşulan cümlelerin bir toplamıdır. Dilin toplumsal işlevi, langueye aittir. Chomsky'nin (1969:13 v.d) düşüncesinde ise, Saussure'nin geliştirdiği "langue" ve "parole" kavramlarının yerini "yetkinlik" ve "performans" kavramları almıştır. Chomsky, kavramların arasındaki farkları ortaya koyarak, onların ayrılaştırılmasına karşı etkide bulunmayı amaçlamıştır. "Yetkinlik", dil bilgisiyle ilgilidir ve "langue" kavramına, "performans" ise, dilin gerçekleştirilmesiyle ilgilidir ve "parole" kavramına uygundur. "Langue" ve "yetkinlik" ile bir dilin konuşma sistemi ifade edilmektedir. Chomsky'e göre, "yetkinlik", belirli bir eylemi yapabilme ehliyeti ve yetkisidir ve eğilim ile ilişkilidir. "Yetkinlik", evrensel yetkinlik olarak bireysel bilginin ifadesidir ve algılanabilen derin dilbilimsel yapıyı ifade etmektedir. "Yetkinlik", bir ölçüde psikolojiktir; dilin sınırsız üretiminde, üretim mekanizması olarak dinamik bir tasarımıdır; "langue" ise, daha çok dilin toplumsal karakterini ortaya koymaktadır. Chomsky, yetkinliğin konuşanın ya da dinleyenin içselleştirdiği bilgi ya da linguistik bir çözümlemede bir temel oluşturmadığını düşünmektedir. "Yetkinlik", konuşmacı ya da dinleyicinin kendisine ilişkin dilsel bilgisidir; somut durumda kullanımı halinde "performans" olmaktadır. "Langue" ve "yetkinlik" gibi "performans" ile "parole" arasında da farklılıklar vardır. Chomsky için "performans", dilsel ifadelerin anlamsal olarak algılanabilen tarafını ya da onun yapısının üst yüzeyini ifade etmektedir. "Performans", yetkinliğin belirli koşullar altında güncel kullanımıdır. Chomsky dilsel iletişimde, ideal ve kuramsal çerçeve içinde yer almayan her şeyin "performans" olduğunu düşünmüştür. Kesin kuralların performansa ait olduğunu söylemiş ve

böylece yetkinlik alanını olabildiğince sınırlı tutmaya çalışmıştır. Bu, performansın iletişim için önemsiz olduğu ya da onunla ilgilenilmediği anlamına gelmemektedir. Chomsky, tüm olası işlevleri ile performansı dinamik karaktere sahip olarak düşünmüş; yetkinliği, cümle kurmak ve anlamak becerisi olarak tanımlarken performansı, bu becerinin çeşitli etkenlerin etkisine rağmen kullanılması olarak kavramış ve iki kavramı birbirlerinden ayırmıştır. Chomsky'e göre, bellek yoğunlaşma, yorgunluk gibi etkenler tarafından belirlenen somut iletişim durumlarında bilgiden nasıl yararlanılabildiği, "dilsel performans" kavramı ile açıklanmalıdır. Dilsel performans bellek, yoğunlaşma noksanlığı, yorgunluk ve alkollü içecek gibi etkenler tarafından olumsuz etkilenen somut iletişim durumunda yetkinliğin kullanımının sağlanmasıdır. Bununla birlikte dilin kullanımının, performansın altına yerleştirilemeyecek olan ve kurallara sahip olduğu sürece dilsel yetkinliğe başka bir anlamda ait bir açısı daha bulunmaktadır. Bu çerçevede dilsel tasarım aracına egemen olan yetkinlik değil; aksine uygun bağlamlarda doğru oluşturulan cümlelerin kullanım esasına dayalı yetkinlik söz konusudur.

Chomsky (1969:17 v.d), bilginin tek kaynağının us olduğunu ileri sürmüş, insanın, konuşma eyleminde önemli bir rol oynayan ve özgür insan olarak dışarıdan gelen uyarılara karşı deterministik eylemde bulunmamasına olanak tanıyan özgün yeteneklere sahip olduğunu söylemiştir. Chomsky, "yetkinlik" kavramını, "insan yetkinliği"nin içkin bir kurallar sistemi olması nedeniyle, insanın sayısız cümle üretme yeteneğini göz önünde bulundurarak geliştirmiştir. Chomsky, insanların dilsel yetkinliğe sahip varlıklar olarak, isteklerine göre pek çok düşünce üretebilmelerini ve bunu ifade etmelerini esaslı bir özellik olarak görmektedir. Chomsky, bireyin dil aracılığıyla isteğine göre, pek çok fikrini ifade edebilmesini ya da yeni durumlara tepki gösterebilmesini, dilin temel özelliği olarak düşünmüş ve insanların dilsel ve diğer simgeler yardımıyla kendisini ifade etme konusunda doğal bir yeteneğe sahip olduğunu ileri sürmüştür. "Dilsel eylem yetkinliği" insanın, dünyanın tasarımına etkin katılımına olanak sağlamaktadır. Doğuştan konuşmaya yetenekli olan insan, çevresinde konuşulan dili benimseyerek, toplumsallaşmaktadır. Chomsky'e göre, dilsel yetkinlik, konuşmacının bilinçli ya da bilinçsiz olarak dili hakkında bildiği her şeyi kapsamaktadır. Dilsel yetkinlik, ideal bir konuşmacı ya da dinleyicinin homojen bir toplulukta konuşma eylemi sürecinde bilinçsiz olarak sahip olduğu bilgidir ve zihinsel olarak sunulan kurallar ve ilkeler sisteminden oluşmaktadır. Bunun yanında kişiye elementlerin (sözcükler) envanterleri temelinde somut bir iletişim durumunda ilkesel olarak sonsuz sayıda ifade ortaya koymak, anlamak ve cümlelerin dilbilgisel durumları, çok anlamlılıkları ve eş anlamlılıkları konusunda yargıda bulunma olanağı sunmaktadır. Chomsky, tüm dilleri, dil kullanımının yaratıcılığını kapsayan ve temel kuralları vurgulayan "evrensel dilbilgisi" ile tamamlamak gerektiğini düşünmüştür. Chomsky bu çerçevede, dil kullanımının yaratıcı açısını kapsayan, derin ve esaslı kuralları vurgulayan evrensel bir dilbilgisinden söz etmektedir.

Chomsky (1998), insanların dilsel yeteneklerinin basitçe büyüleme, tepki gösterme ve rastlantıyla açıklanamayacağını, aksine dilsel yeteneklerin içselleş-

tirilmiş bir bilgi sistemi olarak kavranan karmaşık bir kurallar sistemi olduğunu düşünmüş ve üretici ve dönüştürücü dilbilgisi kuramını geliştirmiştir. Chomsky tarafından geliştirilen hiyerarşik yapılanmış üretici dilbilgisi, çeşitli tiplerdeki biçimsel dilbilgisi olarak artan bir güce göre bir sıralama içinde düzenlenmiştir. Üretici dilbilgisi, belirli bir dil için geçerli olan, belirli sayıdaki biçimsel kuralları ifade etmekte ve tüm dilleri yalnızca dilbilgisi cümlelerini üreten biçimsel bir araç olarak kabul etmektedir. Daha sınırlı bir ifadeyle üretici dilbilgisi, bir cümlenin dilbilgisi açısından doğru olup olmadığını gösteren biçimsel bir yöntem ya da algoritmadır. Chomsky, düzenleyici dillerin insan dili için yeterli bir model oluşturmadığını düşünmüştür; çünkü tüm diller, yan cümlelerin, cümlelere yerleştirilmesini bir hiyerarşik düzenleme içinde yapmaktadır. Chomsky'e (1998:12) göre, dilbilgisi kuramı, insan zihninin doğasına ilişkin ampirik varsayımlar ortaya koymakta; evrensel dilbilgisi, tür olarak insanın genetik temel donanımının bir kısmını oluşturmaktadır. Chomsky, tüm insanların potansiyel olarak evrensel bir dilin dil örneğine sahip olduğunu ileri sürmekte ve eşit olduklarını söylemektedir. Böylece dilbilim bilişsel psikolojinin bir parçası olmakta ve nöro-psikoloji ve biyoloji ile de ilişki içinde bulunmaktadır. Chomsky üretici dilbilimini, bilim kuramı temelinde bilişsel psikolojinin bir parçası olarak düşünmüştür. Buna göre, dili kullanan birey, kuralları ve sistemleri içselleştirmektedir. Dilbilgisinin biçimlerini belirleyen genel ilkeler, evrensel dilbilgisidir ve insan usunun genel özelliklerini ortaya koymaktadır.

3. Jürgen Habermas: İletişimsel Eylem Yetkinliği

Habermas (1971:101 v.d), Chomsky'nin yetkinlik kavramını yeniden şekillendirerek, biyolojik sınırlarından kurtarmış, evrensel pragmatik bir sınıflandırması olarak nedenselleştirmiş ve iletişimsel eylem yetkinliği kuramını ortaya koymuştur. Habermas'ın argümanının çıkış noktası, dilin kullanımı ve bu kullanımın önkoşullarıdır. Bu çerçevede "anlama" ve "yeniden inşa etme" süreçleri önem kazanmaktadır. Bireyler, konuşma eyleminde bulunarak, cümle kurma yetkinliğine sahiptirler. Dil erişilmeye çalışılan evrensel kurallara dayanmakta ve bu kurallar, tüm konuşma eyleminde bulunanlar için geçerli olmaktadır.

Yetkinliği, dilsel eylem kuramı ve dilsel yeteneğin dışına çıkararak, iletişimsel ifadeleri kapsayacak şekilde genişleten Habermas (1981:38), onu tahakkümden kurtarmaya çalışmış, özgürleşmiş söylemin bir koşulu ve amacı olarak, toplum eleştirisi sınıflandırması olarak değiştirmiştir. Habermas, "ilkesel yetkinlik" ve "kısmi yetkinlik" ayrımı yapmıştır. "ilkesel yetkinlik", özgün becerilerin eğitimi için temel becerilerdir. "Kısmi yetkinlik" ise, bireysel olarak sahip olunan farklı yetkinlikleri ifade etmektedir. Yetkinliği, yaşa ve çevre koşullarına bağımlı gören Habermas, onun dolaysız olarak eyleme dönüşemediğini düşünmüştür. Yetkinlik, olgunlaşma ve öğrenme süreçlerinin sonucuna dayanmaktadır. Habermas, bireylerin iletişim becerisine sahip olduğunu öngörmüş ve bunu "iletişimsel eylem yetkinliği" kuramıyla açıklamaya çalışmıştır.

Habermas (1981:109). İletişimsel eylem yetkinliği kuramını açıklarken "sistem

dünyası" ve "yaşam dünyası" kavramlarını önemsemiştir. Habermas, sistem dünyasının devlet, kapitalizm ve kapitalist ya da bürokratik örgütlenmelerden oluştuğunu düşünmektedir. Yaşam dünyası ise toplum, aile, dolaysız iletişim, dayanışma ve temel değerlere duyulan bağlılıkla meydana gelmektedir. Habermas, para ve iktidar olarak nitelendirdiği değişim araçlarına sahip olan sistem dünyasının, yaşam dünyasını işgal ederek, sömürgeleştirdiğini ve iletişimsel rasyonaliteyi engellediğini ileri sürmektedir. Yaşam dünyasının işgali ve sömürgeleştirilmesi sürecinde kitle iletişim araçları kamusal alanın yok olmasına, büyük firmalar ise, demokrasinin ortadan kalkmasına neden olmakta ve var olan eşitsizlik yeniden üretilmektedir. Bu süreçte etkin alımlayıcıların ve tartışmacıların yerini edilgen tüketiciler almaktadır.

Habermas (1981:110), yaşam dünyasını, sistem dünyasının işgal ve sömürsünden kurtaracak bir çare olarak evrensellik ilkesi temelinde bireyler arasında ideoloji ve iktidarın çarpıtıcı sınırlarından bağımsız, açık, dürüst ve bilgilendirici olmayı ifade eden "çarpıtılmamış iletişim" ve "ideal söylem durumu" nun yaratılmasını amaçlayan rasyonel temelli iletişimsel eylemi önemsemiştir. Habermas, tüm insanların eşit haklarla katıldıkları ideal konuşma ve tartışmaları, dili anlamının aşkın bir temelini, aşkın dil oyunlarını ve dil egemenliğinin sınırlarının olmadığı bir iletişim toplumu tasarlamaktadır. Habermas, özgür ve eşit bireyler arasındaki mutlak anlamda zorlamasız ve sınırsız tartışma durumunu "ideal konuşma durumu" olarak ifade etmektedir. Habermas "ideal konuşma durumunu", aşkın bir hakikat, özgürlük ve rasyonellik ölçütü olarak belirlemiştir. Bireylerin ideal konuşma durumunda üzerinde anlaştıkları inançlar "doğru inançlar", üzerinde anlaştıkları tercihler "rasyonel tercihler", üzerinde anlaştıkları çıkarlar ise, "gerçek çıkarlar"dır.

Habermas, iletişimsel eylem kuramında, bireyleri çevrelerini şekillendirmede edilgen bir nesne olarak değil, etkin bir özne olarak düşünmüş ve bunu yetkinlik kavramıyla ilintilendirmiştir. Habermas, iletişimsel eylem aracılığıyla kültürel bilginin iletebileceğini ve yenilenebileceğini, toplumsal bütünleşmenin sağlanabileceğini ve bireysel özdeşlemenin gerçekleşebileceğini düşünmüştür. İdeal bir iletişim toplumu, ileri sürülen tüm delillerin anlaşılması ve gerçekliğinin betimsel olarak yargılanabilmesi halinde söz konusu olabilmektedir. Tartışma yeteneği yalnızca iletişimin yozlaşmasının ya da sekteye uğramasının önlenmesi halinde olasıdır. Bunun için etik bağlantılarla normatif ideale varılması gerekmektedir. Buna göre, genel uygulamanının herkesin çıkarını / istemini tatmin edeceği öngörülebilir her norm, normun sonuçlarının ve yan etkilerinin ilgili herkes tarafından özgürce kabul edilebilir olmasını sağlamalıdır. Herkesi kapsayan evrensellik ilkesi, yalnızca pratik bir söylemin tüm katılımcılarının anlaşmasıyla buluşan ya da buluşma yeteneğine sahip olan normların geçerlilik iddiasında bulunabileceği koşulunu, söylem etiğinin temel kuralı olarak içermektedir.

4. Pierre Bourdieu: Kültürel, Sosyal ve Ekonomik Sermaye Sahipliği Olarak Yetkinlik

Bourdieu (1970), Habermas gibi Chomsky'nin "yetkinlik" kavramı temelinde

düşünceler geliştirmiştir. Bourdieu, yapı, kültür ve fail arasındaki ilişkiyi kuramsallaştırmayı amaçlamış, bu nedenle çeşitli araştırma alanlarında kullanılacak kavramlar geliştirmiştir. Bourdieu, etimolojik temelde ve önemli kuramların çözümlenmesi çerçevesinde "yetkinlik" kavramını, "aktör/ habitus-alan-sermaye" ilişkileriyle ilintilendirerek irdelemiş ve bir sosyal tasarım ortaya koymuştur. Bourdieu (1970:103), yetkinliğin, öznel/bireysel açıdan aktörün becerisi ya da özelliği olarak konumlandırılmayacağını düşünmüştür. "Yetkinlik" daha çok bir ilişki olarak kavranmalıdır. Etkinlik kuramı açısından "sosyal yetkinlik", toplumsal etkinliğin istem yapısı ile kullanılabilen işlev gücü (eylem düzenlemesi) arasındaki bir ilişkidir. Yetkinliği anlamak ve kabul etmek ötekinin durumuna, olanaklarına ve özgürlüklerine uyan algılama ve değerlendirme şemasını gerektirmektedir. Bununla birlikte ötekinin yetkinlik kazanma hak ve ehliyetine sahip olup, olmadığı sorgulanabilir. Bu, sosyal konumda alana bağlıdır. Bourdieu'ye göre alan kavramı, karmaşık toplum modelinin temelini oluşturmaktadır. Hukuk, siyaset, tıp ve güzel sanatlar, toplumsal yaşama ilişkin bilgi alanlarıdır. Alanların içinde ve alt alanlarda aktörler iktidar ve statü için mücadele etmektedirler. Bu alanlarda başarılı olmak için kültürel sermaye biçimlerinin kazanılması gerekmektedir. Farklı toplumsal sınıfları çözümlleyen Bourdieu, tüm insanlarda yüksek kültüre katılma yetkinliğinin bulunduğunu ancak bunun toplumsallaşma sürecinde yapılandırılması gerektiğini söylemektedir. Böylece yetkinliğin çözümlenmesi, aktöre bağımlı olan sosyal ilişkinin yeniden tasarlanmasına bağlıdır.

Sosyal kökene ve eğitime önem veren Bourdieu (1997:49 v.d) çok değişkenli bir habitus oluşturarak, insanın yetkinliğinin çeşitlendirilebileceğini düşünmüştür. Habitus kavramı yaşam tarzı, dürtüler, tercihler, somut davranışlar, beceri ve toplumsal yetenekleri kapsamaktadır. Habitus, içselleştirilmiş düşünce-eylem ve algılama şemasıdır; bir durumdan diğerine aktarılabilen dayanıklı eğilimler bütünüdür. Eğilimler fikri, habitusun bilişsel, güdüleyici ve davranışsal düzenliliklerini ifade etmektedir. Habitus, bireysel / kişisel olan her şeyin kolektif / toplumsal ya da sosyal olduğunu ifade etmektedir. Habitus'un işlevi, düşünce, algılama, ifade ve eylemlerin sınırsız bir beceri ile tamamen özgür olarak üretilmesidir.

Bourdieu (1997: 51), Habitus'un sosyal sınıflara ve ait olunan sınıfa göre yorumlama örneklerini seçtiğini düşünmektedir. Habitus, fiziksel beden ile toplumun kültürü arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Habitus'un oluşumu, oluşumunu borçlu olduğu çerçeve koşullarına bağlıdır. Burada ilk aşamada bireyin ait olduğu ve hangi toplumsallaşma deneyimlerini kazanacağını belirleyen ailesinin sahip olduğu kültürel ve ekonomik araçlar önem kazanmaktadır. Sosyal eylemler, yaşam biçimini genellevetirmekte, yetkinlik kültürel, sosyal ve ekonomik sermaye ile kendini göstermektedir. Sermaye türleri toplumsal iktidarı ve eşitsizliği belirlemektedir. Kültürel sermaye güzel sanatlara ve kültüre ilişkin nesnel bilgileri, biçimsel bilgileri ve kültürel becerileri ifade etmektedir. Kültürel eylemlerin, habitus sistemi tarafından üretildiğini kabul eden Bourdieu, kültürel sermayenin, toplumsal statü sistemi ile habitus arasındaki ilişkiyi ortaya koyduğunu söylemektedir. İletişimsel eylem

kültürel sermayesi, farklı sosyal sınıflar arasında eşit olmayan bir şekilde dağıtılmıştır ve toplumsal bölünmelerin ve eşitsizliklerin sürmesine yardımcı olmaktadır.

Bourdieu (1997: 54), bir toplumda, hangi kültürel eylemlerin hangi habitus biçimiyle yapılacağına ve hangisinin daha çok ya da daha az değerli olduğuna dair gizli bir uzlaşma olduğundan hareket etmektedir. Habitus tarafından üretilen kültürel eylemler, sosyal alanda hiyerarşik olarak düzenlenmektedir. Bu çerçevede insanların kendi yararları için harekete geçmeleri toplumsal bağları ve sosyal sermayeyi (sosyal ilişkiler) oluşturmaktadır. Yaşam biçimleri, statü hiyerarşisi içinde kendi durumlarını ortaya koymaktadır; bu nedenle de yalnız kültürel etkinliklerin değil aynı zamanda sosyal konumun da göstergesi olmaktadırlar. Finansal kaynaklar ise, ekonomik sermayeyi (para, mülk) oluşturmaktadır. Ekonomik koşullar, bireyin öğrenim süresini belirlerken, kültürel koşullar, kültürel olarak arzulanan davranış biçimlerinin kazanılması gibi bazı davranış biçimlerini de belirlemektedir.

Habitus bilinçdışı ve dönüşsüz eylemler, iktidar ve sınıfla yapılan bir toplum içindeki sistematik eşitsizlikler ile yakından ilişkilidir. Habitus bu eşitsizliklerden kaynaklanır ve sonucu olduğu nesnel yapıları yeniden üretme eğiliminde olan pratik eylem yolları üretir. Paylaşım farklılığında aile ve okul, toplumsallaşmada rol oynayan önemli iki kurumdur. Bu kurumlar, işçi sınıfı üzerinde haksız yarar sağlayan zengin çevrelerin lehinde etkinlikte bulunurlar.

5. Niklas Luhmann: Sosyal Sistem ve İletişimsel Eylem Yetkinliği

Luhmann (1972: 25), insan eylemlerinin sistemleri oluşturduğunu kabul etmekte ve sosyal sistemlerin, bireylerden değil; somut eylemlerden meydana geldiğini düşünmektedir. Bununla birlikte bir sosyal sistem, bireylerin tüm eylemlerini kapsamamaktadır. Bireyler, eylem sistemlerinin taşıyıcısıdırlar; ancak hiçbir şekilde mutlaklıkları, biyolojik tasarımlarının bütünlüğü, psikolojik yapıları, gereksinimleri, istekleri ve beklentileri ile sistem içine girmezler. Daha çok, bireylerin yetenekli oldukları ve gerçekleştirdikleri eylemler ve bu eylemlerden bazıları, sistem için önemli olmaktadır; bireysel eylem bağlantılarıyla bireyler, sosyal sisteme bağlanmaktadırlar. Luhmann, iletişim ürettiği ve bağlantı kurma yeteneğine sahip olduğu sürece, bir sosyal sistemin, kendi kendini yönettiğini düşünmektedir. Tüm sosyal sistemler, iletişim süreçlerinin kendisine referanslı olmasına tutukludur; bu, iletişimin, kendisini izleyen olaylarla, aynı süreç tipinde kendisine etki etmesi anlamına gelmektedir ve bunu iletişim sekteye uğrayana kadar yapmaktadır.

Luhmann (1995:113 vd; 1997: 81 vd), iletişimsel eylemin üçlü bir eleme sürecinde gerçekleştiğini düşünmektedir. Birinci eleme sürecinde olanaklar repertuarında enformasyon, ikinci eleme sürecinde ise, bildiri elemeye tabi tutulmaktadır. Bildiri, enformasyon taşıyan bir davranışın seleksiyonudur; dolayısıyla davranış olanakları repertuarından seçim yapılmaktadır. Üçüncü eleme sürecinde, enformasyonun anlaşıldığını gösteren bağlantı elemesi gerçekleştirilmektedir. Enformasyonun anlamının anlaşılması, seleksiyonun kabulü ya da reddedilmesiyle,

kendi davranışının ayırt edilebilmesi için beklenen bağlantının seleksiyonu olmaktadır. İletişim sürecinin bu yapısından dolayı meydana gelen iletişim ve sosyal sistemlerin oluşumu kesin değildir. İletişimi, tarafların kendi seçimlerinden, karmaşık olarak kendini durağanlaştırabilen ve yeni sistemler olarak görülen yeni bütünsel durumlara yol açan bir fenomen olarak düşünen Luhmann, iletişimin katılımcıların kimliğini, perspektiflerin ayrımlanmasını ve yaşanılanın tamamen eşitliğini gerektirmediğini düşünmekte ve bu nedenle iletişimin meydana gelmesinin ve sürekliliğinin olası olmadığını kabul etmektedir. Luhmann, insanların eylemlerini birlikte gerçekleştirmek zorunda oldukları için iletişim kurmayı öğrendiklerini ve bu nedenle de "iletişim" ve "eylem" in dünyada varolma temel durumunun iki farklı şekli olduğunu söylemektedir. "Sözcük" ve "eylem" gibi maddenin farklı hallerinde ikisi bir arada yer almakta ve hiçbir şekilde seçilen sözcüklerin ya da eylemlerin önemsiz olması olası olmamaktadır.

Luhmann (1988: 43), işaretlerin kullanımı ile ortaya çıkan ve iletişimin anlaşılmasını algıdan dışarıya taşıyan aracın dil olduğunu düşünmektedir. Dil, enformasyonun gelişini ve anlamını anlamayı güvenceye alan ancak, bağlantıyı sağlayan yaşanılanın ya da eylemin elenmesini içermeyen önemli bir iletişim aracıdır. Luhmann iletişim kuramı çerçevesinde dili, konuşanın hangi gizli bilgiye sahip olduğuna ilişkin yetkinliğini (söz dizimsel ya da sentaksik/semantik ya da pragmatik) ortaya koyan bir kurallar sistemi biçiminde betimlemektedir. Luhmann, arı dilin ya da iletişimin, kurallar belirginleştikçe, kullanıldıkça ve cümleler kuruldukça ortaya çıktığını düşünmektedir. Dil yetkinliği böylece durumsal koşullara, somut dil kullanımına uygun bir biçime gelmekte ancak bu biçimin yenilenmesi, deforme olmasına da neden olmaktadır. Yetkinliğin ve dil kavramının tarihsel olarak konumlandırılması bu çerçevede belirlenmektedir.

Luhmann'a (1987:467; 1988: 44 vd) göre, dilden dolayı yazı, basım ve radyo-televizyon gibi medya gelişmiştir. Medya yazıya karşı, yeniden üretimin eylemsiz gerçekleştirilmesine, alımlayıcının eşzamanlı olmasına ve entegrasyona olanak sağlamaktadır. Luhmann dilsel yetkinliğe atfedilen her özelliğin, medyanın yani fonetik yazının karakteristiğinin biçimlendirilmesi olarak kendini gösterdiğini belirtmektedir. Evrensel derin bir yapıda olan ve tüm dillerin temelinde rasyonelleştirilebilir bilgi sistemi olarak yer alan dil düşüncesi, yazı dilinin temsili ve işlenmesi olarak bir kültür tarihinin yansıması ve ürünü biçiminde ortaya çıkmaktadır. Görünmeyen dilde, çağdaş dil ve iletişim kuramının görülebilir dil kullanımının arkasına yazılan potansiyel, evrensel, zamana içkin ve önsel olan tüm özellikler ortaya çıkmakta ve medya ilkesel ve biçimsel olarak değerlendirildiği sürece göreceştirilmektedir. Medya, biçimin dilbilgisi olmakta; biçim ise, aracın güncelleşmesini sağlamaktadır. Böylece medyayla ilgisi olmayan dilsel dizge düşüncesinin temeli ortadan kalkmaktadır.

Medya Luhmann'ı, iletişim medyası olarak ilgilendirmiştir. Luhmann'a (1996: 32) göre, iletişim medyası, toplum ve kültür tarafından üretilen ve yenilenen iletişim olaylarını iletmektedir. Medya anlamsal, bilisel, aracsal, toplumsal, politik

ekonomik, bilimsel ve sanatsal alanlarda hareket etme olanağına sahiptir. Medyanın toplumsal işlevi, güncelleştirilen enformasyonun toplamında değil, üretildiği bellektedir. Bu anlamda medya, yalnızca enformasyonu bilenden, bilmeyene taşımamaktadır. Medya, arka plan bilgisini ortaya koyması ve iletişim için bundan yola çıkılmasını sağladığı sürece önemlidir. Toplum ve kültür, farklılıkların ara zamanına ve ara mekanına dayanmaktadır. Medya farklılıkları ortadan kaldırmamakta, iletmektedir. İletişim büyük ölçüde kesin olmadığı için medyanın görevi, kesin olmayan iletişimi kesinleştirmek ve yeni belirsizlikler yaratmaktır. Bu çerçevede Luhmann, ekonomi, bilim ve din sistemlerine benzer bir sosyal sistem olarak tasarladığı medya sisteminde medya yetkinliğini, insanın iletişim ve eylem repertuarında medyanın tüm türlerinden etkin bir şekilde yararlanma yeteneği olarak kabul etmektedir.

6. Dieter Baacke: Medya Yetkinliği

Baacke (1980:102;1996:4), yetkinlik kavramından yola çıkarak, medya yetkinliği kuramının oluşturulmasına büyük katkıda bulunmuştur. Baacke'ye göre, yetkinlik kavramı, insanın bağımsız hareket eden bir varlık, bir özne olması, gerçek ve önceden verili olan yaşam durumu karşısında yenilmemesi için gereksinim duyduğu olanakları ifade etmektedir. İnsanların pek çok yetkinlikleri olduğunu vurgulayan Baacke, iletişim yetkinliğinin, insanın "yaşam dünyası"nda ya da "günlük yaşamı"nda ortaya çıktığını belirtmektedir. "Yaşam dünyası", bir insan ya da grup (aile, sınıf, çalışma arkadaşları v.b) için deneyimlerin ve eylem olanaklarının tasarlandığı gerçek çevredir. "Yaşam dünyası", eğitim ve toplumsallaşmanın gerçekleştiği yaşam alanıdır; iletişimi belirlediği gibi onu kapsamakta ve aynı zamanda da şekillendirmektedir. "Günlük yaşam" ise, eylemlerin yinelenen yapısı çerçevesinde günlük yaşamın eylemlerini, rutinlerini veya alışılmışın dışında ortaya çıkan durumları kapsamaktadır. Tüm yaşam dünyaları iletişimsel eylemler için bir temel oluşturan tarihsel ve toplumsal koşullar tarafından belirlenmektedir. Bu çerçevede iletişimsel yetkinlik, toplumsal iletişimde ve karşılıklı etkileşimde yer alma becerisini, kişinin gerçeği anlama durumunda olmasını ve gerçeğin şekillendirilmesine etki etmesini ifade etmektedir.

Baacke'nin (1996:5) medya yetkinliği kuramı, teknik-elektronik örgütlenmiş iletişim ilişkilerini özelleştirmekte ve insanın dilsel ve eylem yetkinliği ile diğer insanların anlamasının sağlanmasını ve eleştirel düşünme ve argüman sunma becerisinin oluşturulmasını amaçlamaktadır. Baacke (1997: 98), medya yetkinliğinin, eylem yetkinliği (dünyaya egemen olmanın ve dünyayı değiştirmenin tüm biçimleri) gibi iletişimsel yetkinliğin özelleştirilmesi (algılamanın tüm anlam edimleri) olduğunu söylemektedir. Medya yetkinliği, iletişimsel yetkinlik ve eylem yetkinliği birbirine geçmiş yapı taşlarıdır. Her üçünün de "yetkinlik" ile ilgili ortak özelliği bulunmaktadır. Bu da insanın yetkin bir yaratık olmasıdır. Medya yetkinliği böylece medyayı algılama biçimleriyle ilişkili olarak günlük yaşamın repertuarı içinde yer almayan öğrenme ve deneyim kazanmaya olanak sağlamayı amaçlamaktadır. Medya yetkinliği, medya içeriklerine karşı eleştirel bir yaklaşımın benimsetilmesini önermektedir.

Medyanın yetkin kullanımı, düşünme ve uygulama için tutarlı eylemleri gerektirmektedir. Medyayla entegrasyon, medya kaynaklarından elde edilen bilgi ve eğitimlerin, dolaylı deneyimlerin bilinçli bir şekilde yaşam alanına ve toplumsal ilişkilere taşınmasını amaçlamaktadır.

Baacke (1997: 99), kapsamlı bir medya yetkinliği kazanılması için dört aşamalı bir medya yetkinliği kuramı geliştirmiştir. Bu kuramın aşamalarının tek tek boyutları kesişmekte ve iç içe geçmektedir. Medya yetkinliği kuramının aşağıdan başlayan birinci aşamasında, eleştirel medya yetkinliği, ikinci aşamasında medya bilgisiyyle erişilmeye çalışılan medya yetkinliği, üçüncü aşamasında, medyanın öğretici ve doğru kullanımına dayalı medya yetkinliği, son aşamasında ise, etkin ve şekillendirici medya yetkinliğinin kazandırılması hedeflenmektedir.

Baacke'ye (1997: 99) göre, medya yetkinliği kuramının birinci aşamasını oluşturan eleştirel medya yetkinliği kazandırılması çalışmaları, kaynakların ve içeriklerin yetkin bir şekilde değerlendirilmesinin sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu aşamada medya aracılığıyla iletilen gerçeğin tanınması, medyanın üretim koşullarının ve işleme süreçlerinin değerlendirilmesi için gereken yetkinliğin kazandırılması hedeflenmektedir. Kurgu ile gerçeğin ve şekillendirilmiş gerçeğin ayırt edilebilmesi ya da gerçeğin ikinci elden ya da x'inci elden sunumunun fark edilmesi önemlidir. Basılı medyanın yanında sayısal medyanın da bilinçli ve sorumluluk anlayışı içinde seçilmesi ve uygun teknik olanakların kullanılmasının sağlanması istenmektedir. Medyanın eleştirel, toplumsal, etik, ekolojik ve kişisel olarak dönüşümlü kavranması amaçlanarak, medya tarafından sunulan iletilerin doğru değerlendirilebilmesi için zihinsel ve duygusal gelişmenin sağlanması hedeflenmektedir. Bu, medya tüketiminin kapsamlı olarak gözlenmesini ve medyanın küresel, sosyal ve ekolojik bir bağlam içinde eleştirel olarak sorgulanmasını ve toplumsal alana konumlandırılmasını, tanınmasını ve anlaşılmasını sağlayacaktır. Böylece tüm medya içeriklerinin arka planının eleştirel olarak değerlendirilmesi ve içeriklerin ilettiği değerlerin, normların ve rollerin sorgulanması gerçekleştirilebilecektir.

Kuramın ikinci aşamasında, medya bilgisine erişilmesi hedeflenmektedir. Bunun için güncel medya sistemine, program türlerine, yapısına ve cihazların kullanımına ilişkin bilgiye sahip olunmalıdır. İkinci aşama, farklı medyanın karşılaştırılmasını, medyanın gücünün ve güçsüz taraflarının tanınmasını ve bundan yararlanılmasının bilinmesini hedeflemektedir. Öğrenme yöntemlerinin ve araçlarının seçilmesi ve bunlara egemen olunması amaçlanmaktadır. Enformasyonun bilinçli olarak aranması ve seçilmesi yetkinliğinin kazandırılmasında özellikle İnternet'in doğru kullanımı hedeflenmektedir. Bunun yanında seçme ve arşivleme yeteneğinin geliştirilmesi, enformasyona hızlı ulaşma, değerlendirme ve yorumlama yollarının öğrenilmesi istenmektedir.

Kuramın üçüncü aşamasında, bireyin, medya iletişiminde etkin olarak yer alması amaçlanmakta ve medyadan nasıl yararlandığı önem kazanmaktadır. Öğretici ve yararlanma yönelimli medya yetkinliği; bilinçli kişisel medya kullanımının sağlan-

masını, enformasyonun konumlandırılmasını ve bağlamının ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Pedagojik, öğretici ve yönetsel tasarımların bilinmesi, farklı dünyalara (çocukların ya da gençlerin dünyası) ilişkin bilgilenme, iletişim becerisinin kazandırılması ve medyanın amaca uygun kullanımının sağlanması hedeflenmektedir.

Kuramın dördüncü aşamasında ise, medyanın şekillendirilmesi, teknik ve estetik biçimlendirme amaçlanmaktadır. Etkin, yaratıcı ve şekillendirici medya yetkinliği, olanakların en uygun kullanımının sağlanması için uygun medyanın seçimini hedeflemektedir. Medya çevresinin profesyonel, yeni ve yaratıcı olarak şekillendirilmesi, medya sürecinin şekillendirilmesine etki edilmesi ve teknolojinin ve yaratıcı bileşenlerinin kullanılmasının öğrenilmesi gerekmektedir. İçerik ve ürünlerin, nitelikli pazara; örneğin sayısal ağa ve ağa uygun çalışma araçlarına göre hazırlanması ve sunulması hedeflenmektedir. Farklı medya ve farklı araçlarla kendini ifade edebilme yeteneğinin geliştirilmesi ve bunun eklenme aracı olarak kullanılması için sosyal etkileşim ve farklı medyada kendi içeriklerinin kullanılması önem kazanmaktadır. Kişilerin internet aracılığıyla kendi sunumlarını şekillendirebilmelerine, yaymalarına ya da kullanıma hazır hale getirmelerine olanak sağlamalıdır.

7. Eleştirel Değerlendirme ve Sonuç

Chomsky'nin düşünceleri, Wittgenstein'in, Apell'in ve Habermas'ın tartışmaya açtıkları dil felsefesine yaklaşmakta ve tüm insanların potansiyel olarak evrensel bir dil örneğini benimsemiş olduklarını bir koşul olarak kabul etmektedir. Chomsky, somut davranışları (performans) dilbilimsel araştırmaların merkezine yerleştirmemektedir; aksine davranışların temelinde yer alan bilgi sistemini (yetkinlik) merkeze yerleştirmektedir. Böylece dilbilim, insan zihnine kenetlenen temsilleri ortaya koyan, insanın konuşma yeteneğinin yapısının çözümlenmesi ve betimlenmesini sağlayan açıklayıcı bir bilim dalı olmaktadır. Chomsky'nin düşüncelerinde yetkinlik, eğitsel bir amaç değildir; doğal dilin kurallara uygunluğunu ve insanın doğuştan gelen sınırsız cümle kurma, dili üretme yeteneğini betimlemek ve açıklamak için çözümleyici bir sınıflandırmadır. Chomsky'nin yetkinlik kavramı, dil kullanımının kuralsal özelliklerini yeterince dikkate almaması nedeniyle eleştirilmiştir. Bu nedenle de onun düşüncelerine karşı iletişimsel yetkinlik kavramı geliştirilmiştir. Chomsky, yetkinliğin ne olduğunu kesin olarak belirlememiş ancak yetkinliğin sınırlandırılmasının dilbilim çözümlerinin temel görevlerinden olduğunu düşünmüştür. Chomsky, yetkinlik kavramı ile idealleştirilmiş konuşmacı ve dinleyici tasarımına ve homojen bir dil topluluğuna dayanan kuramsal bir yapı betimlemiştir.

Chomsky'nin, dilsel yetkinliği doğuştan kazanılmış evrensel bir kurallar dizgesi olarak kabul ettiği yaklaşımının günümüzde yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. Chomsky çalışmalarında insanların dilsel açıdan cümleleri nasıl oluşturduklarına ve onları nasıl anladıklarına ilişkin psikolojik bir model olarak dönüşümlü bir dilbilimi ortaya koymamıştır. Chomsky, ampirik araştırma yapmamış, üretilmiş dilsel

ifadeleri gerçek ve çözümlenebilir kabul etmiştir. Chomsky, dilbilgisinin evrenselliğini soyut olarak ortaya koymakta; tek tek dillerin ve kural sistemlerinin ortak olduğunu ileri sürmektedir. Bu nedenle Chomsky'nin yetkinlik kavramı tarihsiz, soyut ve kişisellikten uzak kalmaktadır.

Chomsky'nin kuramının biyolojik temelleri sorgulanabilir; çünkü söz konusu olan yalnızca biyolojik olgunlaşma ile erişilemeyen süreç içeren zihinsel yapılarıdır. Bilişsel algılama kuramının yanında iletişim kuramı temelli veriler de işlenmektedir; dilsel yeteneklerin nedeninin bir ölçüde insan ve insan olmada temellendirilen tasarımda bulunduğu ileri sürülebilir.

Habermas, Chomsky'nin yetkinlik kavramını yeniden şekillendirmiş, biyolojik temellerinden kurtarmış ve dilbilimsel pragmatizmin bir kategorisi olarak nedenselleştirmiştir. Habermas, insanın dünyaya yöneliminde, doğaya egemen olmasında ve onu şekillendirmesinde yalnızca "iş" değil "iletişim" in de temel bir sınıflandırma olduğunu ileri süren felsefe tarihi temelli kuramını geliştirerek, materyalist bir kavramın yanına idealist bir kavram önermiştir. Habermas, yetkinliği, dilsel eylem kuramı ve dilsel yeteneğin dışına çıkararak, iletişimsel ifadeleri kapsayacak şekilde genişletmiş, tahakkümden özgürleşmiş söylemin bir koşulu ve amacı olarak toplum eleştirisi kategorisi olarak değiştirmiştir. Ancak bu üç değişikliğin ağırlıklarının kuramsal ve uygulama açısından uyumlu olup olmadığı kuşkuludur.

Habermas, kamu ile özel otoriteler arasında var olduğunu düşündüğü ve idealeştirdiği kamusal alanda hegemonya mücadelelerinden pek söz etmemiş, farklı kamusal alanlar olabileceğini düşünmemiştir. Gerçekte herkesin kendisini ifade edebileceği ve herkesin herkesi anlayabileceği ideal bir iletişim toplumu yoktur. Habermas bütünsel bir kamusal alan betimlemesi yaparak, karmaşık toplumlarda sosyo-ekonomik, cinsiyet ve ırk farklılaşmalarını göz ardı etmiştir. İdeal iletişim toplumu, "karşı-olguşal" bir istek ya da hiper gerçek bir tasarım olarak kalmaktadır. Habermas'ın yaklaşımında, normatif ve erişilmeye çalışılan hedeflerin olduğu görülmektedir. Egemenlik mücadelelerinden uzak, kamusal çıkarların tartışıldığı nötr ve ideal bir kamusal alan tasarımı yapan Habermas'ın, modern toplumun sorunlarına ilişkin belirlemeleri yerinde olmakla birlikte önerdiği çözüm önerileri yetersiz kalmakta ve kuramını ütopyik bırakmaktadır.

Medya Habermas'ı dışsal olarak ilgilendirmemiş; daha çok medyanın iletişimsel yetkinliği tahrip ettiğini göstermeye çalışmıştır. Habermas'ın yaklaşımında yetkinlik kavramına erişilmesi ile birlikte geleneksel medya eğitiminden vazgeçilmesi gerektiğinin işaretleri görülebilir. Ancak bu amaçların medya eğitiminde uygulanabilirliği tartışmalıdır.

Bourdieu, çözümlenemelerini yapıdan ve öznel deneyimden toplumsal pratiğe kaydırmış, pratikleri, nesnel toplumsal ilişkileri ve dünyaya ilişkin öznel yorumları yansıtan ve yeniden üreten şeyler olarak kabul etmiştir. Bu yöneliminin temelinde habitus fikri bulunmaktadır. Bourdieu, Chomsky'nin, sınırlı dilbilgisi kurallarının

yardımıyla sınırsız ve çeşitli dilsel ifadelerin üretildiği ve ifadelerin tümünün, ürettikleri sistemin yapısal özelliklerine sahip oldukları düşüncesini habitus'a taşımaktadır. Bourdieu, üretici dilbilgisini önemle vurgulamış ve habitusu, kültürel bir mekanın değişken algılamaları, düşünceleri ve eylemleri üretmesine olanak sağlayan ve insanların içselleştirmiş oldukları örnekler sistemi olarak kabul etmiştir. Üretici dilbilgisi ile insanın ifade edebileceği ve değiştirebileceği tüm cümleler tasarlanmıştır ve bunlar habitusta ortaya çıkmaktadır.

Bourdieu ile Chomsky'nin düşünceleri arasındaki temel fark Chomsky'nin yetkinliğin doğuştan geldiğini, Bourdieu'nun ise, habitus'un sosyalleşme sürecinde öğrenilerek kazanıldığını düşünmeleridir. Habitus, çok sayıda çeşitli pratikler (sosyal eylemler) üretmektedir. Habitus'un, sosyalleşme sürecinde kazanıldığını düşündüğü için Bourdieu, kültürel kuralları içselleştirmektedir. Bourdieu, bireysel ve kurumsal düzlemlerde kültürün ve kültürel mücadelelerin önemine dikkat çekmekte, kültür ve fail arasındaki ilişkilerin kuramsal temellerini oluşturmaktadır.

Luhmann'ın iletişim kuramında, belirli eylem ve iletişim beklentisinin meşruiyeti ve iletişim kodlarının ve olaylarının onaylanmasına ilişkin soruların rasyonel olarak formüle edilmesi ve iletişimsel olarak açıklanması öngörülmemiştir. Egemen iletişim kodunun anlam çevresinde yer almayan, iletişim kurma yeteneğine sahip görülmemektedir. Luhmann'ın yaklaşımında, diğer sosyal sistemlerde olduğu gibi medya sisteminde de, sistemin unsurları bireyler, gruplar ya da örgütlenme biçimleri değildir. Bu sistemin unsurları iletişimsel eylemlerdir. Böyle bir sistem, kendisini karmaşık çevresinden sınırlandırarak, kurmaktadır. İnsan değil, sistem iletişime girdiği için her pedagojik çaba boşa sarf edilmiş olacaktır; çünkü sistemin eğitilmesi olası değildir.

Luhmann'ın yaklaşımı, yapısalci kuramcılarla (Saussure, Chomsky) eylem (Habermas) kuramcıları arasındaki belirgin farklılıklardan bağımsız olarak, dilin "logos" ifadesinin inandırıcılığını göstermektedir. Wittgenstein'dan bu yana felsefe ve iletişim bilimiyle ilgilenen kuramcılar, dilin kullanımını seslilikten uzak olarak irdelemelerine rağmen Luhmann, sesli dilin özelliklerine dikkat çekmiştir. Luhmann, sesli biçim ile yazılı biçim arasında ayırım yapmış, sözel dilin uzun yıllar süren taşıyıcılığından sonra sözel iletişimin yazılı bir metin biçimine getirilemeyeceğini düşünmüştür. Dilsel iletişim öncelikle seslilik aracında anlamın süreçlendirilmesidir. Luhmann, dili bir sistem, yapı, kurallar ya da yetkinlik olarak görmemiştir. Bu çerçevede Luhmann'ın iletişim kuramı, dile vurgu yapmakla birlikte dilsel yetkinlik açısından yeterince açıklayıcı değildir.

Baacke, "iletişimsel yetkinlik" ve "medya yetkinliği" kavramlarının pedagojik içeriğine dikkat çekmiş ve eğitim ile değiştirilebilir olduklarını kabul etmiştir. İletişimsel yetkinlik, günlük yaşama yönelirken, medya yetkinliği, teknik-endüstriyel önlemler ve genişleme ile iletişim yapılarının değişimini vurgulamaktadır. Baacke, karmaşık medya dünyasında yaşayan insanın, doğru yolu bulabilmesi için farklı yetenekleri öğrenmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu nedenle "medya yetkinliği"

yeni ve temel öğrenme ödevlerinden biridir. Medya yetkinliğinin insanların pek çok yetkinliklerinden yalnızca biri olduğunu düşünen Baacke, medya iletilerinin (resim dili, filmlerde montaj ilkeleri v.b) doğru anlaşılması ve bireyin bağımsız eylemde bulunabilmesi için onu bir koşul olarak görmektedir.

Baacke'nin medya yetkinliği kavramı, pedagojik açıdan özgül değildir, dört aşamalı medya yetkinliği kuramı ise, mutlaklığı ya da tamamlanmışlığı ifade etmemektedir. Her aşama kişisel bakış açısına ya da yönelime göre farklı biçimlerde düzenlenebilir ve genişletilebilir. Dört aşamalı medya yetkinliği kuramında, medya yetkinliğini öznel-bireysel olarak sınırlandırmamak için medyayı biçimlendirme amacının birey ötesi toplumsal alana yönlendirilmesi gerekmektedir. Böyle bir tartışma tüm ekonomik, teknik, sosyal, kültürel ve estetik sorunları kapsayan bir medya yetkinliği tasarısını beraberinde getirecektir.

Medya yetkinliği çalışmaları, sosyal, kültürel alanların ve okul ve eğitim sürecinin yanında serbest zamanların yönlendirilmesinde de etkili olmalıdır. Bu çerçevede medya yetkinliğinin kazandırılması için bir iletişim teknolojisi ağının oluşturulması düşünülebilir. Modem aracılığıyla veri ağlarına bağlanarak, enformasyon toplumunun küresel olanaklarına erişilebildiği gibi medya yetkinliğini gerçekleştirmek için de teknik-ekonomik koşulları, bilgiyi ve amaçları birbirine bağlayan bir iletişim ağı sisteminin kurulması gerçekleştirilebilir.

Kaynakça:

Baacke, Dieter (1980). **Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien.** München: Juventa.

Baacke, Dieter (1996). "Medienkompetenz als Netzwerk". **Medienpraktisch.** Frankfurt am Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen. Publizistik GmbH. 20, 4-10.

Baacke, Dieter (1997). **Einführung in die Medienpädagogik.** Tübingen: Niemeyer Verlag.

Bourdieu, Pierre (1970). **Die feinen Unterschiede.** Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Bourdieu, Pierre (1997). "Ökonomisches Kapital - Kulturelles Kapital - Soziales Kapital". Die verborgenen Mechanismen der Macht. **Schriften zur Politik & Kultur.** Steinrück M. (der.) içinde. Hamburg: VSA-Verlag. 1, 49-79.

Chomsky, Noam (1969). **Aspekte der Syntaxtheorie.** Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Chomsky, Noam (1998). **Reflexion über die Sprache.** Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Habermas, Jürgen (1971). "Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz". **Theorie der Gesellschaft oder Soziotechnologie.** Habermas J.; Luhmann N. (der.) içinde. Frankfurt am Main. Suhrkamp Taschenbuch Verlag. 101-141.

Habermas, Jürgen (1981). **Theorie des Kommunikativen Handelns.** Cilt I. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

Luhmann, Niklas (1972). **Funktionen und Folgen formaler Organisation.** Berlin: Verlag Duncker & Humblot.

Luhmann, Niklas (1987). "Sprache und Kommunikationsmedien. Ein schiefelaufender Vergleich". **Zeitschrift für Soziologie.** Bielefeld: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH. 16-6, 467-468.

Luhmann, Niklas (1988). "Die Macht der Verhältnisse und die Macht der Politik". **Macht und Ohnmacht.** Schneider H. (der.) içinde. St.Pölten / Wien: Niederösterreichisches Pressehaus. 43-51.

Luhmann, Niklas (1995). **Soziologische Aufklärung**. Cilt II. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Luhmann, Niklas (1996). **Die Realitaet der Massenmedien**. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Luhmann, Niklas (1997). **Die Gesellschaft der Gesellschaft**. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verlag.

26

Saussure, Ferdinand (1967). **Grundfragen Der Allgemeinen Sprachwissenschaften**. Berlin: Gruyter Verlag.

Weinert, Franz (1999). "Concepts of competence". **DeSeCo Expert Report**. Neuchatel: Swiss Federal Statistical Office. 4-34.

Wunden, Wolfgang (1980). "Medienpädagogik - Führerschein fürs Fernsehen?". **Südfunk-Hefte**. Stuttgart: Süddeutscher Rundfunk. 3, 2-52.

Bilgi, Bilim ve İletişim

Knowledge, Science and Communication

Emel ÖZTÜRK KARAGÖZ

Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Özet

Bu makalede iletişimin bilimsel kimliğinin dayanakları epistemolojik ve metodolojik tartışmalar bağlamında analiz edilmektedir. Bu amaçla öncelikle bilme ihtiyacının sebeplerinden başlayarak, bilgi türleri ele alınmakta ve doğru bilgi sorunsalı irdelenmektedir. Arkasından doğa bilimlerinin ve sosyal bilimlerin realite-ler bağlamında tanımlaması yapılmakta ve konuya ilişkin metodolojik yaklaşımlar genel hatlarıyla tartışılmaktadır. Her iki bilim alanının ortak ve farklı metodolojik özellikleri belirlendikten sonra bunların iletişimle ilişkisi sergilenmeye çalışılmaktadır. Sonuçta, iletişimin inter-disipliner bilimsel alt yapısının temel dayanaklarını metodolojik yaklaşımlar bağlamında ortaya koymak, iletişimin doğa bilimleri ve sosyal bilimler ile olan çoklu etkileşimini tartışmak hedeflenmektedir.

Anahtar sözcükler: *İletişim, bilim, bilgi, sosyal bilim, doğa bilimi, yöntem.*

Abstract

The aim of this paper is, analyzing the scientific identity of communication with aspect of epistemological and methodological discussions. According to this aim, the kinds of knowledge and the question of true knowledge will be examined. And then, social and positive sciences will be defined through the context of realities and will be discussed according to the methodological approach. The relation between communication and, social and positive sciences will be tried to display after determining the common and the different methodological characteristics of them. As a result the inter-diciplinary of communication will be tried to shown according to the methodological approach, and the inter-activity of communication between positive and social sciences will be discussed.

Keywords: *Communication, science, knowledge, social science, positive science, method.*

1. Giriş
2. Bilgi -Bilim. Bilimde Yöntem. Doğa Bilimleri-Sosyal Bilimler Ayrımı
 - 2.1 Bilgi Edinmenin Neden ve Amacı: Yaşamı Sürdürmek ve Merak
 - 2.2 Aslına Uygun Bilgi Edinme
 - 2.2.1. Aslına Uygun Bilgi Elde Etmede "Anlama" Olgusu: Weber'de Sosyal Olayları Anlama Yöntemi ve Bu Yöntemin İletişime Yansımaları
 - 2.2.2. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Felsefenin Yeri
 - 2.2.3. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Yöntem Farklılıkları
 - 2.2.4. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Yöntemin Önemi
 - 2.3. Bilgi Edinme Sürecinde Bilimsel Bilgiye Geçiş
 - 2.3.1. Bilginin Türleri
 - 2.3.1.1. Gündelik Bilgi
 - 2.3.1.1.1. Gündelik Bilgiye Dayalı Uygulamalar ve Bu Bağlamda İletişimcilik Eğilimleri
 - 2.3.1.2. Bilimsel Bilgi
 - 2.3.1.2.1. Doğaya İlişkin Bilimsel Bilgi-Doğa Bilimleri
 - 2.3.1.2.2. Toplumsal Yaşama İlişkin Bilimsel Bilgi-Sosyal Bilimler
 - 2.3.1.2.2.1. Sosyal Bilimlerin Özellikleri
 - 2.3.1.2.2.2. Sosyal Bilimler ve İletişim
 - 2.3.1.3. Felsefi Bilgi:
 - 2.3.1.3.1. Mitolojik Düşünceden Felsefeye Geçiş
 - 2.3.1.3.2. Felsefeden Bilime Geçiş
 - 2.4. Matematik ve Matematiğin Bilimsel Alandaki Konumu
3. Bilimsel Zihniyet: Bilimin, Matematiğin Verilerine Sadık Tutum
4. Sonuç: İletişim, Bilimsellik ve Bilimsel Zihniyet

1. Giriş

İletişim çağı ve bilgi çağı denilen dönemlerin içinden geçmekteyiz. İnsanın kendindeki akıl ve ifade özelliği yetisine bağlı olarak bilgi elde etmesi adeta onun "yazgısıdır". İnsan, bir anlamda bilgi edinmeye programlanmıştır. İletişim çağında bilgi edinme sürecinde kitle iletişim araçlarının büyük etkisi olduğunu bilmekteyiz. Kitle iletişim araçları o denli bizleri yönlendirmektedir ki doğru bilgiye ve gerçeğe ulaşma önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Amaç doğru bilgiye ulaşmaktır; ancak aslına uygun doğru bilgiye ulaşılmasında değişik manipülasyonlarla karşı karşıya kalınabilmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında, topluma ilişkin bilgi edinme sürecinde çeşitli yönlendirmeler gündeme gelmektedir. Karteller, tröstler, uluslararası sermaye grupları, egemen oldukları güçlü medya kuruluşlarıyla kendi ekonomik çıkarlarına hizmet edici bilgilenme serüvenine mi bizleri itmektelerdir? (Topuz 1989)

Oysa doğruyu, hakikati bilmek isteriz ve bu hakikati diğerlerine aktarmayı arzularız (Hume 1961). İnsan onuruna yakışanı da budur. Bilgiyi aktarma iletişim olayıdır. O halde iletişimin esasında doğruları aktarmak ana ilke olmalıdır. Doğrular bilimsel süreçlerin getirdiği olgulardır. İletişimle uğraşanlar, doğru bilgiyi aktarmakla yükümlüdürler. Bilimsel etiğin gereğidir böyle bir tutum. İnsanlara, kitlelere doğruyu anlatmak etik bir zorunluluk olduğu kadar, ulusal ve evrensel gelişim, değişim ve çağdaşlaşma açısından da gereklidir.

Bilime, düşünceye, felsefeye itibar etmeyen iletişim tutucu güçlerin de tutsağı haline gelir. Tutucu, karanlık güçler toplumları karanlıklara iterler. Aydınlanma Çağı'ndan geçmeyen ülkemiz açısından bilimsel verilere, yüksek değerlere ve ileri kültüre dayalı iletişim daha da önem kazanmaktadır.

Kitlelerin "sabun köpüğü" dizilerden, "vur-kır" edebiyatından, yüzeysellikten, bilinçsiz tüketim toplumu eğiliminden kurutulabilmesi de, bilime, felsefeye, sosyal bilimlerin verilerine dayalı iletişim anlayışından geçmektedir.

İletişim bilim mi, sanat mı, teknik mi? Belki de iletişim hakikati, doğruyu aktarma, anlatma sanat ve tekniğidir. İletişimin XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren önem kazanmasına paralel olarak sıklıkla bu soru ve sorunsallar gündeme gelmektedir. Üniversitelerde İletişim Bilimleri adı altında fakülteler de kuruldu. Bunun ardında iletişim olayının bilimsel temellere dayandırılması kaygısının yattığını düşünmekteyiz. Çağımızın insanının bilimden dayanak ve destek alması kadar doğal ve gerekli bir şey olamaz. Çünkü doğru bilgiyi ancak bilim ve bilimsel yöntemler yakalayabilir.

Neden bilgi, neden bilim, neden her alanda ve özellikle çağımızın en güçlü sosyal olaylarından ve olgularından biri konumundaki iletişimde bilimsel destek ve dayanak?

Yukarıda da belirttiğimiz gibi, insanoğlunun bu dünyadaki temel "yazgısı" belki de evreni anlama ve kavrama sürecidir. Aklı ve deneyleriyle evreni kavrama, anlama ve değerlendirme sürecine bilinçlendiği ilk çağlardan itibaren giren insan, bu sayede yaşamını sürdürebilmektedir.

Evren iki yapı içerisinde karşımıza gelmektedir: Doğal yapı ve sosyal yapı.

30

Sosyal yapı fizik görünüm içerisindeki doğal yapının içerisinde oluşmaktadır. Oluşumunda da fizik öğeler ilk görünüm olarak karşımıza gelirler. Sosyal ilişkiler eti ve kemiğiyle somut mahiyetteki, fizik özellikleri içeren insanın eseridir. Ancak sosyal ilişkilerin ve de insanın bir başka konumu vardır ki, fizik yapıyı bir anlamda aşmaktadır. İnsanoğlunun kültüre ilişkin ürettiği, yarattığı nesnelere manevi görünüşleri de içermektedir. Kültür olgusu somut fiziksel özellikleri aşmakta, insana yaratıcı bir özellik kazandırmaktadır. Fizik veriler, doğal belirlemeler, determinizm (Akarsu 1985) içerisinde çıkan ve orada yaşayan insan, yaratmış olduğu kültürle manevi bir alan oluşturmaktadır. Sosyal ilişkiler içerisinde oluşan bu manevi alan farklı görünüşler sunduğu kadar, değişik yöntemleri de içermektedir. Kuşku yoktur ki fizik ortamdan geldiği için, doğa bilimlerinin yöntemleri de, oraya egemen olan determinizm de sosyal alanda mevcuttur. Ancak, insan eserinin ve onun özgür alanının ürünü olan kültür, manevi değerlerin gerek üretilmesinde, gerek yapısal özelliğinde farklı yöntembilimsel öğelerle karşımıza gelecektir.

Yukarıda belirttiğimiz doğal ve sosyal, tarihsel yapı içerisinde iletişim olayını yaşamaktayız. Her iki yapıyı, onlara egemen olan yöntemleri bilmediğimiz taktirde iletişimi yerli yerine oturtamadığımız gibi, irrasyonel, mantık dışı yaklaşımlarla kitleleri tehlikeli serüvenlere de sürükleyebiliriz. İrrasyonalite, mantıksızlık bizi bilimden uzaklaştırır. Bilimden uzaklaşma yanlışlara, aymazlıklara götürür bizi. Yanlışlıklar, aymazlık tehlikeli sonuçlara yol açar, bizi insanlıktan uzaklaştırır. Diğer mahluklar için böyle bir sorun yoktur ama Sartre'in da dediği gibi, akıl ve vicdan sahibi insan kendinden ve çağından sorumludur. (Sartre 1993: 65) Sorumluluk bilimsel veriler ve ahlaki değerler kriterine göre gündeme gelir. Bilimsel bilgi ve felsefenin ele aldığı etik değer, ahlak sorumluluğumuzun temel dayanaklarıdır. Kitleleri yönlendiren iletişim alanında bu tür sorumluluk çok daha büyük bir önem arz etmektedir.

Çalışmamızda önce bilme ihtiyacının nedenlerine girip, bilimsel bilginin önemini vurgulayacağız. Arkasından doğru bilgi sorunsalını ele alacağız ve devamında da doğa bilimleri-sosyal bilimler ayrımını yapacağız. Her iki bilim alanın ortak ve farklı yöntem özelliklerini belirttikten sonra, bunların iletişimle olan ilişkilerini sergilemeye çalışacağız.

2. Bilgi-Bilim. Bilimde Yöntem. Doğa Bilimleri - Sosyal Bilimler Ayrımı

Aklı, bilinç ve vicdan sahibi insan, maddi ve anlamsal, manevi kimliğiyle varoluşu tanıma konumundadır. Hayvanlardan farklı olarak, insanoğlu yaşadığı bu

evreni içgüdülerinin dışında aklıyla tanır. Tanınması da doğru bilgi edinmesine bağlıdır. Yaşamını ancak bu şekilde sürdürebilir, merakını giderebilir. Demek ki insanın bilgi edinmesinin aslında temelde iki neden ve amacı vardır: Yaşamını sürdürmek, merakını gidermek.

2.1. Bilgi Edinmenin Nedeni ve Amacı: Yaşamı Sürdürmek ve Merak

İnsanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için doğayı, varoluşu, doğal ve sosyal yaşamı tanıması gerekmektedir. İhtiyaçların sonsuz olması, bunun karşısında dünya nimetlerinin kıt, nisbi kıt, alternatif kıt olması ihtiyaçların giderilmesi açısından evreni tanımayı zorunlu kılmaktadır. İhtiyaçlarımızı optimal düzeyde karşılamayı başarabildiğimiz taktirde yaşamımızı sürdürebiliriz. (Özgüven 1995: 1-9)

Öte yandan doğa zaman zaman haşin ve acımasız bir kimlikle karşımıza gelmektedir. Onu tanımadığımız taktirde bu ezici gücün karşısında yok oluruz. Onu tanıdığımız taktirdedir ki, ondan yararlanabiliriz, onu ehlileştiririz. Böylelikle bizi ezmesinin, yok etmesinin önüne geçebiliriz. Bilme sürecine girmemiz aynı zamanda doğa karşısında özgürleşme sürecine girme olayıdır. Bilen insan özgürdür. İnsan ancak çevresini tanıdıkça özgürleşir, kendine güvenmeye başlar. Özgür insan özgür seçimler yapar, bilinci de özgürleşir. Özgür bilinç özgür eylemler ortaya koyar. (Öktem 1975)

Kuşkusuz insan önce yaşamak için bilgi edinmek istemektedir. Daha sonra bilmek için bilgi peşinde koşmaktadır. Yaşam sürdürülebilirse merak gündeme gelebilir.

Yöntem bu tanıma serüvenidir, tanımının "silahıdır." Evreni, doğayı, toplumu, diğerlerini nasıl tanıyacağım? Nesnelerin aslına uygun bilgiyi hangi yollarla elde edebilirim?

Aklı sorgulayıcıdır, anlayıp kavramak ister. Anlayıp kavrama sürecinde ayrıca derine inmeyi de arzular. Derine inme arzusu felsefi bilinçlenmeyi getirir. İnsan aklı ve bilinci sadece görünenle, somutla yetinmez. İnsanoğlu çağlar boyunca elle tutulan, gözle görülen realitenin özünü araştırma tutkusu içerisinde olmuştur (Hume 86-2).

Somut olarak evreni anlayıp kavrama fiziki ve maddi bir süreçtir. Yukarıda belirttiğimiz gibi insanoğlu bununla yetinmez derine inmek ister, çünkü onda metafizik bilinç vardır. İşte bu noktada felsefe gündeme gelir.

2.2. Aslına Uygun Bilgi Edinme

Aslına uygun bilgi denildiğinde kastedilen doğru bilgi, hakikattir. O halde yöntem hakikate ulaşma yolu olacaktır.

Deneyler, araştırmalar, gözlemler yapılır, üzerinde tartışmalar açılır ve bir sonuca ulaşılır. Hakikate, doğru bilgiye ulaşmak hedefiyle gerçekleştirilen değişik yöntemler vardır. Hemen başta belirtmek gerekir ki, doğa bilimleri ve sosyal bilimlerin yöntemlerinde kesişmeler olduğu kadar farklılıklar da vardır. Değişik yöntemlerin neler olduğunu, mahiyetini, yapısını inceleyen çalışma alanına yöntembilim, metodoloji denmektedir (Bayraktaroğlu ve Yıldırım 2004: 13-1). Varoluşun değişik görünümüne bağlı olarak değişik yöntemlerle karşılaşmaktayız. Yukarıda belirttiğimiz gibi, doğaya ilişkin alanlarda somut, maddi, deneye bağlı olarak değişik yöntemlerle karşılaşırken, sosyo-moral alanda aynı yöntemlere ilave yöntemler gerekebilir. Örneğin 19. Yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın başında yaşamış bir sosyolog olan Max Weber'in "anlama" olgusu bu duruma verilebilecek güzel bir örnektir (Karagöz 2003: 125-104). Bu bakımdan burada kısaca değinmek sanırız yerinde olacaktır.

2.2.1 Aslına Uygun Bilgi Elde Etmede "Anlama" Olgusu: Weber'de Sosyal Olayları Anlama Yöntemi ve Bu Yöntemin İletişime Yansıması

Max Weber, öncelikle çağının hakim anlayışı olan, "salt pozitivist" bakış açısı ile sosyal olay ve olguları inceleme ve irdeleme anlayışından farklı bir bakış açısı geliştirmiştir. Dolayısıyla Weber, çağının ağırlıklı olarak hakim anlayışı olan katı pozitivist bütünüyle kapılmayıp, onun yerine alternatif ve özgün bir bakış açısı geliştirmeyi başarmıştır (Weber 1994: 29-30).

Weber, doğa alanı ile sosyo-moral alanı birbirinden ayrı iki alan olarak görmüş, dolayısıyla her iki alan üzerinde bilimsel bilgi elde etme yöntem ve yaklaşımının farklı özellikler göstermesi gerektiğini vurgulamıştır. Weber doğa bilimlerine ilişkin sahayı doğal gerçeklik alanı, sosyo-moral bilimlere ait alanı ise insana ait gerçeklik alanı olarak kabul eden görüşler ileri süren Dilthey, H. Rickert gibi düşünürlere katılmıştır (Özlem 2000:12). Doğal gerçeklik alanı Weber'e göre her zaman kendi kendisini tekrar eden "genel-geçer" yasalara sahiptir. Dolayısıyla bu alan üzerinde araştırma yapan bilim adamının işi öncelikle gözlem ve deneye dayanarak, olaylar ve olgular arasındaki nedensellik bağına iyi kurarak her zaman aynı şekilde kendi kendini tekrar eden genel-geçer kuralları bulmaktır. Bu aynı zamanda pozitivist bir yaklaşımın zorunluluğunu da ortaya koyar. Çünkü bu alanda her şey somuttur. Elle tutulabilir, gözle görülebilir, dolayısıyla gerektiğinde laboratuvara sokularak incelenebilir. Burada yapılan işlem doğadaki olay ve olguları inceledikten sonra elde edilen sonuca dayanarak bir açıklamaya gitmektir. Olay ve olgunun özünü, mahiyetini anlamaya lüzum ve gerek yoktur. Zira amaç, doğanın kanun ve kurallarını keşfetmek ve gerektiğinde insanlığın yararı için kullanmaktır (Karagöz 2003: 59-57).

Ancak sosyal olgu ve olayları incelemeye girişen bir bilim insanının yaklaşımı biraz daha farklı olacaktır. Zira, Weber'in insana ait gerçeklik alanı olarak kabul ettiği, sosyal alan ona göre herşeyden önce soyut bir karakter gösterir. İşin asıl zorluğu da burada kendisini göstermeye başlar. Bu alandaki olgu ve olaylar normal

şartlarda her zaman aynı şekilde kendi kendisini tekrar eden kanunlara sahip değildir. Sosyal olgu ve olaylar zamana, çağa, her toplumun kültürel birikimine, dünyayı algılayış biçimine, sahip olduğu dini inanç biçimine kadar birçok faktörün etkisiyle değişken özellik gösterir. Üzerinde çalışılan alan son derece dinamik ve kaygan bir zemin üzerindedir ve beklenmedik yönere meyiletmek dahi mümkün olabilir. Dolayısıyla bilim yapacağım diye, sadece somut nitelik gösteren doğabilimleri alanının en temel yöntemi olan pozitivist yaklaşıma dayanarak bilimsel bilgi elde etmeye çalışmak Weber'e göre beyhude bir çabadır. Ama elbette bilim yapılabilmesi için pozitivist yaklaşımın tamamen gözden çıkarılması da mümkün değildir. Çünkü gözlem, deney gibi pozitivistimin önemli enstrümanlarının da kullanılması şarttır. Bunları göz ardı edersek bilimsel bilgiden uzaklaşıp sadece felsefi bir bakış açısı çizme riski de vardır (Özlem 1999: 101-92).

Weber'e göre eğer toplum bilim (sosyoloji) diye bir şeyin varolduğu iddia ediliyorsa, hem pozitivist hem de idealist unsurları mecz eden, aynı pota içinde eriten bir bakış açısının temel alındığı bir metot kullanmak gereklidir. Bu bağlamda Weber'e göre, sosyo-moral alanda araştırma yapan bir bilim insanı, her zaman her çağda aynı şekilde tekrarlayan kurallar ve kanunlar keşfedip topluma hakim olmak veya sosyal alandaki patolojik unsurları tedavi etmeye çalışmak yerine sosyal olgu ve olayların temelindeki itici gücü, saiki anlamaya yönelmelidir. Bu da Weber'e göre ancak toplumdaki bireyin eylemini incelemekle olabilir. Sosyolojik bir çalışma yapmanın en temel unsuru bireyin eylemini baz almaktır. Sosyal olgu ve olayların yaratıcısı bireydir. Bireyin eylemini laboratuvara sokup sadece açıklamak yetersizdir. Aynı zamanda anlamaya da çalışmak zorunludur. Özetle sosyal olgu ve olayları inceleyen bilim insanı toplumsal alanın soyut niteliğini gözden kaçırmamalıdır.

Görüldüğü üzere Weber sosyo-moral alanda bilimsel bilgi, aslına uygun bilgi elde etme sorusuna farklı bir bakış açısı ile yaklaşmakta, alternatif bir yöntem ortaya koymaktadır. Weber'in görüşleri tartışılabilir, kabul edilebilir veya reddedilebilir. Ancak kanımızca, sosyo-moral alanın doğa alanından farklılığının altını belirgin bir şekilde çizmesinden dolayı sosyal bilimlerde metot tartışmalarına önemli katkılar sağladığı şüphesizdir. İşte aslına uygun bilgi elde etme sürecinde bu yaklaşıma dikkat edilmelidir.

Ancak yine de unutmamak gerekir ki somut gözlem her alanda, yöntem-bilim açısından ilk aşamadır. Gözleme dayalı verilerle deneye gidilir, analizler yapılır, aklın süzgecinden geçirilmek suretiyle irdeleme sürecine girilir, böylece sonuca ulaşırlar ve bilgi elde edilir.

Weber'in yöntemine iletişimci gözlüğüyle bakıldığında aşağıdaki hususları gündeme getirebiliriz:

-İletişimci hedef kitleyi, mesajı aktardığı insanları araştırma ve anketlerle somut bir biçimde gözlemleyecek. Bu gözlemede, doğa bilimlerinin yöntemi ve matematik öncülleri, kuramları kullanacaktır.

-Daha sonra kitleyi oluşturan insanları anlamaya çalışacaktır. İnsanlar, doğaları itibarıyla bütünsel olarak ve her daim rasyonel mahluklar değildir. Bu nedenle onları doğa bilimlerinin nesnesi gibi analize tabi tutamayız. Bu bakımdan iletişimci olarak öncelikle hedef kitlemizi anlamaya çalışmalı ve bu bağlamda bireylerdeki irrasyonel öğeleri gözlemlemeliyiz.

Bu noktada doğa bilimlerinin metodolojiden sosyal bilimlere, felsefeye geçeceğimiz. Unutmamak gerekir ki, psikoloji, tarih, sosyoloji, kitle psikolojisi, kişilerarası iletişim ve dilbilimi gibi sosyal bilimler, bu bağlamda bize ışık tutacaktır. Zira bu disiplinler sayesinde iletişim, sanat ve teknoloji bilimsel temellere oturabilir.

2.2.2. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Felsefenin Yeri

Metodolojinin bir başka adı da "bilimsel felsefedir". Bu deyim kanımızca yerinde kullanılmıştır. Felsefedir, çünkü hakikatin araştırılmasını içermektedir. Neyin doğru, neyin yanlış olduğunun derinlemesine araştırılması, salt hakikate ulaşılabileceğinin incelenmesi felsefenin ilgi alanı içerisine girmektedir. Bilimsel felsefe derken bilime ilişkin felsefe kastedilmektedir. Yapılan çalışma, bilimin felsefi açıdan irdelenmesidir. Bu tür bir çalışma sağlıklı bilgiye ulaşmak için nasıl bir muhakeme yöntemi izlenmesi gerektiği sorununu da ele almaktadır. İnsan, bilim alanında, doğru bilgiye ulaşma sürecinde ne tür bir araştırma yapmalı, nasıl bir tutum benimsemelidir?

Öte yandan felsefenin aksiyoloji (değer öğretisi) (Bolay 1999: 92) bölümü etik değer kavramını irdelemektedir. Ahlak nedir, ahlaksal ilkeler göreceli midir gibi sorunsallar aksiyolojinin inceleme alanı içerisindedir.

2.2.3. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Yöntem Farklılıkları

Yöntem her bilgi alanında mevcuttur. Fizik, kimya, biyoloji, psikoloji, sosyoloji, tarih gibi her bilim alanında yöntemler vardır. Her bilim kendi inceleme alanı içerisinde, doğru bilginin nasıl elde edilebileceğine ilişkin yöntemler geliştirmiştir. O halde her bilgi alanı kendi mahiyetine uygun belli bir mantığa dayalı yöntemler izlemektedir. O mantığa girmeden o alanda doğru bilgi elde etmek olanaksızdır. Bağlı olunan mantık, o bilgi alanının doğasına uygun olacaktır. Örneğin pozitif verilere dayanmayan, maddi olmayan yöntemleri doğa bilimlerinde uygulamak söz konusu olamaz, çünkü doğanın yapısı somuttur, maddidir. Ama örneğin hukukta kurallara bağlı, normatif bir yöntem önem kazanır. Çünkü hukuk insanın koymuş olduğu kurallara dayalı bir bilgi alanıdır (Aral 1999: 7-1-2).

Doğada insan iradesi yoktur. Doğa klasik bilim anlayışının bakış açısına göre, insan iradesinin dışında oluşmuş birtakım genel geçer kurallara göre hareket eden, sistemli bir düzenden oluşmuştur. Bu anlayışa göre doğada her şey, normal şartlarda, aynı şekilde, düzenli olarak belli kurallar çerçevesinden çıkmadan devinimini sürdürür. Bu genel geçer kurallar insan iradesi dışında oluşmuştur. Bu somut,

maddi düzen belki kendisel olarak oluşmuştur. Belki de bir yaratıcı tarafından kuralları belirlenmiştir. Benimsenen paradigmaya göre doğanın mahiyetini, oluşumunu farklı şekillerde açıklayabiliriz. Ama burada bizim için önemli olan, doğa kurallarının ne şekilde olmuş veya oluşturulmuş olduğu değildir. Burada bizim için önemli olan doğa kurallarının insan iradesi dışında işleyen bir sistem içinde hareket ediyor olmasıdır. Dolayısı ile bu alanda doğru bilgiye ulaşma yöntemi, öncelikle genel geçer nitelikteki kurallara dayalı, her zaman aynı şekilde hareket eden bu düzenin kurallarını keşfetme, öğrenme amacını taşımalıdır. Ancak aynı mantığı insan iradesinin işin içinde olduğu alanlarda sürdürmek bizi doğruya, hakikate değil, dar kalıplar içine sıkışmış sığ ve hatalı bir bakış açısının sonucu olan yanlışlara götürür.

Yukarıda örnek olarak kullandığımız hukuk bu durumu açıklamak için oldukça uygundur. Hukuka baktığımızda kurala bağlı normatif bir yöntemin önem kazandığını görmekteyiz (Aral 1999: 44). Ancak hukuk insanın dışında, kendisel olarak oluşmuş birtakım genel geçer kurallara dayalı bir bilgi alanı değildir. Aksine, bizatihi hukuk tamamen insan iradesinin ürünüdür. Hukuk kuralları deyince, insanın kendi yarattığı ve kendisini tabi kıldığı, bir başka deyişle hem kendi yarattığı hem de içinde yaşadığı kurallar kastedilmektedir. Öyleyse bu alanda doğa alanında kullandığımız yöntemler ve bakış açısı ile hareket etme arzusu veya eylemi doğru bir sonuca ulaştırma konusunda uygun olmayacaktır.

Her bilgi alanının farklı bir doğası, yapısı, tabiatı vardır ki, buna nesnelere doğası varoluşun mahiyeti (tabiat-ı eşya) denmektedir (Can 2002: 179-180). Nesnelere doğası belli bir varoluş biçiminin kendisel özelliklerinin tümüdür. Örneğin bir canlı varoluş biçimi olan insan maddi ve manevi konumuyla bir bütündür. İnsanın maddi ve manevi varlığı, toplumsal hayvan (zoon politicon) olması, somut ihtiyaçları, soyut konumu, onun yapısını, mahiyetini, "nesnenin doğasını" ortaya koyar. Bilimsel açıdan insanı ele alıp incelediğimizde tüm bu yapısal özellikleri gözönünde bulunduramaz zorunludur. Aksi takdirde yanlış sonuçlara ulaşırız. Yanlış sonuç yanlış bilgi demektir. Yanlış bilgi, yanlış yaklaşım, yanlış değerlendirmelere bizi götürür. Böylelikle yanlış bir mantık içerisinde çözümler üretmeye çalışırız.

Demek ki, aslına uygun bilgi elde etme sürecinde bilgi alanının mahiyetine göre, farklı mantıksal yaklaşımlar ve yöntemler gündeme gelmektedir. Felsefi bakış açısından doğanın determinizmine ve insan iradesinin konumuna göre, farklı mantık ve yöntem, bilgi elde etme sürecinde vurgulanması gerekli olan olgulardır. Farklı mantıklar olabilir ama mantık temel dayanaktır.

2.2.4. Aslına Uygun Bilgi Edinmede Yöntemin Önemi

Elle tutulan, gözle görülen, somut bir şekilde algılanan herşey gerçektir (realite). Varoluşu belirgindir, yok olduğunu söylemek olanaksızdır. Örneğin güneş varolan bir gerçektir, gökyüzündedir.

Güneşin doğudan doğup batıdan battığı, doğudan batıya hareket ettiği de bir gerçektir. Gün boyu hareket etmektedir. Onun hareket ettiğini, gözle görmemiz, algılanış biçimi açısından bir gerçektir. Ama aslında güneş harekete etmemektedir, aksine o sabittir. Dünya güneşin etrafından dönmekte, hareket etmektedir. Aslına uygun gerçek bu ikinci olgudur. Aslına uygun gerçek hakikati ifade eder. Görünümün somut gerçeği aslında gerçeklik, hakikat değildir. Hakikat-gerçek ayırımını açıklamak için verilecek en güzel örnek güneş-dünya ilişkisidir.

Gerçek-hakikat ilişkisi üzerine verilebilecek bir başka önemli örnek rüyalardır. Rüyada bazı şeyleri görürüz. Rüya görmemiz hem bir gerçek, hem de hakikattir. Ancak rüyaların içeriği gerçek olmakla birlikte hakikat değildir. Gökyüzünde uçarız, denizin üstünde yürürüz. Bunları görmemiz gerçektir. Ama hakikatte bu olaylar olmamıştır, yaşanmamıştır, yaşanmayacaktır.

Metot ve mantık, her şeyden önce bizi yanılgılardan arındıracak, arkasından gerçekle hakikat arasındaki ayırımı ortaya koyacaktır. Hakiki bilgiye ulaştırma operasyonu, mantığın temel işlevidir. Hakikate ulaşmak bir insanlık idealidir.

Mantık bazı kurallar, yöntemler ve süreçlerle bizi hakikati bulma, yukarıda sözünü ettiğimiz insanlık idealine ulaştırma aracıdır. Başka bir anlatımla mantık hakikati bulma koşullarını belirler.

2.3. Bilgi Edinme Sürecinde Bilimsel Bilgiye Geçiş

Bir önceki paragraflarda açıklamaya çalıştığımız bilgi edinme mantığı ve süreci bilimsel bilgiye ulaştırma çabasına kapı açmaktadır. Ne tür bilgiler vardır? Hangi tür bilgiler bilimseldir? Varoluşu tanımada sadece bilimsel bilgiler mi bize rehber olacaktır? Bilimsel bilgileri elde ederken, matematik ve felsefe gibi bilim üstü bilgiler de bizi doğrulara götürebilir mi?

2.3.1. Bilginin Türleri

Üç tür bilgiden söz edilmektedir: Gündelik Bilgi (adi bilgi), Bilimsel Bilgi ve Felsefi Bilgi (Öktem ve Türkbağ 2001: 15-19). Bir de bilim üstü konumda olan matematik vardır. Bizim doğru bilgiye ulaşmamız matematik sayesinde olanaklıdır.

Bilimsel bilgi kendi içerisinde ikiye ayrılmaktadır. Doğaya İlişkin Bilimsel Bilgi ve Toplumsal Yaşama İlişkin Bilimsel Bilgi. Genel olarak bunlardan birincisine doğa bilimleri, ikincisine de sosyal bilimler adı verilmektedir. Sosyal bilimleri bazı düşünürler kültür bilimleri diye de adlandırmaktadırla. (Habermas 1998: 107).

Sosyal Bilimler-Doğa Bilimleri ayırımı yöntemde bazı sorunları gündeme getiriyor. Her iki bilim alanının ortak yöntemleri olduğu kuşku götürmez, ancak metodolojik açıdan sosyal bilimlerin doğa bilimlerinden farklı görünüşleri vardır. Bu farklılıklara da ilgili bölümde değineceğiz.

Şimdi bilgi türlerini ve arkasından matematiğin konumunu teker teker ele alalım.

2.3.1.1. Gündelik Bilgi

Bilim bilgidir, ancak her bilgi bilim değildir. Bilimde ön aşama gündelik bilgi evresidir.

Gündelik bilgi, bilimsel formasyon almayanların günlük yaşam deneyimleri içerisinde gördükleri, algıladıkları realitenin, görünenin, duyuların yani çıplak gerçeğin bilgisidir. Hayvan, ilkel insan, küçük çocuk bu bilgi ile yetinir.

Bir başka deyişle gündelik bilgi bilimsel bir disiplin altında elde edilmemiş olmayıp, insanların sadece duyum verilerine ve düşüncelerine dayanan bilgi türüdür. Gelişi güzel, pratik yaşamın gereksinimlerine göre elde edilen bu bilgiler değişkendir, sübjektiftir. Bu bilgiler görecelidir, kapma yoluya elde edildiklerinden ve dağınık olduklarından sistemleşmemiştir. Realitede varolan bu bilgiler gerçeği de yansıtabilir, ama genellikle güvenilir değildirler. Gündelik bilgi yanlışlığı kanıtlanmadığı sürece doğru kabul edilebilir, ama unutmamak gerekir ki doğrulukları rastlantısaldir. Rastlantılar bu tür bir doğruyu getirmiştir, yoksa sistemli ve bilinçli bir araştırma sürecinin sonucu değildirler.

Hayvan, ilkel insan, çocuk; suyu, havayı tanır ancak onların kimyasal, fiziksel özellikleri üzerinde kafa yormaz. Oysa, bilime yönelen insan, aklını kullanan kişi, bilim insanı bu elemanların kimyasal ve fiziksel özelliklerini sorgular.

Gündelik bilgiyi küçümsemiyoruz. Zira gündelik bilgiler sistemiyle biyolojik varlığımızı korur ve geliştiririz. Gereksinimlerimizi gündelik bilginin verileriyle karşılar, tehlikeler karşısında bu bilgilerle mücadelemizi yaparız. Geçmişin getirdiği gündelik bilgilerle geleceğimizi yönlendiririz. Gündelik bilgiler, insanda mevcut olan merak duygusunu da belli oranda tatmin eder. Bu oranla yetinmeyen insan ise bilimsel bilgi aşamasına gelir.

Çocuklarda, hayvanlarda, ilkel insanda doğayı ve toplumu tanıma bu tür bilgiler yardımıyla olur. Bunların bilgi ölçütleri basit algılar, duyumlar, anılar, hayal etme gibi ögelere dayanmaktadır. Soğuk-sıcak karşısındaki reaksiyon, tehlikeden kaçış, daha önce yaşanmış olayların getirdiği basit deneyimler gibi günlük yaşamın olay ve olgularına dayalı bulunan bu bilgiler her zaman doğru olamaz. Doğru olanlar yaşam mücadelesinde yararlıdır. Nitekim köy ve kasabalardaki yaşlı bilgiler doğru gündelik bilgi üzerine yaşam felsefelerini kurarak yol gösterici, rehber olmuşlardır.

2.3.1.1.1. Gündelik Bilgiye Dayalı Uygulamalar ve Bu Bağlamda İletişimcilik Eğilimleri

Daha önce belirttiğimiz üzere içinde yaşadığımız çağı "İletişim Çağı" olarak

nitelendirmek yaygın bir eğilimdir. Birçok sosyal bilimci XXI. yüzyılı "İletişim Çağı" olarak kabul etmiş ve "İletişim Çağı"na özelliğini veren kitle iletişim araçlarının dünya üzerindeki ağının aynı zamanda bu çağı "Bilgi Çağı" haline getireceğini vurgulamıştır. Ancak kitle iletişim araçlarının günümüz dünyasında teknolojinin baş döndürücü hızına koşut olarak gelişen, büyüyen etkinliği her anlamda içinde yaşadığımız çağı "Bilgi Çağı" haline getirmeyebilir. Tam aksine kendi içinde bütünlüğü olmayan, dolayısıyla anlam içermeyen, işe yaramayan bilgi parçacıklarının esiri olmayı sağlayabilir. Bireylerin anlamlı - anlamsız, faydalı - faydasız, gerekli - gereksiz her türlü bilgi parçacıklarının bombardımanına tutulduğu günümüz dünyasında bireylere empoze edilen, bireyleri manüple etmeyi amaçlayan veya bireylerin sanal ile gerçeklik arasındaki ayrımı yitirmelerine sebep olan her türlü mesaj aktarımını toptan, insanları aydınlatan "bilgi" sıfatına sokmak sanırım hatalı bir tutum olacaktır.

Bireyleri sürekli olarak uyaran, "bilgilendiren" bilgi parçacıklarını İngilizce'deki "information" kelimesi ile tanımlamak, bilgiyi ise "knowledge" kelimesinin anlamsal bütünlüğü içinde kavrayıp kullanmak daha rasyonel bir tutum olacaktır. Zira, information kelimesi daha ziyade malumat vermek, haberdar etmek anlamına gelirken, knowledge kelimesi tam anlamıyla "bilgi" kavramına denk düşmektedir. O halde içinde yaşadığımız çağ aslında "Information Age" olup, her şeyden haberdar edildiğimiz, malumatlı kılındığımız ancak bilimsel anlamda bilginin dolaşımı gibi "öncelikli amacı" taşımayan bir çağ olarak tanımlanmalıdır. Bu tespitimiz içinde yaşadığımız çağı bilgiden tamamen uzak bir çağ olarak nitelendirdiğimiz şekilde anlaşılmalıdır. Ancak kitle iletişim araçlarının bütün dünyayı sarıp sarmalayan, kaçınılmaz biçimde hepimizi bir şekilde etkileyen ağının, daha çok bireyleri dünya sorunsallarından uzaklaştıran, bireylerde toplumun, kendisinin, doğanın anlamını sorgulayan düşünce biçimini neredeyse yok eden, bilgi ile haberdar etme arasındaki önemli nüansı yitirmeyi sağlayan, ortaya çıkardığı kaotik yapı yüzünde sürekli bir anksiyete durumu yaratan yapısı gözden kaçırılmayacak kadar önemli bir realite olarak karşımızda durmaktadır.

Günümüz yabancılaşma olgusunu keskin bir şekilde yaşayan, dolayısıyla anomik hale gelen toplum yapısı içinde kitle iletişim araçları aracılığı ile bilimsel bilginin öneminin vurgulanması yerine sürekli olarak gündelik bilgi türünden subjektiviteye dayalı, bilimsel metodikten uzak bilginin bombardımana tutulan bireyler bilgi çağının insanı olmak yerine adeta bir bilgisizlik çağının dekorları haline gelmektedirler. Kitle iletişim araçlarının boyutları ürkütücü gücünü elinde bulunduranlar bilinçli ve/veya bilinçsiz bir şekilde bu gücü sürekli olarak kitlelerin anlamsız boş yığınlar haline gelmesine sebep olacak şekilde kullanmaktadırlar.

Sorun, adi bilgi sahibi, derine inmeyen kişilerin, bu bilgilerini diğerlerine empoze etmesindedir. Bu insanlar, bilimden uzak elde ettikleri bilgilerle kitleleri yönlendirmek isterler. Cahil insanlar da onları izler ve yanılığara düşerler. Sadece yanılığı değil, toplumsal sorunların, o adi bilgiyle çözüme kavuşacağı inancıyla kargaşa yaratırlar.

İletişim alanında da gündelik bilgi verileriyle mesaj iletenler zaman zaman doğru bilgi aktarmış olsalar da genelde kitleleri yanlış yollara sürükleyerek tehlikeli ortamlar doğururlar.

Bir başka vahim durum, sosyal yaşam ve tarihe ilişkin olan konularda, salt teknik alanda bilimsel bilgiye sahip bulunan kişilerin sosyo-moral, politik sorunları kendi bilim alanlarının yöntemleriyle çözmeye kalkmalarıdır. Bir mühendis, bir doktorun teknik ve tıp alanıyla ilgili bilgilerinin bilimsel nitelikte olduğunu kabul edelim. O bilgilerle kendileri televizyonu tamir edebilirler, insanı ameliyat ederek sağlığına kavuşturabilirler. Tıp ve doğa bilimlerinin metodünün tek yol olduğunu zanneden bu tür insanlar, toplumu da doğa bilimlerinde uyguladıkları yöntemlerle esenliğe kavuşturacaklarını zannederler. Nasıl bir sosyolog, felsefeci veya hukukçunun televizyon tamir etmesi veya ameliyat yapması olanaksızsa, aynı şekilde bir tabip, bir mühendis toplumu ameliyat masasına yatıramaz. Dağarcığındaki gündelik bilgiler böyle bir analizi gerçekleştirmede yetersiz kalacaktır. Sosyo-moral alanın yöntemleri, verileri ve tedavi yollarıyla ancak toplumda sağlıklı çözümlere ulaşılabilir.

Aydın kişi gündelik bilgiden bilimsel bilgi aşamasına geçen ve bu geçişle birlikte farklı alanların, farklı yöntemlerin varlığının bilincine ulaşan insandır.

Bu tür bir yaklaşım içerisinde olamayanlar, kendi bilim alanlarının veya gündelik bilgi dağarcıklarının mutlak doğruyu yansıttığını zannederler. Başka doğruları reddeden bu şahıslar despot ve otoriter bir yaklaşımla kitlelere kendi doğrularını empoze etmektedirler.

2.3.1.2. Bilimsel Bilgi

Bilimsel bilgi, yukarıda açıklamış olduğumuz gündelik bilgi ile karşılaştırıldığında farklı özellikleri ile karşımıza çıkar. En basit anlatımla bilimsel bilgi, gündelik bilginin oldukça gelişmiş ve sistemleşmiş şekli olarak tanımlanabilir. Gündelik bilginin özelliklerinden biri bireysel olmasıdır. Buna karşın bilimsel bilgi kolektiftir. Bilimsel bilgi, ilk çağlardan günümüze değin uzanan oldukça uzun bir sürecin ürünüdür. Çağlar boyunca bilim adamlarının elde ettiği bilgilerin sistem halinde düzenlenip disipline edilmesi ile ortaya çıkmış bir bütündür.

Evrende oluşan olaylarla ilgili olarak gözlem, deney ve tefekkür sonucu elde edilip biriken bilgilerden hareketle ve kişiden kişiye değişmeyen objektif yöntemler (metotlarla) aracılığıyla yeni objektif bilgi üretme sürecine bilim denir (Altunışık vd. 2004: 3-1).

Demek ki, mevcut olan olayları doğru anlama ve kavrama bilimsel çalışmanın ilk aşamasıdır. Onlardan hareket ederek yeni bilgiler elde etmek ise bilimsel çalışmanın ikincisi aşaması olarak karşımıza gelmektedir.

Yüzyıllar boyunca gerçekleştirilmiş olan gözlemler, araştırmalar, deneyler ve

akıl, bizi belli bir genel geçer kurallar silsilesine götürmüştür. İnsanlık bugün artık belli konularda, belli alanlarda birtakım genel geçer kuralların varlığını keşfetmiştir. Özellikle doğa alanında somut bir şekilde görüp gözlemleyebildiğimiz bu genel geçer kuralların varlığını keşfetmek bugün insanoğlunun geldiği noktanın belirleyicisi olmuştur. Belli koşullar altında her zaman aynı şekilde kendisini tekrarlayan bu genel geçer kuralların keşfi, insanlığı daha önce açıklayamadığı, sebebini bilemediği, çoğu zaman korktuğu ve karşısında çaresiz, güçsüz kaldığı doğaya karşı güçlü kılmıştır. İnsanoğlu artık bir çok olayda doğanın esiri değil, hakimidir. Bu alandaki bilimsel bilginin geliştiği, kendisini geliştirdiği her gün söz konusu hakimiyeti ve gücü biraz daha artacaktır. Zira bilimsel bilgi tüm insanlığın yararına hizmet eden bilgi türüdür. Bu sebepten dolayı da evrensel nitelik gösterir. Evrensel nitelik gösteren bilgi türü olmasından dolayı bilimsel bilgi, aynı zamanda objektif nitelik taşımak zorundadır. Sübjektif bakış açısı ile bilimsel bilgi elde etmek mümkün değildir. Bu bakımdan bilimsel bilginin peşinde koşan bilim insanının sübjektiviteden kendisini arındırması, kendi değer yargılarından arınmaya çalışması gerekir.

Görüldüğü üzere bilimsel bilgi gelişi güzel elde edilmeyen belli, yönleme, metoda dayanarak elde edilen ve belli bir sistematığe göre düzenlenen bilgidir. Bütün zaman ve koşullar için geçerli olduğu kabul edilen bilimsel bilgi, aynı zamanda "hakikati" bulma amacı taşır (Öktem ve Türkbağ 2001: 15-16).

Bilimsel bilginin genel bir tanımını yapma konusu, belli dönemlerde, düşünürler, bilim adamları arasında zaman zaman tartışmalara sebep olmuştur. Ama kanımızca bundan daha önemlisi hangi alanlarda bilimsel çalışma yapmanın, bilimsel bilgi elde etmenin mümkün olup olmadığı hakkında yapılan tartışmalardır. Önceki bölümlerde de değindiğimiz gibi bilim adamları genel olarak günümüzde temel iki bilimsel sahanın varlığını kabul etmişleridir: Doğa Bilimleri ve Sosyal Bilimler. Birçok farklı disiplini içeren bu iki alanın en önemli belirleyicileri "soyut" ve "somut" ikilemidir. Bir başka deyişle "maddi" olanla "manevi" olan arasındaki ayırım veya birlikteliktir.

Doğa alanı bizlere gözlemlenebilen, nedenselliğe dayanan, somut, maddi bir ortam sunmaktadır. Bu alan üzerinde deney ve akılla belli sonuçlara ulaşmak mümkündür. Bu alan, doğaya ait gerçeklik alanı olarak da tanımlanabilir. Ancak sosyal bilimler alanına gelince biraz daha karmaşık ve zor bir durumla karşılaşırız. Sadece deney ve akıl tek başına bilimsel bilgi elde etmek için yeterli olmayabilir. Zira bu alan, içinde somutun yanında "soyutluğu" da barındıran bir alandır. İnsanın kendi yarattığı, kurallarını kendi belirlediği bir alandır. Sosyal bilimler alanı, doğa bilimleri alanında olduğu gibi salt somut olanı, maddi olan değil aynı zamanda soyutu da, manevi olanı da içerir. Bir başka deyişle, bu alan soyut ile somutun girift bir şekilde birbirine karışmış olduğu bir alandır.

İşin içine insanın manevi öğeleri girince, ister istemez inaçlar, önyargılar, değer yargıları ve sübjektivite de, bilim adamının araştırma konusu olan sosyal olay ve olguların oluşumunda öyle ya da böyle, az ya da çok etkili olacaktır. Bütün

karmaşıklık ve tartışmalar da bu noktada kendisini göstermektedir.

Böyle bir alanda bilimsel çalışma yapılabilir mi? Bilimsel bilgi elde etmek mümkün olabilir mi? Eğer bu mümkünse, bu alanda yapılacak bilimsel çalışmada hangi yöntem ve metot ve/veya metotları kullanmak mümkün olabilir? Bu alanda kavramsallaştırmaya gitmek nasıl olabilir? Eğer bütün bunlar mümkünse bu sahadada elde edilecek bilimsel bilginin mahiyeti veya güvenilirliği doğa alanında elde edilen bilimsel bilgiden farklı mıdır? Bu alanda elde edilen bilimsel bilgi doğa bilimlerinde elde edilen bilimsel bilgi gibi evrensel nitelik gösterebilir mi? Yoksa zaman ve çağa göre değişken nitelik taşıyan bir bilimsel bilgiden mi söz ediyoruz? Ve son olarak da bu alanda bilimsel bilginin, "hakikatin" peşinde koşan bilim adamı kendi değer yargılarından arınarak, tam bir objektivite içinde sosyal olay ve olguları irdeleyebilir mi? Yoksa sosyal bilimler alanında sübjektiviteden tamamiyle arınmak sözkonusu olamayacağı için, tam bir objektivitenin sağlanamayacağı gerçeğini kabul edip, farklı bakış açılarının bu alandaki bilimsel bilgi birikimine zenginlik katmasını düşünerek hareket etmek mi gerekmektedir?

Bütün bu soru ve sorunsalları çoğaltmak mümkündür. Ancak burada amacımız bütün bu soru ve sorunsalların hepsini tek tek ortaya koyup, çözümlerini aramak değildir. Buradaki temel amacımız, sosyal bilimler alanında bilimsel bilgi elde etme yönteminin, doğa bilimlerinde bilimsel bilgi etme yöntemiyle her zaman birebir örtüşmeyeceği noktasına dikkati çekmektir.

2.3.1.2.1. Doğaya İlişkin Bilimsel Bilgi-Doğa Bilimleri

Doğa bilimleri veya başka bir ifade ile fizik alana ilişkin bilimler, evrende cereyan eden eden maddi fenomenleri inceler. Bir başka anlatımla doğa bilimleri doğanın "matematizasyonudur". Klasik bilim düşüncesi doğanın her zaman aynı şekilde işleyen, aynı şekilde kendi kendini tekrar eden kuralları-yasaları olduğu düşüncesinden beslenir. Galileo'dan Einstein'a kadar Batı bilimi "doğa yasaları" üzerine temellenmiştir (Mayor ve Forti 1995: 2). İnsanoğlunun iradesi dışında kendi iradesi bağlamında, kendi yasaları çerçevesinde işleyen ve hareket eden bu düzenekle insanoğlu gözlem ve deney aracılığıyla iletişim kurar. Duyu organlarıyla algıladığı dış evrenden gelen bulgular doğa bilimlerinin dağarcığını oluşturur. Fizik, kimya, biyoloji, botanik, astronomi (kozmoğrafya), zooloji doğa bilimleri içerisinde yer almaktadır.

Bu etüt alanlarının hepsi maddidir, manevi tarafları yoktur; iyi - kötü, güzel - çirkin gibi değerlendirmelere konu olmazlar. Doğa bilimleri nitelik (kalite) değil nicelik (kantite) bilimidir. Fizik, kimya, biyoloji dış evreni ele aldığı kadar iç evreni, bedenimizi de inceler. Somut, maddi mahiyetteki bu tür inceleme, psikoloji ve psikiyatri alanına yansınca ahlaksal, manevi, ruhsal bir niteliğe dönüşebilir. Fizik ve kimyasal mahiyeti olan yürek çarpıntısı, sinir hücreleri bizde ruhsal tezahürlerin doğumuna yol açabilmektedirler.

Fizik, değişim sürecine girmemiş maddenin incelenmesidir. Kimya ise değişime maruz kalan maddenin farklı aşamalarını inceler.

Doğa bilimleri gözlem yapar, gerçeği hakikate dönüştürür ve açıklamasını yapar. Doğa bilimlerinde değerlendirme yoktur. Örneğin maddenin ısıtılması halinde genişlemesi somut bir olgudur. Genişleme ölçümleri saptanır o kadar. "Aman maden neden genişliyor, çok fena pek de çirkin, ahlaksızlık" gibi değer yargıları fizik ve kimyada söz konusu olamaz.

Doğa bilimlerindeki hakikatler tüm zamanlar için geçerlidir. Su dün, bugün ve yarın hep 100 'de kaynar. Yerçekimi Kanunu tüm zamanlar için geçerlidir. Doğa kanunlarında "kaçınılmazlık", "zorunluluk" doğaya hakimdir. Doğa bilimleri bu zorunluluğu inceler. Elde ettiği verilerle zorunluluğun getirdiği bazı olumsuzluklardan kendini korur; zorunluluk üzerinde egemenlik kurar.

Doğada sebep - sonuç zinciri vardır. Her şeyin bir nedeni vardır. Doğa bilimleri işte bu zorunlu ilişkiyi inceler. Aynı nedenler aynı sonuçları doğurur. Keza doğada yoktan hiçbirşey varolamaz. Doğa bilimleri işte bu bakış açısı içerisinde analizler yapar.

Doğada, her şeyin bir nedene bağlı oluşması, yoktan hiçbir şeyin doğmasına "determinizm" denir.

Doğa bilimlerinde belirleyici yöntem tümevarımdır (induction). Tümevarım yönteminde, insan aklı deneyden yol alarak daha küçük olayların kavranıp anlaşılmasından daha büyüklere geçer ve genel-geçer kanunlara ulaşır. Başka bir anlatımla bir silsile izleyerek küçük olaylardan büyüğüne; oradan da kanunlara ulaşır.

Tümevarım yönteminde en önce bir varsayım (hipotez) ortaya atılır. Deney ve gözlemlerle bu varsayımın doğrulanması işlemine başlanır. Doğrulanmış varsayım artık kanundur, doğa kuralının keşfidir (Altunışık ve Bayraktaroğlu 2004: 21).

Doğrulanmış hipotez artık kanun haline gelince ondan hareketle yeni keşiflere, çözümlere yönelinir. Kanundan hareket edilmesinin adı ise tümdengelimdir.

Varsayım, deney öncesi akıl yürütmedir. Örneğin atomun keşfinden önce atomların varolabileceği varsayımı, hipotezi vardı. Demokrit ve Epikür atomları keşfetmedi; atom hipotezini ortaya attı. Atomun keşfi için aradan 2000 yıl geçti. Aynı şekilde mikropların keşfi de aynı sürece tabi olmuştur.

Varsayımlar kanıtlanmadığı sürece onlardan kuşku duymak gerekir. Böylece elde edilen bilgiler objektif gerçeklik olarak karşımıza gelir ve tüm insanlığın malı olur. Kimse aksini söyleyemez; söylendiği taktirde yukarıda belirttiğimiz yöntemlerle hipotezini kanıtlamak mecburiyetindedir.

Doğa bilimlerinde aynı kuralların aynen tekrarı söz konusudur. Yani aynı alanda deney yapan herkes, yüzyıllar boyunca aynı sonuca ulaşır. Tüm bu süreçlerden sonra ulaşılan genel kuramlar temel bilimsel verilerdir. Genel kuramlardan yol almak suretiyle artık yeni analizlere geçilecek, yeni sentezler üretilecektir.

2.3.1.2.2. Toplumsal Yaşama İlişkin Bilimsel Bilgi -Sosyal Bilimler

İnsanın müdahale ve kontrolü olmaksızın işleyen ve devinimini sürdüren doğa alanının, bir başka deyişle doğal gerçeklik alanının yasalarının bilim aracılığı ile keşfedilebileceği ve bunun insanı doğa karşısında güçlü ve hakim kılaacağı düşüncesi 19. yüzyıl başlarında toplumsal düzleme uzanmıştır. Aynı mantık ve bakış açısı toplumsal yaşamın da kurallarının var olduğunu ve bilim aracılığı ile bunların keşfedilebileceği düşüncesini geliştirmiştir. Toplumsal yaşama ilişkin bilimsel bilginin mümkün olduğu düşüncesi, toplumsal olgu ve olayların sorgulamasını felsefeden kopararak, doğa bilimlerinin yanında yeni bir alan inşa etti. Bu yeni alan insan için daha iyi ve insanca bir yaşamın sırlarını, kurallarını bulabilme iddiası ile yola çıkarak, bu günün çoklu hale gelen toplumsal realitelerini derinlemesine analize tabi tutmayı amaçlayan, içinde birbirinden farklılaşmış disiplinleri barındıran bir görünüm kazanmıştır. Toplumsal yaşama ilişkin bilimsel bilginin mümkün olduğu düşüncesinden hareket ederek, toplumsal realiteleri ve bu bağlamda insanı ve konumunu sorgulayan disiplinlerden oluşan bu yeni alanın adına ülkemizde de yaygın kabul gördüğü şekliyle sosyal bilimler denmektedir.

2.3.1.2.2.1. Sosyal Bilimlerin Özellikleri

Sosyal bilim kavramı en genel tanımıyla, toplumu ve insan ilişkilerini inceleyen araştırma dalları için kullanılan genel adlandırmadır. Doğa bilimlerinden farklı bir alan olarak kendisini ortaya çıkaran sosyal bilimler 19'uncu yüzyılda gelişme göstermiştir. Doğa bilimlerinden farklı, bağımsız bir bilim alanı olduğunu ispat etme düşüncesi ve çabası düşünürleri sürekli olarak, sosyal bilimleri doğa bilimleri ile karşılaştırma yapmaya itmiştir.

Sosyal bilimler alanındaki yoğun ve nihayi bir sonuca hiçbir zaman ulaşamayan metodolojik tartışmalar özellikle kaynağını bu noktadan almaktadır. Doğa bilimlerinin metodolojik yaklaşım ve yöntemlerinin sosyal bilimler alanında geçerli olup olamayacağı tartışmaları başlangıçtan günümüze kadar devam edegelmiştir. Bu temel sorunsalın yanında, sosyal bilimlere ait disiplinlerin sınırlarını net bir şekilde çizmenin doğa bilimlerindeki disiplinlere oranla neredeyse imkansız olması, hangi disiplinlerin bu alana girip girmeyeceği konusunda da tartışmalara yol açmıştır (Gulbenkian Komisyonu: 1996).

Temel araştırma nesnesi insan olan sosyal bilimler, temelde hangi disiplinleri içermektedir veya içermelidir? Örneğin insanı temel inceleme nesnesi olarak alan disiplinlerden olan psikoloji bu bağlamda tartışmalı bir konumdur. Bazıları psikolojiyi sosyal bilimler kategorisine sokarken, genel kanı psikolojinin doğa bilim-

leri alanına girmesi gereken bir disiplin olduğu yönünde gelişmiştir. O halde psikolojinin bir bölümü doğa bilimi, öteki bölümü ise insan bilimlerinin yani sosyal bilimlerin içine girer (Rickman 1992: 11).

Bilim sadece dış evrene, bilimin nesnesine değil; insana yani dış evreni gözlemleyen, inceleyen iç evrene, bilimin öznesine de yönelmektedir. İç evren sadece maddi bir oluşum değildir. Ruh, bilinç ve vicdan diye adlandırılan manevi, ahlaksal öğeler iç dünyamızı biçimlendirmektedir.

Sosyo-moral bilimler aynı zamanda manevi özelliklerin etkili olduğu alanı da inceler. Bu incelemede hem bireyin (süje) özel ruh yapısı ele alınır; hem de diğer bilinçlerle olan ilişkileri bilimsel incelemelere tabi kılınır. Moral sözcüğü burada fizik dışı olmayı ifade etmektedir. Yani beyinsel, ahlaksal, ruhsal anlamına gelir. Sosyo-moral bilimlerde doğrudan insana yönelik söz konusudur.

Bu bağlamda, örneğin psikoloji bireyin iç dünyasını, ruhsal yapısını inceler. Burada devreye mantık, ahlak, estetik ve metafizik girer. Psikoloji insanı, insan ruhunu tanıma ve anlamının bilimidir. İnsanı birey olarak inceleme alanıdır. İnsanın davranışları, düşüncesi, biyolojik konumunun ruhsal yapısına etkisi psikolojinin inceleme alanına girmektedir.

Sosyo-moral bilimler içine giren bir başka önemli disiplin sosyolojidir. Sosyoloji birbirleriyle ilişki halinde olan insan topluluklarını inceler. Ve bundan genel kurallar çıkarır. Sosyoloji bireyi bir anlamda soyutlar, onun içinde olduğu toplumu inceler.

Yine sosyo-moral bilimler içinde yer alan tarih de önemli bir konum arz eden temel disiplinlerdendir. Tarih geçmişle şimdiki sürekli olarak birbirinden ayıran bir araştırma alanı olarak bütün sosyal bilimlerin kaynağıdır (Giddens 1994: 20). Tarih insan topluluklarının geçmişini ele alır. Tarih, insanı zaman süreci içerisinde ele alarak inceleyen bilim dalıdır. Ancak iç dünya, iç dünyaların birbirleriyle ilişkilerinde doğa bilimlerinin konu alanına giren şeyler de yer almaktadır. Çünkü insan ruhsal bir varlık olduğu kadar kimyasal, fiziksel, biyolojik özellikleri de kendinde taşır.

Sosyal bilimlerde de tıpkı doğa bilimlerinde olduğu gibi sebep-sonuç ilişkileri, gözlem, deney geçerli yöntemlerdir. Ancak doğa bilimlerinden farklı olarak sosyal bilimlerde genel - geçer olma özelliği bugün ve geçmiş açısından sözkonusudur, çünkü insan iradesinin etkili olduğu bu alanda, iradenin yapacağını şimdiden kestirmek mümkün değildir. İleride olabilecek yeni bir bakış, yeni bir keşif sosyal yapıyı değiştirebilir. Yeni oluşacak sosyal yapı, sosyal bilimler açısından yeni özellikler gösterebilir. Bu bakımdan daha önceki bölümlerde de değindiğimiz gibi, sosyal bilimler açısından salt pozitivist bakış açısına dayanan bir metodun kullanılmasının doğru bilgi elde etmede yeterli olmayacağı açıktır. Örneğin 1930'ların Türkiye'sinde yapılmış sosyolojik saptamaların, tahlillerin bugün aynen geçerli olduğunu kabul etmek elbette mümkün değildir. Tarih içinde toplumlar sürekli bir devinim ve

akışkanlık içinde sonsuz bir hareketlilik gösterirler. Bu hareketlilik toplumdaki değişimi ve dönüşümü sürekli dinamik tutar. Buna paralel olarak da kendimizi sonsuz bir olgular, olaylar ve değerler denizinin içinde buluruz. Hangi olgu ve olayların bilimsel açıdan değer taşıdığı, bu olay ve olguları incelerken değer yargılarımızdan ne kadar arınıp arınamayacağımız konusu ise her zaman için tartışmaya açık bir problematik olarak karışımıza çıkabilir.

Sosyal bilimlerde plüralite vardır. Çokluk gündemdedir. İnsan birçok açıdan ele alınmaktadır. Birey, toplum, tarihi oluşturan bir yapı, vs., iradenin ön plana çıktığı bir kimlikle karşımıza gelir. Tarihi ve toplumu insanoğlu kendi iradesiyle oluşturmaktadır. Oysa doğanın oluşum ve varoluşunda insan iradesinin etkisi yoktur. Başka bir anlatımla insan doğa bilimlerini yaratmamıştır. Doğa onun dışında vardır ve oluşmuştur. Oysa sosyal bilimlere konu olan alanların yaratıcısı, kesinlikle insandır. Bio-fizik yapısının oluşumunda katkısı yoktur. Ama o biyo-fizik yapı onu eylemlere iterek iradi bir şekilde sosyal olayların doğumuna yol açmaktadır. Böylelikle sosyal yaşamı ve tarihi insanoğlu yaratır. Bu durum, yaratma, oluşturma gücü, onun özgür iradeye sahip olduğunun göstergesidir.

Sosyal bilimlerin bir başka özelliği, daha önce de yer yer değindiğimiz üzere değer yargısının bu alanda yer almasıdır. İyi - kötü, güzel - çirkin, ahlaklı - ahaksız, adaletli - adaletsiz ayrımları sosyal bilimlerde gündeme gelir. Buna bağlı olarak ki, toplumdaki patolojik olaylar saptanır ve belli değerlere göre tedavi cihetine gidilir.

Oysa yukarıda belirttiğimiz gibi doğa bilimlerinde değer yargısı yoktur. Sosyal bilimlerde toplum, tıpkı doğa bilimlerinde olduğu gibi önce kozal ilişkiler içinde, zaman - mekan koşullarında gözlemlenir, ele alınır, saptamalar yapılır. Daha sonra o toplumun nasıl olması gerektiği, nasıl bir şekilde örgütlenmeye gidileceği hususları tartışılarak ideal toplum tipleri çizilir. Emile Durkheim'in sosyolojisinin "toplumsal olguları şeyler olarak incele" ilkesi bu duruma verilebilecek güzel bir örnektir. Zira, Durkheim, bu ilkeyi gözeterek toplum yaşamının, doğadaki nesnelere ya da doğa olaylarının özünü oluşturan "kesinlik" ile çözümlenebileceğine inanıyordu (Giddens 2000: 8). Bu durum tıpkı doğayı tanıyan, anlayan doğa bilimlerinin elde ettiği bulgu ve verilerle insanı tedavi sürecine girmesine benzer. Sosyal bilimlerden elde edilen bilgi ve verilerle, bu kez sosyal bünyedeki bozuklukların tedavisine gidilir. İnsanlar insan olmaya yöneltilir.

Yukarıda belirttiğimiz tedavi sürecinde değer yargıları gündeme gelir. Patolojik toplum yapılarında tedavinin ilacının adı güzel, doğru, iyi, hakikate uygun değer yargılarıdır. Nasıl doğa bilimlerinin verilerinden hareketle tıp teknolojisi sağlıklı bir bedeni oluşturmayı hedeflemekteyse, sosyoloji de sosyal bilimlerin verilerinden hareketle sağlıklı bir toplum kurmayı hedefler. Her iki bilim alanının amacı patolojiyi yok etmektir.

Sosyal bilimlerin temel taşlarından biri olan sosyoloji sosyal olayları inceler.

Sosyal olayların belli özellikleri vardır. Sosyal olaylar insan topluluklarının ürettiği şeylerdir. Bir başka deyişle kolektif bir özelliği vardır. Eğer tek bir kişinin münferit hareketi diğerlerini etkilemiyorsa sosyal olay değildir. Bir insanın kanaryasını sevmesi, ona bakması sosyal olay değildir; ama kanarya sevenlerin bir dernek kurarak kanaryalarla ilgili kolektif faaliyete geçmesi sosyal olaydır. Artık tek tek bireyleri aşan, onların üstünde bir eylem aşamasına geçmiştir.

Aslında kolektivite ile bireyi birbirinden kesin sınırlarla ayırmak mümkün değildir. Kolektivite bireysel, psikolojik bilinçlerin tek tek birleşmesidir ama birleşince değişik bir tablo ortaya çıkar. Hiçbir birey "ben" bilinci dışında değildir. Ama o "ben", "seninle", "bizimle" birlikte hareket eder; onlar olmadan varlığın sürdürmez. İnsan kendisini ancak topluluk içinde ifade edebilir. Hem bireysel ve bedensel olarak vardır; hem de toplumsal olarak.

Kolektivizm-psikolojizm ikilemi sosyal olayın bireyden veya kolektiviteden hareketle incelenmesi çatışmasına yol açmıştır. Max Weber'in Anlaşış Sosyolojisi, enteraksiyonu (karşılıklı etkileşim) kabul eder.

Sosyal olaylar objektif mahiyettedir. Bununla şu anlaşılır:

Bu olaylar somut, bizim dışımızda, nesnel kimliktedir. Birer objektif tasavvur, olgu olarak karşımıza gelir. Objektivite ise üç açıdan ortaya çıkmakta ve incelenmektedir: Somut kuramsal yapılar, kurumların ürettiği somut kolektif tasarımlar, genel olarak kitle psikolojileri. Örneğin nüfus, erkek - kadın ayrımının oranı, ücret dağılımı, çalışma koşulları, savaş, barış, seçim sandıklarının yapısı, suç ve somut objektif olaylardır. Her biri tıpkı doğa fenomeni gibi ele alınır ve incelenir.

Sosyal olayların objektivitesi vardır, ama inceleyen sosyolog ne ölçüde objektiftir. Hepimizde önyargılar, koşullandırmalar mevcuttur. İnanç, din, ırk, sınıfsal unsurlar, bireysel psikolojiler kişileri sübjektiviteye götürür. Bu durumun önüne nasıl geçilecektir? Bir yandan genel, objektif, bilgi nesnesi öte yandan bireysel, sübjektif bilgi öznesi ikilemi ve zıtlığı bizi hakikate, doğru bilgiye götürebilir mi?

Sosyal bilimlerde tarihsel incelemelerin objektivitesinin sağlanması güçtür. Objektiviteyi sağlamak için öncelikle özeleştiriyeye gitmek ve kendi bilgilerimizi mutlak doğru olarak görmemektir. Bununla birlikte bir sosyal bilimci tarihsel bilgileri karşıt kaynaklardan öğrenmek, tarihi övünç kaynağı olarak haline getirmemek, her ulus ve grubun da tıpkı kendi ulusumuz ve grubumuz gibi kahraman olduğunu kabul etmek gibi kriterlere uymak durumundadır.

Buraya kadar anlatılanları kısaca özetlemek gerekirse, sosyal bilimlerde doğru bilgi elde etmenin esasları şunlardır:

- Pozitivite, somutluk. Pozitif olguları ele almak ve pozitif açıklama getirmek.

- Hurafelerden, önyargılardan uzak durmak.
- Objektivite, değer yargılarından arınarak değerlendirmelere gitmek.
- Genellik. Genel kurallara ulaşmak; incelenen olayın genele olan bağıını kurmak.
- Analiz. Deneyler, testler, araştırmalar yapmak.
- Determinizm. Sebep-sonuç ilişkileri. Diyalektik ilişkiler. Keyfiligi dışarlamak.
- Ölçmek. Nedir? Ne değildir? Miktarı? Diğer benzer olaylarla karşılaştırma.

- Bütün bu kriterlerle birlikte "anlama" olgusunun işin içine katılması. Sosyal olay ve olguların derininde yatan temel saiki, motifi anlamaya çabalamak sosyal bilimlerin alanında yapılacak bir çalışmada temel gereksinimlerden biridir. Pozitivist zihniyetin ve bu zihniyete bağlı paradigmal bakış açısının hakim olduğu bizim gibi toplumlarda bu kısım ihmal edilmekte, bilimsel çalışma veya bilimin kendisi söz konusu olunca araştırmacılar salt, katı bir pozitivist yaklaşımı tercih etmekle yetinmektedirler. Hatta "anlama" olgusunu işin içine katmayı gerekli gören yaklaşımları küçümseyerek, bu yaklaşım içerisindekileri bilimsellikten uzaklaşmakla suçlamaktadırlar. Oysa ki çalışmamızın başından beri sıklıkla değindiğimiz, sosyal bilimlerin soyut ve somuta ilişkin verilerin karmaşık bütününden oluşan grift yapısı, anlama olgusunu göz önünde bulundurmamayı gerekli kılmaktadır.

Anlama olgusu, pozitivist bakış açısının eleştirdiği gibi bilimden uzaklaşarak felsefeye kapılmayı işaret etmez. Aksine felsefi düşünce biçimini dışlamayan, daha zengin bir metodolojiyi sosyal bilimlerin alanında geliştirmeyi hedefler.

2.3.1.2.2. Sosyal Bilimler ve İletişim

Buraya kadar olan bölümler içerisinde genel hatlarıyla bilginin ve bilimin, ne olduğunu mahiyet açısından irdelemeye yöneldik. Bu bağlamda, doğa bilimi-sosyal bilim ayrımının ve/veya kesişmelerinin felsefi sosyolojik bakış açısına dayalı metodolojik tanımlamasını yaptık. Şimdi "iletişim" in bilgi, bilim, sosyal bilim-doğa bilimi bağlamındaki konumunu ele alalım.

Her şeyden önce iletişim çalışmaları için kesinlik içeren bir sınır çizmek çok güçtür. Zira iletişim çalışmaları bazı yönleriyle doğa bilimlerinin metodolojisine (örneğin bilişim), bazı yönleriyle sosyal bilimlerin metodolojik yaklaşımlarına ve bazı yönleriyle de bu ikisi dışında kalan sanatın bakış açısına ihtiyaç duymaktadır. Ülkemizde de son yıllarda iletişim fakültelerinin bünyelerinde yer almaya başlayan 'Görsel İletişim Tasarımı' bölümleri iletişimin sanatın bakış açısından beslenebileceği ve/veya beslenmesi gerektiği görüşünü destekleyici güzel bir örnektir.

En temel iletişim modellerini göz önünde bulundurarak bu varsayımı açıkla-

mak mümkün olacaktır. Bu modeller özetle mesajın kaynağı, bu kaynağı ileten kanal ve mesajı alıp çözümleyen kitle olarak tanımlanabilir. Mesajı alıp çözümleyen alıcı genel olarak hedef kitle olarak tanımlanan yapıdır. İletişimcinin işi de aslında genel itibarıyla bu yapıyı çözümlenektir. İster kitle iletişim çalışmaları olsun isterse kişilerarası iletişim bağlamında çalışmalar olsun sonuçta iletişimcinin ilgi alanı hedef kitlenin kendisidir. Hedef kitle bireylerden oluşan bir yapı olduğuna göre bu yapıyı insana ait gerçeklik alanının bir parçası olarak konumlandırmak da sanırız yanlış olmaz. Bu durumda insanın değer yargılarının, inanç boyutunun, değerlerinin, kültürel motiflerinin ve kodlamalarının bütününden oluşan, tarihsel süreç içerisinde sürekli yapısal değişim, dönüşüm geçiren bir yapıdan bahsediyoruz demektir. Yani bu yapı insan ögesinin kendisinden oluştuğuna göre salt kuru bir fizik alan değil, aksine son derece kaotik, grift insansal özellikleri barındıran bir inceleme nesnesidir.

O halde aslında iletişimci tam da sosyal bilimlerin ortasına düşmüş demektir. Zira insana ait gerçeklik alanının analizini bilimsel metotlarla yapmak 19'uncu yüzyılın başından beri sosyal bilimcilerin işidir. Ancak bu alanda iletişimci kendi alanıyla diğer sosyal bilimler arasında ne gibi farklılıklar ortaya koyabilir? İletişimci öncelikle üzerinde çalıştığı alanın yapısını, doğasını mahiyetinin çok iyi analizini yapmak ve bu konuda farkındalık geliştirmek zorundadır. Bu her zaman genel geçerlik içermeyen, dolayısıyla her durumda keşfedilmesi gereken veya keşfedilmesi mümkün olan, kesinliğe dayalı yasaları bulunmayan ancak somut öğeleri de barındıran alan iletişimcinin ana malzemesidir. Dolayısıyla bu alanda yapacağı çalışmalar, hem doğa bilimlerinin hem de sosyal bilimlerin başat metotlarının hemen hemen hepsini kullanmayı gerektirecektir.

İletişim çalışması gerçekleştirecek bir iletişimci öncelikle doğa bilimlerinin mantığı ile hareket ederek, incelemek istediği olgu veya olayı laboratuvara sokacak, yani pozitivist metodolojiyi dışlamadan veri toplayacaktır (saha çalışmaları). Böylece somut olan verileri, somut olanı irdeleyecek daha sonra kendi değer yargılarından arınarak, kendindeki önsel düşünce kalıplarından, hurafelerden, vs.'den arınarak elindeki somut verileri değerlendirecektir. Bu aynı zamanda hedef kitlenin tüm yönleriyle analizini gerçekleştirme anlamına gelmektedir. Elindeki kuramsal ve somut veriler ile sebep sonuç ilişkisini kuran araştırmacı, irdelediği konuyu insana ait gerçeklik alanından seçtiğinden dolayı tarihsel ve sosyolojik bir perspektif içinde ele almak zorundadır. Buraya kadarki yaklaşımda görüldüğü üzere ağırlıklı olarak somutluk esastır.

Bundan sonrasında ise iletişimci bilim insanı hedef kitleyi psikoloji, dilbilimi, tarih, sosyoloji, sosyal psikoloji gibi birçok disiplinin verilerinden de faydalanarak anlamaya ve çözümlenmeye çalışacaktır. Ancak yukarıda özetlenmeye çalışılan bakış açısı ile elde edilen verilerin bütünü bilimsel dayanaklara oturan bir iletişim çalışmasını ortaya çıkaracaktır. Kaldı ki, kitle iletişim kuram ve çalışmalarına bakmak da bu bakış açısını doğrular niteliktedir. Zira kitle iletişim kuram ve çalışmalarının bizatihi kendileri de günümüze kadar gelen süreç içinde sosyal

bilimlerin içinde filizlenip gelişmiştir (Erdoğan ve Alemdar 2002: 41). Bu yüzden iletişimi diğer sosyal bilimlerin verilerine "hiç ihtiyaç duymayan" bir alan olarak tanımlamak imkansızdır.

Demek ki, iletişim çalışmalarının dar kalıplar içinde algılanıp yönlendirilmesi bilimsel temellerle oturan bir iletişim çalışmasının ortaya konması için yeterli olmamaktadır. İletişimcinin malzemesi olan "insan ögesi" insana ait çözümleme yapan bir çok sosyal bilimin verisine ihtiyaç duymaktadır. Ancak altını kalın çizgilerle çizmek gerekir ki, bu durum iletişimin kendisinin "bilimsel" olmadığı ya da "bilim" olmadığı manasına gelmez, aksine "inter-disipliner" (disiplinler arası) bilim kimliğini ortaya koyar.

Bilimler, bilindiği üzere kuramlardan oluşur. Bu sebepten kendi yapısı içinde kuramlar geliştirilmiş bir alanın bilimselliğini tartışmak da zaten son derece anlamsızdır. Ancak bilimin ve teknolojinin insanlık için belirlediği yeni sosyo - ekonomik, sosyo - kültürel realite ve/veya realiteler tek yönlü, dar uzmanlık alanlarına sıkıştırılmış bakış açıları ile analiz edilemeyecek kadar kaotik görünmektedir. Bu kaotik ve girift yapının analizinin farklı bakış açılarına duyduğu ihtiyaç aslında 'iletişim' gibi bir bilim alanının ortaya çıkmasında da etkili olmuştur. Bu bilim, aynı zamanda ortodoks (klasik ana , başat) bir paradigma içine sıkıştırılmayacak kadar geniş bir düzleme oturmaktadır. Zira yukarıda değinildiği üzere, yeni sosyal realitenin yapısı, tekli bakış açıları üzerinde geliştirilmiş metodolojiler ile analize pek de müsait görünmemektedir. Bu bakımdan burada amacımız iletişimin bilim olup olmadığını tartışmaktan ziyade inter - disiplinler bir bilim olduğu noktasına güçlü bir vurgu yapmaktır. Bu bakımdan belki de iletişim bilimi yerine iletişim bilimleri ifadesini tercih etmek yanlış bir yaklaşım olmayacaktır.

2.3.1.3. Felsefi Bilgi

Felsefe insan yaşamının özünde yatan en temel varsayımların eleştirel ve rasyonel bakış açısıyla incelenmesidir (Erdoğan 2003: 19). Doğadaki olay ve olguların sorgulanması bizi sonunda en temel sorunsala götürür: "İlk Neden". Doğa olaylarını sorgulayan, bilimsel bilgiyi kullanarak doğadaki genel geçer kuralların keşfine çabalayan bütün araştırmacıların ister istemez yüz yüze geldikleri son nokta: "İlk neden" nedir? Bu temel sorunsalın cevabı benimsenen dünya görüşüne, paradigmaya göre değişebilir. Materyalist paradigmaya dayalı bir bakış açısı ile dünyayı tanımlayan bir araştırmacı ilk nedenin açıklamasını madde bağlamında ararken, idealist felsefeye veya bağdaştırıcı felsefelere dayalı olarak dünyayı tanımlamaya ve açıklamaya çabalayan araştırmacılar, aradıkları soruların yanıtlarını idealitede veya madde - ide bağdaşımında bulmaya çalışacaklardır. Bu en temel sorunsaldan yola çıkarak, kendisini ve evreni tanıma çabası içerisinde olan filozoflar Antik Çağ'dan günümüze değin uzanan derinlemesine bir bilgi birikiminin yaratıcısı olmuşlardır.

İnsanoğlunun kendisini ve evreni tanıma, tanımlama ve konumlandırma

çabasının ilk önce irrasyonel açıklama şemalarıyla gerçekleştiğini görüyoruz. Bu noktada, modern toplumların düşünsel ve teknik temellerinin oluşumunu sağlayan disiplinlerin, bilimsel alanların oluşmasında doğrudan etkisi olan Antik Yunan felsefesinin (özellikle doğa felsefesinin) ortaya çıkış aşamalarına genel hatlarıyla göz atmak konunun anlaşılması açısından somut bir örnek teşkil edecektir.

2.3.1.3.1. Mitolojik Düşünceden Felsefeye Geçiş

Antik Yunan insanı M.Ö. 6. yy. dolaylarına kadar evreni, doğayı, kendisini anlamlandırma çabasında mitolojik düşünceye dayalı bir açıklama şemasından faydalanmıştır. Buna göre, başta doğa fenomenleri olmak üzere sosyo - ekonomik, sosyo - kültürel yapı üzerindeki olay ve olgular tanrıların düşüncelerinin ve eylemlerinin ürünleri olarak kabul edilmiş, bunları bir dizi mitos ile açıklamaya çalışmıştır (Şenel 1998: 123). Bu açıklama şeması, Antik Yunan insanının kendi çağı ve koşulları içerisinde değerlendirildiğinde yerindedir ve kendi içinde bir "rasyonalizasyona" sahiptir.

Modern insanı ele aldığımızda, kendisinin tarih tarafından oluşturulduğuna dair bir inanç taşıdığını ve kendisini tanıma, anlamlandırma ve açıklama çabasına cevap oluşturan "bilimsel bilgiyi" de temelde bu inanç üzerine inşa ettiğini görürüz. Modern insan kendisini, içinde yaşadığı sosyal dokuyu ve bu doku içerisinde cereyan eden sonsuz sayıdaki olgu ve olayları bu bakış açısı ile değerlendirmeye ve anlamaya çalışırken, arkaik toplumların bireyleri kendilerini belli sayıda mitik olayın birer sonucu olarak görmekteydiler. Modern insan bugün geldiği noktayı tarihsel bir sıralama yaparak, sistematik bir şekilde, objektiviteye dayalı olarak açıklamaya çalışırken, modern öncesi insan geldiği noktayı kendisinden önceki bir dizi olayın gerçekleşmesine bağlar ve bunların mitik zamanlarda geçen olaylar olduğunu, dolayısıyla da bunlara kutsallık atfedilmesi gerektiğine inanır (İşler 2004: 15). Bu aynı zamanda iç içe geçmiş bir sistem olan, içinde bulunulan evreni, doğayı ve insanoğlunun hem kendi yaratıp hem de aynı zamanda kendisinin içinde yaşadığı sosyal dokuyu anlamlandırma, anlama ve açıklama şemasına kutsal değerlerin atfedilmesi manasına gelmektedir.

Bu bağlamda "mitolojik düşünüş, dinsel düşünüşün ergin dönemlerinde görüleceği gibi tümdengelimle dayanan biçimi değil, bu düşünüşün benzetmelere, analogiye dayanan ilk, bir bakıma gelişmemiş biçimidir. Bu düşünüşte doğa güçleri canlı varlıklar (Tanrılar); insan - doğa, insan - insan ilişkileri ve doğal olaylar, tanrıların düşüncelerinin ve eylemlerinin ürünü görülerek, bir takım mitoslarla açıklanmaya çalışılır" (Şenel 1998: 123).

Antik Yunan insanının yukarıda genel hatlarıyla tanımlanmaya çalışılan mitolojik düşünceden felsefi düşünceye geçiş aşaması aslında Antik Yunan toplumunun sosyo - ekonomik yapısına ve bu yapının üstünde cereyan eden hukuksal, siyasi, sosyolojik vb. bir dizi olgu, olay ve fenomenin derinlemesine analizini gerektirmektedir. Ancak bizim burada asıl konumuzu teşkil etmemesi bakımından

bu bağlamda bir analiz yapılmayacak, konuya genel hatlarıyla değinilecektir.

Mitolojik düşünüş temelde Antik Yunan toplum yapısı üzerinde kristalize olmuş sınıfsal oluşumların birbirleriyle olan mücadelesi sonucunda yerini felsefi düşünceye bırakmıştır. Mitolojik düşünce ile doğa ve toplum sorunsallarını açıklama çabası aristokrat sınıfa atfedilmesi gereken bir özelliktir. İnsanları yöneten, toplum üzerinde yaptırım gücüne sahip bulunan aristokrat sınıf, elinde bulundurduğu siyasal erkin kaynağını bir çeşit göksel iradeye dayandırmakta, insanları yönetme hakkını Olimpos Dağı'nda bulunan tanrılardan aldığını iddia etmekteydi. Bu düşünüş biçimi, aristokrat sınıfın insanlar üzerinde yaptığı tasarrufları, yaptırımları rasyonalize etmeye yardım ediyor, aynı zamanda da inanç boyutunu da beslediği için dini inanç ile ilgili gereksinimlerini tatmin ediyordu. Ancak Batı toplumlarında, tarihsel süreç içerisinde oluşan sınıfsal yapıların ilk örneklerinin yaşandığı Antik Yunan toplumunda zaman içerisinde özellikle ekonomik bakımdan güçlenerek siyasal iktidardan pay alma isteği ve ihtirası içerisine giren bir çeşit "burjuva sınıfının" oluştuğu gözlemlenmektedir. Şarap ve zeytinyağı ticareti ile zenginleşen bu orta sınıf, Batı Avrupa tarihi içinde "burjuva sınıfı" olarak tanımladığımız sınıfsal yapı ile bir anlamda benzerlik oluşturmaktadır.

Her şeyi mitoslarla, mitik düşünce biçimiyle açıklayarak kitleleri istediği biçimde yönlendiren, özellikle siyasal iktidarı elinde bulundurma hakkını da bu kutsallık atfettiği düşünce biçimine kayıtsız şartsız dayandıran aristokrasi, bir müddet sonra gelişen bu karşıt sınıfın alternatif dünya görüşleri geliştirmesini engelleyememiştir. Büyüyen ve güçlenen bu yeni sınıf, kendisini kutsallık içeren mitolojik düşünceye dayandıran aristokrasinin gücünü önce bu düşünce biçiminin kendisini sorgulayarak kırma yoluna gitti. Şimşek çakmasının sebebi acaba karısı Hera'ya kızan Zeus olmayabilir miydi? Ya da denizde fırtına çıkıp da gemileri alabora olan gemiciler, Poseidon'u kızdırdıkları için değil de başka bilinmeyen sebeplerden dolayı bu durumla karşılaşmış olabilirler miydi? İşte başta bu basit sorulara aranan cevap, insanların doğayı anlama ve kavrama çabasında çok büyük ilerleme kat etmelerine ve daha sonrasında da evrene dair karmaşık sorunsalların irdelediği felsefi düşüncenin dev bir sistematik halinde karşımıza çıkmasına sebep olmuştur.

"Önce doğanın görünen gerçeklerini anlama ve kavramaya çabalayan bu düşünsel devrim, yani felsefi düşünüş biçimi ilk önce Yunan Yarımadası toplumlarında değil, ekonomik, toplumsal ve siyasal devrimlerini daha önce başlatmış olan İonia kent devletlerinde M.Ö.6. yy'da kendisini gösterdi. İonia düşünürleri, doğa olaylarını alışılagelmş mitolojik düşünce kalıpları dışında, farklı bir açıklama şeması ile açıklama çabası içine girdiler. Böylece doğan İonia "doğa felsefesi" ile yeni bir düşünüş, "felsefi düşünüş" tarihteki yerini almış oldu. Daha sonrasında Güney İtalya'da aristokrat filozofların yönetimi altındaki bir kent olan Kroton'da mitolojik düşünüş bir yana bırakılarak, aristokratik düşünüş bir din felsefesi düzeyinde canlandırılmaya çalışıldı. Güney İtalya'da din felsefesinin etkisiyle bir yüzyıl sonra

olan, ama daha çok insan felsefesine ağırlık veren "genel felsefe sistemleri" geliştirildi" (Şenel 1998: 124).

Antik Dönem'de mitolojiden felsefeye geçiş, insanlık tarihi açısından sorgulama sürecinin başlangıcı demektir. Artık tanrılar sorgulanmaya başlanmıştır. Yerleşik Tanrı inancını sorgulaması nedeniyle Sokrates idam edilmiştir. Sorgulayan akıl, felsefeden bilime de geçecektir. Ama bu, bir hayli zaman alacaktır.

2.3.1.3.2. Felsefeden Bilime Geçiş

Felsefi düşüncenin ve bu düşünce biçiminin "sorgulamaya" dayalı olarak ürettiği bilgi türünün ortaya çıkış aşaması tarihsel açıdan yukarıdaki şekilde genel hatlarıyla anlatılabilir. Aslında temelde tamamen insansal arzu, istek, ihtiraslardan ve de insanının en temel iç güdüsel özelliği olan merak duygusundan kaynağını alan felsefi düşünce biçimi daha sonraki dönemlerde belli bir sistematiğin içinde kendisini geliştirmiş, ontoloji (varlık bilimi), epistemoloji/gnozeoloji (bilgi kuramı yöntem açısından) ve aksiyoloji (değer kuramı) olmak üzere temelde üç bölüm içerisinde insanı, bilmek istediği gerçekliğe ulaştıracak olan "bilgiyi" ve insanın ürettiği değerlerin mahiyetini derinlemesine sorgulamıştır (Arslan 2005: 9).

Buraya kadar olan analiz, bakış açısına bağlı olarak bize mitolojik düşünce biçiminin "duygulara", felsefi düşünce biçimini ise "gerçeklere" yönelik bir irrasyonalite olarak tanımlanabileceğini göstermektedir. Gerçeklere yönelen, salt görünülele yetinmeyip zaman zaman görünenin ötesinde var olduğu düşünülen görünmeyeninin de mahiyetini anlamaya çalışan, bir başka deyişle "hakikatin" peşinde koşan felsefi düşünce biçimi, bilimlere doğurarak gerçeğe yönelik irrasyonalitesini, gerçeğe somut verilerle ulaşmaya çabalayan rasyonaliteye dönüştürmüştür.

İnsanoğlunun günümüze kadar gelen süreç içerisinde geliştirdiği bu düşünsel macera, en nihayetinde çalışmamızın asıl temasını oluşturan bilimlerin doğmasına sebep olmuştur. Felsefi düşünce biçimi, bu düşünce biçiminin ortaya çıkardığı bilgi türü zaman içerisinde çok sayıda bağımsız disiplinlerin gelişmesine, onların gruplara ve alt bölümlere ayrılmalarına kaynaklık etmiştir. İlk başta felsefenin, felsefi bilginin çatısı altına toplanan farklı alanlara ait sorunsallar daha sonrasında, birbirinden bağımsız, belli sınırları ve metodları olan bilim alanlarına, disiplinlere dönüşmüşlerdir.

İlk ve Orta çağlar, tarih, tıp ve hukuk gibi ayrı ve farklı metodlarla incelenmesi gereken konuların varlığını tanımış olmakla birlikte, çağdaş uzmanlaşmaların öncülleri olan birçok araştırma, hiçbir ayırıma gitmeden bilgi elde etme peşinde koşmuşlardır. Eflatun metafizik düşünceden bilinçli olarak kozmolojiye ve toplum kurallarına geçmiştir. Aristo'nun mantık, siyaset, psikoloji ve biyoloji üzerindeki çalışması hep bir tek büyük araştırmanın parçalarını oluşturmaktaydı. "Descartes ve Galileo'nun zamanında bile araştırmacılar kendilerini salt astronom, salt fizikçi, salt

kimyacı, salt matematikçi veya salt filozof olarak düşünmemişlerdir" (Rickman 1992: 8-9). Onlar tüm bilim alanları ve felsefe arasında yakın bağların olduğunu düşünmekteydiler.

Demek ki, son yüzyıllara dek bütün bilgiler "genel felsefe." çatısı altında bir araya gelmekteydi. Bu durum son derece normaldir. Zira, felsefe bütün bilgileri içine alan, olay, nesne ve insanların geçmişini, şimdiki anını, geleceğini derinliğine ve genişliğine bütün açılardan, tümel (külli) olarak ele alıp, irdeleyip incelemektedir (Öktem 1999: 32). Ancak zaman içinde, Rönesans ile birlikte, bilim dallarının yavaş yavaş felsefeden koptuğunu, deney ve gözleme dayalı bir sistematığı olan başlı başına birer disiplin haline gelmeye başladığını görmekteyiz. 16. ve 17. yüzyıllardan başlayarak 19. yüzyıla kadar gelen süreç içerisinde bilim gerçekten çok önemli gelişmeler kaydetti. Başta fizik, kimya, biyoloji ve jeoloji olmak üzere, birbirinden farklı konular, sınırları net bir şekilde belirlenmiş, bilimsel yöntemlere haiz bağımsız disiplinler haline geldiler ve kendilerine ait metodolojileri geliştirdiler (Rickman 1992:10). Daha sonrasında özellikle 19. yüzyılın başından itibaren de, doğa bilimlerinin yanı sıra insana ait olgu, olay ve fenomenlerin incelenip, irdelenebileceği "insan bilimlerinin" olması gerektiği yönündeki metodolojik tartışmalar ortaya atıldı. Uzantıları günümüze kadar süren bu tartışmalar, doğa bilimlerinden farklı bir alan olarak tanımlanan "insan bilimleri", "kültür bilimleri" veya ülkemizdeki yaygın kullanım biçimiyle "sosyal bilimler" in sınırlarını, metodolojisini belirlemeye yönelik bir hayli yol kat etmiştir.

2.4. Matematik ve Matematiğin Bilimsel Alandaki Konumu

Çalışmamızın buraya kadar olan kısmında sosyolojik ve felsefi temelleriyle birlikte, "bilim" in temel mantığını bilgi türleri bağlamını da içerecek biçimde ele alarak irdelemeye çalıştık. Bu bağlamda temel amaçlarımızdan olan sosyal bilim - doğa bilimi mantığını, metodolojisini, metodolojik benzerliklerini ve/veya farklılıklarını belirterek genel hatlarıyla ortaya çıkarmayı amaçladık. Zira kanımızca "iletişim" in bilimsel kimliğini, yapısını, konumunu net bir biçimde ortaya çıkarmak ve sergilemek ancak bu tartışmalar bağlamında mümkün olabilecektir.

Ancak bilimin, bilimsel mantığın irdelenmesi konusunda analizlere, saptamalara ve fikirsel temellere değinirken matematiğin konumunu da ele almak ve genel hatlarıyla değinmek gerekmektedir. Zira matematik de felsefe gibi bilimler üstü bir konumda olmakla birlikte aynı zamanda bilimsel araştırma yapmak için kullanılması zorunlu bir araçtır. Bu bakımdan matematiğin bilimler içindeki konumunu ve önemini vurgulamak gerekmektedir.

Matematiğin bilimsel alandaki konumunu ve yerini değerlendirdiğimizde aslında başlı başına bir bilim olmayıp, bilimler üstü nitelik taşıdığını görmekteyiz. Matematik bilime hizmet verir, bilimi yönlendirir. Matematik olmadan bilimsel araştırma yapmak mümkün değildir. Matematik kendi içinde cebir, aritmetik ve geometri olmak üzere alt ayırımlarla karşımıza gelmektedir.

Matematik kantite, ölçüm, büyüklük - küçüklük alanına yönelen bir uğraştır. Kalite matematiğin uğraş alanı dışında kalır. Kırmızı - yeşil, sıcak - soğuk, haz - acı gibi ayrımlar kalite nitelik ayrımlarıdır. Matematik bu tür ayrımlarla ilgilenmez. Matematik, sıcaklığın veya soğukluğun ne kadar olduğunu, yeşil alanın yüzölçümünün ne olduğunu ele alır. Yani miktarla ilgilenir. Büyüme, küçülme, çoğalma matematiğin inceleme alanına girer.

Matematik ilkeleri insan aklı saptamıştır, belirlemiştir. Bu nedenledir ki, belki de bilim kimliğini alamamıştır. "Doğada var olanın" bilimi yapılabilir düşüncesi göz önünde bulundurulduğunda bu tür bir saptama yapmak mümkün olabilir. Matematiği tanımlar, aksiyomlar, postülatlar oluşturur.

Üçgenin iç açıları toplamının 180° olduğunu insan aklı söyler ve belirler. Doğada kendisel olarak rakam diye bir şey yoktur, doğanın bizzat kendisinde dikkörtgenin iç açılarının toplamının 360° olduğu gerçeğinden söz edemeyiz. Biz doğayı tanıırken belli matematik formüller icat etmek suretiyle ona yöneliriz. Ancak aklımız aracılığı ile icat ettiğimiz formüllerle somut doğayı tanıyabiliriz.

Örneğin doğada düz çizginin hiçbir kalınlığı veya genişliği yoktur. Düz çizgi kavramını biz icat ederek mesafeleri ölçmekte kullanırız. Doğada bizim icat ettiğimiz biçimde tam mükemmel ölçümlü üçgenler, daireler, dikkörtgenler yoktur. Kuşkusuz doğada gördüğümüz nesnelere matematik aksiyomları, postülatları yaratmamızda bize örnek teşkil etmiştir.

Örneğin, ilk insan belki de doğada gördüğü iki ağaç arasında gergin duran sarmaşığa bakarak "düz çizgi" postülasını icat etmiştir.

Bütün bunları göz önünde bulundurarak şunu söyleyebiliriz ki, matematik, ölçümlerin reel dünyaya uygulanması operasyonudur. Reel dünyanın sonsuzluğu göz önünde bulundurulduğunda matematiğin de sonsuz bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkün olacaktır.

Yukarıda kısaca bahsettiğimiz gibi aksiyomlar, postülatlarla, ideal bir oluşum olarak insanın kurguladığı matematik, reel dünyaya ve topluma uygulanır. Dolayısıyla reel dünyayı ve toplumu anlamak, anlamlandırmak, analiz etmek için matematiğin kendisine ve matematiksel düşünce biçimine çoğu zaman şiddetle ihtiyaç duyarız. Bu bakımdan insanın kendi kurguladığı sistematik bir düşünce biçimi olduğu için matematiği "bilim" olarak değerlendirmeyen düşünce biçiminden yanayız. Ancak matematiğin bilim yapılabilmesi için olmazsa olmaz en önemli araç olduğunu da elbette inkar etmemekteyiz.

Biz matematiği, bilimlere doğuran sistematik düşünce biçimi olmasından dolayı "bilimler üstü" olarak tanımladığımız "felsefe" ile benzer konumda değerlendirmekteyiz. Nasıl ki bilimlerin doğuşunu ve kendilerini geliştirmelerini felsefeden, felsefi düşünce biçiminden ayırmamız mümkün değilse, matematik olmadan

bilim yapmanın da mümkün olmayacağını söylemek sanırız yanlış olmayacaktır. Bu bakımdan matematik kanımızca en başta da belirttiğimiz üzere "bilimler üstü" bir nitelik atfedilerek değerlendirilmesi gereken sistematik bir bütündür.

3. Bilimsel Zihniyet: Bilimin, Felsefenin, Matematiğin Verilerine Sadık Tutum

Buraya kadar değinilen konuları bütünsel bir bakış açısı ile değerlendirdiğimizde bilim yapabilmek, bilimsel çalışma üretebilmek için temel birkaç kriterin karşımıza çıktığını görmekteyiz: Doğru bilgi, bilim (aslına uygun bilgi), felsefe, matematik. İşte bu temel kriterlerin toplamı aslında "bilimsel zihniyeti" oluşturmaktadır. Bilimsel zihniyete sahip olmayan bir kişinin bilimsel bir çalışma yapabilmesi, bilim insanı olduğunu iddia edebilmesi mümkün değildir. Bilimsel zihniyete sahip olmayan bir kimsenin hurafelere, önyargılara, saplantılara, sübjektiviteye ve aymazlıklara kapılmaması da çok zordur.

Yukarıdaki temel kriterlerin şekillendirdiği bilimsel zihniyetin özelliklerini genel hatlarıyla ortaya koymaya çalışalım. Bilimsel zihniyetin özelliklerini şu şekilde tanımlamak mümkündür:

Bilimsel zihniyet otoritelerin değişik faktörlere bağlı olarak empoze ettikleri bilgileri körü körüne benimsemez. Örneğin Hristiyan dünyasında, dünyanın sabit güneşin dünya etrafında döndüğü dogmasını herkes kabullenmişti. Otorite öyle buyuruyordu. Ancak bilimsel zihniyete haiz Copernicuslar, Galile'ler otoritenin dogmalarına karşı çıktılar. "Lider böyle diyor ona tabi olmak, inanmak gerekir" tavrı bilimsel zihniyet ile taban tabana zıttır. Doğu toplumlarında otoriteler, karizmalar daha fazla ortaya çıkmıştır. Çünkü Doğu toplumlarındaki savaşı yapı lidere bağımlılık olgusunu geliştirmiştir. Lider aynı zamanda hakikatin, bilginin, doğrunun otoritesi olarak görülmüştür. Otoriteye bağlı bilgilenme köle ruhları doğurur. Oysa bilimsel zihniyet özgür araştırmanın, bağımsız, entelektüel yapının gelişmesine yol açar. Bilimsel zihniyette tek otorite akıl ve deneylerin getirdiği bilgidir.

Bilimsel zihniyette "pozitif" bakış açısı ön plandadır. Zira bilimsel düşünce esas itibariyle pozitiftir. Somut olanla ilgilenir, somut yöntemlerle somutun bilgisini öğrenir. Gizemler, doğa üstü güçler, cadılar, cinler, pozitif alan dışında kalmaktadır. Bilimselliğin içinde pozitiflik mevcuttur. Ancak önemle belirtmek gerekir ki, pozitif olmak mutlaka "pozitivist" olmayı içermez. Manevi alanda, değerler dünyasında pozitive dışı olgular olabilir. Salt, katı pozitivist zihniyet ahlaki ve inanç boyutuna ilişkin değerleri yadsıyarak realite dışına çıkar ki, bizce bilimselliği tartışılır. Bilimi salt pozitivist düşünceye dayandırmak, özellikle sosyal bilimler alanında aslında bilimsel körlüğe saplanmaktır. İnsana ait verilerin, olguların, fenomenlerin incelendiği, irdelendiği sosyal bilimler karmaşık bir yapı ile karşı karşıyadır. Sosyal bilimlerin inceleme alanı olan toplumsal doku, insansal değerler, manevi öğeler, soyut düşünceye ait tüm veriler ile somut olarak gözlemlenebilecek, ölçülebilecek, deneylenebilecek verilerin neredeyse iç içe geçmiş örgüsü halinde karşımıza çık-

maktadır. Bu bakımdan sosyal bilimler alanından herhangi biri ile uğraşmak, suyun kaç derecede kaynadığını saptamak kadar net bir inceleme şansı vermez. Daha karmaşık, daha fazla soyut öğeleri içeren, zamana, çağa, içinde yaşanılan toplumun değerlerine göre değişkenlik gösteren bir dizi karmaşıklığı da hesaba katmayı gerektirir.

Daha önce de yer yer belirttiğimiz üzere bilim yaparken, metodoloji bağlamında pozitivistliği tamamen reddetme yanlışlığı içinde değiliz. Ama sosyal bilimler alanında daha dikkatli ve ölçülü bir pozitivist yaklaşımın, insanın kaçınılmaz olan manevi öğelerini en azından birer bilimsel olgu şeklinde ele alan, dikkatinden kaçırmayan bir zihniyetin gerçek bilimsel zihniyeti inşa edeceği kanısını taşımaktayız.

Bilimsel zihniyetin önemli kriterlerinden bir başkası da şüphesiz determinizme olan saygıdır. Bilim, olaylara ilişkin genel - geçer kanunları bulmayı hedefler. Bilimsel zihniyet, doğanın somut yapısının, her zaman aynı şekilde işleyen genel-geçer kuralların mevcudiyetinin farkındadır. Doğal olaylar elbette ki, hurafelerle açıklanamaz. Doğada kuralların, kanunların olmasına determinizm denmektedir. Sebep - sonuç ilişkisi (nedensellik), zaman, mekan, yerçekimi vs. gibi kurallar determinizmin içeriğini oluşturur. Bu kurallar varoluşun mutlak ve zorunlu yapı tarzlarıdır. Determinizme saygı ve onu kabul etmek akılcılıktır; reddetmek ise irrasyoneliteye, mantıksızlığa, bilinç dışılığa kendini kaptırmaktır.

Bilimsel zihniyet eleştirel bir bakış açısı içerisindedir. Bilgi edinmek zor ve zahmetli bir süreçtir. Bu nedenle bilgi edinme sürecindeki insan kendine doğru, hakikate uygun gibi görünen her gerçeği hakikatmiş gibi kabullenemez. Üzerinde yoğun uğraşlar verir, çelişkileri giderir, ancak o zaman gerçek hakikate dönüşür. Bu süreci yaşayan bilim insanı bir anlamda kuşkucu bir tavır takınmak durumundadır. Ancak bu kuşku bilimsel olmak zorundadır. Kuşkuculuk, inkarcılığa kadar uzanan patolojik bir yapı oluşturmamalıdır. Kuşkuculuğa kendisini kaptıran kişi bilime inanmaz, o sadece kendini tanır, kendine saygı gösterir. Bilimsel zihniyete sahip kişi ise kendinden kuşku duyarak sübjektif yargılardan uzaklaşmak ister. Bilimsel zihniyetin insanı bilimden değil kendi sübjektivitesinden şüphelenir. Değer yargılarından arınmaya çabalar. Bilimsel zihniyetin insanı özellikle önyargılarından kuşkulananak bilgi edinme sürecine girmeyi hedefler.

Bilimsel zihniyetin insanı bulunan ve söylenen, ifade edilen doğrulardan korkmaz. Örneğin bizim toplumumuzda yaygın bir anlayış vardır: "Dediğin doğru ama bunu söylersen kıyamet kopar". Sokaktaki sıradan insandan aydınımıza, bilim insanlarımıza kadar bir virüs gibi sirayet etmiş bu anlayış çoğu zaman toplumsal aydınlanmamızın ve ilerlememizin önünde bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysaki, gerekiyorsa kıyamet koparsa kopsun, çünkü en büyük değer bilginin getirdiği hakikattir.

Bilimsel zihniyetin insanı hakikat aşığıdır. O hakikate asla ihanet etmez. O

halde bilimsel zihniyet ihaneti kaldırır, ahlak ve dürüstlüğü getirir. İnsanı ve dolayısıyla toplumları gerçekten ahlaklı ve dürüst yapacak temel kriter bilimsel zihniyetin gelişmesidir. Aksi taktirde ne yapılırsa yapılsın etik değerlerin toplumsal düzlemde yeterince gelişemediğini görürüz.

Bütün bunlara ilaveten bilimsel zihniyet alçakgönüllülüğü getirir. Bilginin görkemliliği ve sonsuzluğun bilincine varan insan alçakgönüllü olacaktır, herkesi tanıyarak onlara sevgi verecektir. Kısacası insanların etik değerler üzerine inşa edilmiş, sevgi ve saygının hakim olduğu bir toplum inşa etmeleri ancak bilimsel zihniyetin layıkıyla bir toplumda yerleşmesine bağlıdır. Sanırsız bu açıdan bakarak kendi toplumumuzdaki sorunsalları da sosyal bilimci kimliği ile daha sağlıklı değerlendirmek mümkün olacaktır.

4. Sonuç: İletişim, Bilimsellik ve Bilimsel Zihniyet

Makalemizin başlarında da belirttiğimiz gibi, bu çalışmadaki amacımız "iletişim bilimleri bağlamında" bilim ve bilimsel zihniyetle iletişim olgusu arasındaki bağ ve önemi vurgulamaya çalışmaktır. İletişimi bilimsel temellere dayandırabilmek için bilimin ne olduğu, neler getirdiği, nasıl bir yaklaşım ve zihniyet sağladığı ele alınmalıdır.

Bu çalışmadaki bir başka sorunsalımız yukarıdaki bölümler ve bölümlemeler içerisinde "doğa bilimlerinin" "sosyal bilimlerden" alan, mahiyet gibi farklılıklarından dolayı metodolojik farklılıklarına dair tartışmaların mümkün olduğunca ortaya konulması ve de yeni bir insan bilimi ya da sosyal bilim olarak son yıllarda kabul görmeye başlayan "iletişimin" ne tür bir disiplin olduğu, bilimselliğini nereden aldığı gibi sorunsalları irdelemektir.

Çalışmamızda önce bilimin, bilimsel zihniyetin genel bir panoramasını çizmeye çalıştık. Antik Yunan'da gelişen felsefi düşüncenin bünyesinden çıkarak kendisini zaman içerisinde sınırlarıyla ve metodolojik kurgusuyla tanımlamış doğa bilimlerinin ve sosyal bilimlerin genel özelliklerinden, bakış açılarının farklılık ve benzerliklerinden genel hatlarıyla söz etmeye çalıştık. Amacımız, ülkemizde yaygın paradigma olarak benimsenmiş pozitivist bakış açısının belirlediği mantık dışında bir pencere açarak, bilimi tanımlamaya çabalamak, doğa bilimi ve sosyal bilim alanlarının metodolojik farklılıklarının altını çizmekti. Kanımıza göre ancak böyle bir tanımlamadan sonra dünyada ve de ülkemizde son derece yeni bir alan olan "iletişimin" bilimsel arenada nasıl bir konumda olduğunun sorgulanması mümkün olacaktır.

Nedir iletişim? İletişim bilim midir? Bilim ise ne tür bir bilimdir? Bu bağlamda kuramsal temelleri ülkemizde yeterince irdelenmiş midir? Salt, başlı başına bir bilim olarak tanımlanmazsa değerinden çok şey kaybeder, saygınlığını yitirir mi? Her bilimsel çalışma yapılan alan bizatihi "bilim" olarak tanımlanmak zorunda mıdır? İnterdisipliner olmaktan ne anlaşılmaktadır? vs. Bu gibi onlarca, yüzlerce soru ve sorunsal üretmek mümkündür.

Öncelikle belirtmek gerekir ki, iletişimin bilim olup olmadığı yönündeki tartışmada bilime bakış tarzı, bilimden ne anlaşıldığı ve paradigmlar önem taşımaktadır. Antik Yunan'dan günümüze bilim üzerinde değişik yaklaşımları görmekteyiz. Tümel-tekil, evrensel(genel) - tekil ilişkileri içerisinde bilimi tanımlama eğilim ve çatışmaları epistemoloji alanında hep varolmuştur. Bilimsel bilginin ne olduğu, elde etme süreç ve mantığının özellikleri epistemolojinin ve de sosyolojinin gündemini hep işgal etmiştir; işgal etmeye de devam edecektir. Farklı bakış açılarının olması, böylelikle farklı bilim anlayışlarının ortaya çıkması son derece doğaldır.

Bizim kanımıza göre daha önce de belirttiğimiz gibi bilgi elde etmek, deneyi de içeren mantıksal - rasyonel bir işlem ve süreçtir. Ve böyle olduğu için her genel kavram, öncelikle empirik bir içeriği olsun olmasın, rasyonel yoldan inşa edilmiş bir yapı görünümündedir. Ne var ki, bildiğimiz üzere, özellikle bilimlerde, bir genel kavramın empirik bir içeriğe sahip olması gerekir. Bir genel kavramı empirik yoldan oluşturmak için ise, tekillerde ortak olan yönleri tek tek tespit etmek ve bunları soyutlama yoluyla bir araya toplayıp bir ortak nitelik olarak o sınıfın tüm bireyleri, o sınıf içerisinde yer alan tüm tekiller için geçerli kılmak gerekir (Özlem 1999: 87). Tümel, evrenseli zihinde düşünmeden herhangi bir bilgi faaliyeti gerçekleşemez.

Örneğin doğa bilminde yerçekimi kanunu belli bir elma ağacından düşen elmanın serencamını dikkate almaz. Genel olarak cisimlerin düşüş kanununu, fizik bilimi içerisinde irdeler. Belli bir ağaçtan düşen elma tekildir, diğer "tekil" elmalar da aynı koşullarda ve aynı konumdaysa, yani düşüyorsa ve bu durum tüm zamanlar için geçerli ise ortada bilimsel bir hakikat vardır. Psikoloji, Ali'den Veli'den, Ayşe'den, yani tekillerden davranış örnekleri alır, gözlemler; sonra genel olarak heyecan, tutku, kapris gibi durumların genel özelliklerini "tümlleştirir", saptar ve diğer Ayşe'leri, Veli'leri, Ali'leri tümel, genel psikoloji kanunlarına göre inceleme alanı içerisine koyar.

Socrates - Platon - Aristoteles geleneğine dayanan yukarıdaki eğilim rasyonalist bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Mistik, metafizik ve idealist yaklaşımların tutumu kuşkusuz çok farklı olacaktır. "Kim haklıdır?" diye bir soru sormuyoruz, çünkü biliyoruz ki felsefe ve sosyolojide farklı bakış açıları, paradigmlar düşünce tarihini etkilemiştir.

Hukuk ve tıbbın da bilim olup olmadığı sorgulanmaktadır. Kimilerine göre tıp da, hukuk da teknik konumda olan uygulama alanlarıdır. Hukuk bilimselliğini felsefeden ve sosyoloji, tarih, iktisat gibi bilimlerden almaktadır. Felsefeye ve bu bilim dallarına dayanmadığı taktirde, hukuk kaba gücün iradesinden ibaret kalır.

Tıp ise bilimselliğini biyoloji, kimya, fizik gibi bilimlerinden alarak teşhis ve tedavi yöntemleri geliştiren teknik bir yapıya sahiptir. Doğa bilimlerinin getirdiği bilimsel verilere dayanmayan tabiplik bir anlamda "üfürükçülüktür".

Tıp ve hukukun teknik olarak görülmesi, bu tür bir bakış açısı veya paradigma onların küçümsenmesi anlamına gelmez. Gerek tıp, gerek hukuk teknik olarak kabul

edilmiş olsalar bile, insan açısından son derecede öneme haizdirler.

İletişim de bir yönüyle tıpkı tıp ve hukuk gibidir. Bu yüzden tartışmasız bir şekilde bilimsel verilere dayanmalıdır. İletişim teknolojisinde yukarıda ele almış olduğumuz doğa bilimlerinin ve matematiğin verileri mevcuttur.

İletişimin can damarında, gene yukarıda ele aldığımız sosyal bilimlerin verileri yatmaktadır. İletişim, sosyoloji, sosyal psikoloji, dilbilim, ekonomi, siyaset, tarih vb. ve felsefe alanlarını da barındıran bir disiplindir. Dolayısıyla iletişim araştırmalarının alanı, herhangi bir toplumsal alanla, disiplinle ya da bir disiplin içindeki özel uzmanlık alanlarıyla sınırlı değildir (Tekinalp ve Uzun 2004: 4). Çünkü iletişimin hedef kitlesi sosyal bir olgudur. Hedef kitle de sosyal olgudur, mesajı ileten de... O halde iletişimci sosyal olguyu tüm boyutlarıyla bilecektir. Sosyal psikoloji, genel psikoloji, sosyoloji, tarih, hukuk, iktisat, uluslararası ilişkiler bilmeyen, dilbilimi, sanat ve edebiyatla uğraşmayan iletişimci eksik konumdadır. Ama kimi az uğraşır kimi çok... Önemli olan iletişim öğreniminde, teknik ve teknolojiyi aşarak çok yönlü bilimselliği ön plana çıkarmaktır (Zillioğlu 2003). İletişim eğitiminde bilim ve felsefe, teknik ve teknolojinin önüne geçtiği taktirde, sorumluluk bilincine ulaşan iletişimciler ülke genelindeki bir çok sıkıntı ve sorunların çözümünde katkı da sağlayabilirler.

İletişim bilimsel temellerle birlikte sanat olgusunu da içermektedir. Bu nedendir ki iletişim sanattır denilmektedir. Böyle bir değerlendirmeye katılmamak kuşkusuz olanaksızdır. Sanat olunca da estetik gündeme gelir. Bilindiği gibi estetik, felsefenin aksiyoloji bölümünde yer almaktadır. O halde, uygulamalı sanatla birlikte, kuramsal estetiği içeren felsefeye de iletişim öğreniminde ve araştırmalarında yer verilecektir.

Ve nihayet iletişim, dürüst, ahlaklı, insan onuruna yakışan, çağdaş, yararlı bilgi aktarma işleviyle yükümlüdür. Yukarıda sözünü ettiğimiz bilimsel zihniyetin getirdiği ahlaksal sorumluluk böyle bir tutumu zorunlu kılmaktadır. O halde bilimsel bilgiye dayalı bilgi aktarımı içeren iletişim hakikati, doğruyu, güzeli ve ahlaklı gündeme getirecektir. Sosyal bilimlere ilişkin bilimsel bilgiyi öğrenmek ve aktarmak bilimsel zihniyeti de özümsemek demektir.

Hakikati gündeme getirme aydın sorumluluğudur. Aydın sorumluluğunun bilincinde olma bilimsel zihniyetin tezahürüdür. İletişim alanında çalışan birinin de sırf teknikle, yani sadece doğa bilimlerinin uzantısı olan alanın sofistike yöntemleri kullanmak suretiyle, kitleleri kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmesi yanlış olacaktır. Aydın sorumluluğu aynı zamanda ahlaksal bir sorumluluktur. Ahlaksal sorumluluk felsefenin etik boyutu içerisinde değerlendirilmektedir. Bu durumda bir kez daha belirtmek gerekir ki, iletişim eğitiminde ve araştırmalarında felsefenin yeri olacaktır, çünkü etik değer de felsefenin aksiyoloji bölümü içerisinde yer almaktadır.

Sonuç olarak ve son söz olarak iletişim hem bilimsel hem de felsefi temellere oturtulmalıdır. Aksi taktirde, özellikle bilimsel temellere oturtulmayan iletişim olgusu, basit bir mesaj aktarma tekniğinden ibaret kalacaktır.

Kaynakça

Akarasu, Bedia (1985). **Felsefe Terimleri Sözlüğü**. Ankara: TDK Yayınları.

Altunışık, R. R.C. v.d. (2004). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**. İstanbul: Sakarya Kitabevi.

Aral, Vecdi (1999). **Hukuk ve Hukuk Bilimi Üzerine**. İstanbul: İ.Ü.Hukuk Fakültesi Yayını.

Arslan, Ahmet (2005). **Felsefeye Giriş**. Ankara: Adres Yayınları.

Bolay, Süleyman Hayri (1999). **Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü**. (8. Baskı), İstanbul: Akçağ Yayınları.

Can, Cahit (2002). **Habermas, Toplumsal İnsanın Evrensel Doğası ve Cinsel Suçlar**. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2002). **Öteki Kuram**. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İrfan (2003). **Pozitivist Metodoloji**. Ankara: Erk Yayınevi.

Giddens, Anthony (2000). **Sosyoloji**. Ankara: Ayraç Yayınevi.

Giddens, Anthony (1994). **Sosyoloji- Eleştirel Bir Yaklaşım**. İstanbul: Birey Yayıncılık.

Gulbenkian Komisyonu- **Sosyal Bilimleri Açın**. İstanbul: Metis Yayınları, 1996.

Habermas, Jürgen (1998). **Sosyal Bilimlerin Mantığı Üzerine**. Çev., Mustafa Tüzel, İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

Hume, David (1961). **A Treatise of Human Nature "On Knowledge"**. New York: Dolphin Books.

İşler, Ertuğrul (2004). **Andre Gide'i Mitlerle Okumak**. Ankara: Anı Yayıncılık.

Karagöz, Öztürk Emel (2003). **Max Weber'de Anlayış Sosyolojisi ve Din Olgusu**. İstanbul: Derin Yayınevi.

Mayor, Federico (1995). "Augusto Forti." **Bilim ve İktidar**. Ankara: Tübitak.

Özlem, Doğan (1999). **Doğa Bilimleri ve Sosyal Bilimler Ayırımının Dünü ve Bugünü Üzerine, Siyaset, Bilim ve Tarih Bilinci**. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

- Özlem, Doğan (2000). **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Özlem, Doğan (1999). **Max Weber'de Bilim ve Sosyoloji**. İstanbul: Küyerel Yayınları.
- Öktem, Niyazi ve Ahmet Ulvi Türkbağ (2001). **Felsefe, Sosyoloji, Hukuk ve Devlet**. İstanbul: Der Yayınevi.
- Rickman H.P., (1992). **Anlama ve İnsanbilimleri**. Çev., Mehmet Dağ. Ankara.
- Sartre, Jean Paul (1993). **Varoluşçuluk**. Çev., Asım Bezirci. İstanbul: Say Yayınları.
- Şenel, Aleaddin (1998). **Siyasal Düşünceler Tarihi**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınevi.
- Tekinalp, Şermin ve Ruhdan Uzun (2004). **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**. İstanbul: Derin Yayınları.
- Topuz, Hıfzı (1989). **Basında Tekelleşme**. İstanbul: İLAD.
- Weber, Max (1994). **Max Weber's Comparative -Historical Sociology**. Great Britain: Polity Press.
- Zillioğlu, Merih (2003). **İletişim Nedir?** İstanbul: Cem Yayınevi.

Medya Etiği ve Özdenetim Bağlamında Yerel Medyayla İlgili Basın Konseyi Kararlarının Değerlendirilmesi

*Evaluating Press Council's Decisions Related to Local Media in the Context of
Media Ethics and Self Regulatory*

Vedat DEMİR

Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakóltesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Özet

Medya, günümüzde kamuoyunun oluşumunda ve yönlendirilmesinde, siyasal, ekonomik ve sosyal yapının değişimindeki en önemli güç olarak etkisini sürdürmektedir. Küreselleşme vakiasının dünyanın en ücra köşelerini etkisi altına aldığı bir dönemde, merkezîyetçilik zayıflamakta bu şartlarda demokratikleşme ve yerelin önemi daha da artmaktadır.

Bu çerçevede gazetesiyile, televizyonuyla yerel medya günümüzde demokratik hayatın en önemli unsurlarından biri olmaya ve her zamankinden daha fazla önem kazanmaya devam etmektedir. Yerel medyanın kendi işlevlerini yerine getirebilmesi ve etkinliğini artırabilmesi açısından etik ve özdenetim kavramları önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, yerel medyada etik bağlamında Türkiye'de bir meslek özdenetim kuruluşu olan Basın Konseyi'nin kararları incelenerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Yerel basın, medya etiği, özdenetim.

Abstract

Media continues to hold its power in the formation and leading of the public opinion and also in the change of political economic and social structures. In present conditions where the concept of globalization is influencing every place of the world and where centralism is weakening, democratization and localization is gaining importance.

Within this framework the local media with its newspaper and television continues to be the most important factor of democratic life. Concepts such as ethics and self inspection are also in necessary factor for the local media to implement its function and increase its affectability. This article will elaborate on the decisions of the Press Council with respect to ethical considerations within the local media.

Key words: Local press, media ethics, self regulatory

1. Giriş

Geçtiğimiz yüzyılın başlangıcında tek iletişim aracı olan gazete, yeni yüzyılda karşısında daha hızlı ve etkili haber iletmeye imkânlarına sahip sinema, radyo, televizyon ve internetle rekabet etmek zorunda kalmaktadır. Medya, günümüzde kamuoyunun oluşumunda ve yönlendirilmesinde, siyasal, ekonomik ve sosyal yapının değişimindeki en önemli güç olarak etkisini sürdürmektedir.

Küreselleşme vakiasının dünyanın en ücra köşelerini etkisi altına aldığı bir dönemde, merkezîyetçilik zayıflamakta bu şartlarda demokratikleşme ve yerelin önemi daha da artmaktadır. Küreselleşmenin olumsuz etkilerini azaltma konusunda da yerel medya önemli rol oynamaktadır.

Bu çerçevede gazetesiyle, televizyonuyla yerel medya; günümüzde demokratik hayatın en önemli unsurlarından biri olmaya ve her zamankinden daha fazla önem kazanmaya devam etmektedir. Yerel medyanın kendi işlevlerini yerine getirebilmesi ve etkinliğini artırabilmesi açısından etik ve özdenetim kavramları önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada, yerel medyada etik bağlamında ülkemizdeki meslek örgütü ve özdenetim kuruluşu olan Basın Konseyi'nin kararları incelenerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. Medyada Etik ve Özdenetim Kavramları

Tarihine göz attığımızda, gazetenin ilk çıktığı günden itibaren, önemli bir güç olarak bizatihi medyanın kendisinin önemli bir tartışma konusu olduğunu görürüz. Bunun sebebi, medyanın hem iktidarlar hem de toplumlar üzerindeki önemli gücüdür. Mülkiyet yapıları ve bu gücü ellerinde tutanların kullanma biçimi tartışmanın temelini oluşturmuştur.

Demokratik rejimin vazgeçilmez bir ögesi olan ve bir kamu görevi yapan medyanın, basın aleyhine yasal düzenlemeler yapmak isteyen siyasi iktidarların ve devletin baskı ve sansüründen korunması gerektiği gibi, kendi yapısından kaynaklanan ve basının itibarını sarsan, temel işlevlerini yerine getirmesine mani olan engelleri de kendi çabasıyla ortadan kaldırması gerektiği öne sürülmüştür. Yani basın (medya) hem özgür olmalı, hem de bu özgürlüğün başka amaçlarla istismar edilmesini önleyecek bazı kurumlara sahip bulunmalıdır (Demir 1998: 6). Burada etik ve özdenetim kavramları gündeme gelmektedir.

2.1. Etik Kavramı

Gazetecilik mesleğinin ortaya çıkması, önem kazanması ve gelişmesiyle birlikte, başta kurumsallaşma olmak üzere, tekelleşme, medya sahiplerinin medya dışı işlere girmesi, ekonomik ve siyasi çıkar alanlarına yönelmesi gibi genel ve yalan haber, manipülasyon (yönlendirme) amaçlı haber, özel hayatların gizliliğinin ihlali, kişisel çıkarlar, kamu yararının göz ardı edilmesi vb. gibi bir dizi mesleğe has sorunlar baş göstermiştir. Bunların çözümü için öncelikle hukuki düzenlemeler aklı gelmiş, yapılmış; bu düzenlemelerin yetersizliği, sakıncaları ve özellikle de 'basın özgürlüğü' kavramı etrafında etik kodlar geliştirilmesi gereği ortaya çıkmıştır. Medya kuruluşlarının kendileri veya üst meslek kuruluşlarının okurun güvenini kazanmak ve korumak amacıyla ortaya koyduğu "etik kodlar" temelde gazetecilik mesleğinin korunması çabalarından doğmuştur (Alemdar 1999: 253).

Anlamı, toplumlara hatta kişilere göre değişmekle birlikte etiğin, birey davranışlarında önemli rolü vardır. Bu kurallar ne kadar sağlam ve teşkilatlı kurulmuş olurlarsa, vicdanlar üzerindeki otoritesi de o denli fazla olur, meslek etiği de o kadar gelişir ve saygınlık kazanır.

Bu durum gazetecilik mesleği açısından bilhassa doğrudur. Gazetecilik uygulamalarının büyük bir kısmı özgürlük, yansızlık, doğruluk, dürüstlük ve mahremiyet gibi kaçınılmaz olarak etikle ilgili olan kavramlarla tanımlanıp incelenmelidir. Medya ile ilgili bu kadar çok tartışmanın bağlamını oluşturan demokrasi bile, toplumsal ve siyasal örgütlenmenin en doğru ya da en iyi biçimiyle ilgili olduğu için gerçekten etik bir terimdir. Demek ki etik, gazetecilikten ayrılamaz ve etikle ilgili tartışmalar, uygulamaları ve sorunlarıyla birlikte gazeteciliği anlamının bir parçası olmalıdır (Belsey ve Chadwick 1998: 10).

Medya etiği, medyanın tüm kesimlere olmasa da birçoğuna daha iyi hizmet sunmasını sağlamak üzere tercihen medya kullanıcılarıyla işbirliği içerisinde meslek üyeleri tarafından belirlenmiş bir dizi ilke ve kuralları içerir. Gazetecilik demokratik kurumlar içerisinde özel bir statüye sahiptir. Çünkü ne sosyal bir kontrata, ne seçimler ya da derecelere bağlı atamalar yoluyla oluşturulmuş bir güç yetkilendirme sistemine, ne de gazetecilik davranışlarını belirleyecek normları ortaya koyan kanunlara bağlıdır. Bu yüzden medyanın, itibarını ve bağımsızlığını korumak için iyi bir kamu hizmeti sağlamak olan ana sorumluluğunun çok iyi bir şekilde farkında olması gerekmektedir. Medya etiği, kelimenin dar anlamıyla, yasal mevzuat, hatta ve hatta ahlakla ilgili değildir. Bu, dürüst ya da saygılı olma meselesinden ziyade önemli bir sosyal işlevi üzerine alma meselesidir. Aslında, olumsuz bir açıdan yapmadığımız müddetçe kaliteli hizmet kolay tarif edilebilecek bir kavram değildir (Bertrand 2004: 10).

Bazı insanlar için "ahlak" ve "etik" terimlerinin hoş olmayan çağrışımları bulunmaktadır. Bu terimler insanlara dini vaazları, felsefe derslerini ve hatta totaliter rejimlerdeki "ahlak sistemini" hatırlatmaktadır. Esasen, gittikçe sertleşen rekabet

yüzünden her geçen gün daha fazla ticarileşen medyanın yer aldığı bir dünyada bu terimler ilgisiz görünmektedir. Bu sebeple son dönemde kalite kavramı da kullanılmaya başlanmıştır (Bertrand 2004: 10).

Ne şekilde adlandırılırsa adlandırılınsın, medyanın işlevlerini doğru şekilde yerine getirebilmesi açısından, etik değerler, küreselleşmenin bütün değerleri altüst ettiği bir dünyada önemini giderek daha fazla artırmaktadır.

2.2. Özdenetim Kavramı

66

Basın özgürlüğü ve ahlak konusu üzerine pek çok düşünür kafa yormuştur. John Milton, John Erskine, Thomas Jefferson ve John Stuart Mill'in bu konuda savundukları özgürlükçü kuramlara göre basın ve öteki kitle iletişim araçları tamamen bağımsız ellerde, resmi çevrelerle maddi ilişkileri olmadan, gerçeğin izleyicisi olmalı ve bu yolla hükümeti denetlemelidir. Fakat bu kuramda sorumluluk gazetecilerden çok okuyuculara yöneltilmiş ve "Basın bu imkânlarla doğru ve yanlış bildiklerini, gördüklerini haber verir; okuyucu ise içinden doğruyu ayırt etmesini bilir" anlayışını savunarak bir anlamda sorumsuz bir basın özgürlüğü savunulmuştur. Buna karşılık, Theodore Peterson, 1956'da kendisinden önce tartışılmaya başlanmış olan yeni bir kuramı geliştirmiştir. Peterson, "toplumsal sorumluluk kuramı" adı altında basının topluma karşı sorumlu olduğu görüşünü belirtmiştir. Bu kuram genel olarak bir felsefi altyapıdan yoksun olmakla birlikte sorumluluk ilkesi büyük kabul görmüştür ve bugün de geçerliliğini korumaktadır (Alemdar 1990: 19-20).

Toplumsal sorumluluk yaklaşımı, serbest pazarın, basın özgürlüğünü kuramsal olarak öngörüldüğü gibi gerçekleştirmekte ve toplumun beklentilerine cevap vermekte yetersiz kaldığının giderek belirginleşmesi üzerine bir tepki olarak ABD'de ortaya çıkmıştır.

Toplumsal sorumluluk yaklaşımına göre düzenlenecek iletişim araçlarına yönelik ilkeler şöyle sıralanabilir: (Kaya 1985: 54-55)

- Kitle iletişim araçları, genel yasalar ve yerleşik kurallar çerçevesinde kendi işleyişlerini kendileri düzenlemeli, ancak toplumun kitle iletişim araçlarından mesleki yüksek bir düzey beklemesi konusunda bir hakkı olduğu ve bu nedenle kamu adına genel yararı gözetilen müdahaleler olabileceği kabul edilmelidir.

- Kitle iletişim araçları, içinde yer aldıkları toplumun çeşitliliğini yansıtmaya, bunun için değişik görüşlere ve bunlara verilecek cevaplara yer sağlama, çoğulcu yapıyı bir bütün olarak aktarma gibi temel görevleri olduğunu benimsemeli ve bunları yerine getirmek için çaba göstermelidir.

- Temel görevler yerine getirilirken bilgi ve haber aktarımında gerçeklik, doğruluk, kesinlik, objektiflik ve dengelik vazgeçilmez ilkeler olarak kabul edilmeli, bunları sağlayacak mesleki standartlar geliştirilmelidir.

- Kitle iletişim araçları, haber aktarımının sağlanması yanında kültür ve sanatın yayılması ve geliştirilmesi amaçlarını da benimsemeli, eğitici olmalıdır.

- Toplumun sağlıklı, demokratik işleyebilmesine yardımcı olmak için şiddet kullanımına, toplumsal karmaşaya, suça yol açabilecek öğelerin kitle iletişim araçlarında yer bulmamasına özen gösterilmeli, toplumda kültürel ve siyasal bakımlardan azınlıkta kalanları incitecek mesajlardan uzak durulmalıdır.

Medyanın, içinde yer alabilecek, her toplum ve meslekte olabilecek kötü niyetli kişileri denetleyebilecek, ayrıca devlete karşı iletişim özgürlüğünü savunabilecek, toplum önünde basının saygınlığını koruyabilecek bir kuruma ihtiyacı vardır. Bu da basın ahlak yasalarının hazırlanması ve özdenetim kurumlarının oluşturulmasıyla mümkün olabilir. Medyada özdenetimin sağlanması ve ahlak ilkelerinin oluşturulması pek çok yerde kolay gerçekleşmemiş, gazetecilik mesleği içinde yer alanlar kendilerini sınırlama yönündeki her türlü girişime karşı tepki göstermişlerdir. Kendi kendilerini "denetim", pek hoş bir uygulama olarak görülmemiştir (Demir 1998: 19).

3. Türkiye'de Yerel Medya

Türkiye'de basının ortaya çıkış biçimi ve bunu hazırlayan süreçler Batı'dan çok farklı gelişmiştir. Avrupa'da daha çok kapitalizmin gelişmesiyle paralel olarak gelişen kamuoyu ve onun bir aracı olarak ortaya çıkan aşağıdan yukarıya gelişen yazılı basına karşılık Türkiye'de gelişmeler bunun tersi bir seyir izleyerek, ilk gazete devlet tarafından çıkarılmış ve her zaman devletin, halkına buyurmak amacıyla kullandığı bir araç olarak kullanılmıştır. Yöntemler açısından değişiklikler olsa bile bu durum günümüzde de devam etmektedir. Değişen mülkiyet biçimleriyle birlikte medya hala devletin halkı yönlendirmek ve kamuoyunu denetlemek için kullandığı bir araç olma özelliğini büyük ölçüde sürdürmektedir. 1980 sonrası dönemin en önemli özelliği ise devletin yanına bu süreçte sermayenin de bir güç olarak eklenmesi olmuştur (Demir 2000: 137).

3.1. Türkiye'de İlk Gazeteler

Gazetecilik mesleği Batı'da sivil toplum kurumlarının gelişimiyle paralellik gösteren bir uğraştır. Osmanlı'da ise ilk gazeteler gelişen burjuvazinin çıkarlarını dile getirmekten çok, Batılı ülkelerin artan ekonomik, mali çıkarlarının savunma aracı olarak 18. yüzyılın sonundan itibaren yabancılar tarafından ve Fransızca olarak yayınlanmıştır. İlk denemelerden sonra İzmir'de ortaya çıkan gazeteler yavaş yavaş bu kente yerleşmiş burjuvazinin çıkarlarının savunuculuğunu yapacaktır. Bu burjuvazi önce Avrupalı, sonra Osmanlı İmparatorluğu'nun Batı ile ilişkilerini sürdüren azınlıklar-Levantenler olacaktır (Alemdar 1999: 15).

Tamamı Türkçe ilk gazete, devletin çıkardığı Takvim-i Vekâyi'dir.(1) 1 Kasım 1831'de Fransızca Le Moniteur Ottoman ile birlikte Türkçe Takvim-i Vekâyi gazete-

si yayınlanmaya başladı. Bu gazete devletin yayın organı idi. İçinde tebliğler, karar-nameler, devletin ilânları vardı. Gazetede ayrıca resmi olmayan haberler de yayınlanıyordu. İçeride ve dışarıdaki olaylar, sanat, teknik, tarih, ticaret, imar ve askerlik konuları da gazetede yer almaktaydı. Haftada bir çıkan Takvim-i Vekâyi, Türkçe ve Fransızca'dan başka Ermenice, Rumca, Arapça ve Farsça da yayınlanıyordu (Tökin 1963: 112).

İlk özel ve Türkçe gazeteyi, William Churchill isimli bir İngiliz çıkarmıştır. 1840'ta çıkarılmaya başlanan gazete Ceride-i Havadis'tir. Bu gazete büyük ölçüde devletten yardım alarak yayın hayatını sürdürmüştür. Yarı resmi gazete olarak basın tarihimize geçmiştir.(2)

21 Ekim 1860'da Ağâh Efendi tarafından çıkarılan Tercüman-ı Ahval, özel teşebbüs tarafından, hazineden yardım almadan yayınlanan ilk Türk gazetesidir (İskit 1939: 14). Bu yönüyle Türk basın tarihinde bir dönemin başlangıcı sayılmaktadır. Bu sırada azınlıklara mensup kişilerin ve yabancı uyrukluların başka dillerde çıkardıkları tam 13 gazete vardır.

Tercüman-ı Ahval'in o güne kadar yayınlanan Türkçe ve diğer gazetelerden kat kat fazla ilgi görmesi, kuşkusuz her şeyden önce hem dil hem de içerik açısından geniş kitlelerin beklentilerine cevap vermesinden ileri geliyordu. Resmi görüşün dışındaki konulara el atabilmesi, toplumun dertlerini dile getirmesi, zamanla okuyucu mektuplarına da yer vermesi, ansiklopedik bilgiler yayınlaması bu ilgiyi artıran sebeplerdi. Çıkışı rekabeti de artırdı ve Ceride-i Havadis buna Ruzname-i Ceride-i Havadis'i ilâve vererek mukabele etti (Koloğlu 1992: 31-32).

27 Haziran 1862'de Şinasi tarafından Tasvir-i Efkâr gazetesi yayınlanmaya başlandı. Daha önce Ağâh Efendi ile birlikte Tercüman-ı Ahval'i çıkarmış olan Şinasi kısa bir süre sonra bu gazeteyi bırakarak tek başına bir düşünce gazetesi çıkarmaya karar verdi.

Tasvir-i Efkâr'in Türk basınına getirdiği en önemli yeniliklerden biri okuyucu mektupları ile ilgilidir. Takvim-i Vekâyi ve Ceride-i Havadis sadece padişaha ve vezirlere övgü taşıyan okuyucu mektuplarına yer vermelerine karşılık Şinasi, gerçek okuyucunun fikirlerini aksettiren yazılara sütunlarını açmıştır (Koloğlu 1992: 33).

1839'da ilân edilen Tanzimat Fermanı ile beraber Türk toplumu, çeşitli alanlarda yeniliklere doğru giderken, diğer taraftan da kültür hayatımızda çeşitlilik başladı. Batı'dan etkilenen aydınlar, edebiyat alanında yazılarıyla, çevirileriyle Türk toplumuna yeni bir hayatın yolunu gösterdiler. Bir müddet sonra gazetelerin yayınlanıp çoğalması sonucu yeni bir kültür topluluğu meydana geldi. Matbaanın kültür hayatında meydana getirdiği gelişme ve basının etkisi toplumsal değişimde önemli rol oynadı (Tökin 1963: 27).

3.2. Türkiye'de Yerel Medyanın Gelişimi

Yerel basın kavramı başlangıçta, vilâyet gazeteleri ya da taşra basını olarak, daha çok İstanbul, yani o dönemde devletin başkenti dışında yayınlanan gazeteleri ifade etmek için kullanılmıştır. Cumhuriyet döneminde daha çok "Anadolu Basını" kavramı kullanılmıştır. Gazeteler tabii olarak imparatorluğun başkentinde yaygın olarak basılmış, Cumhuriyet'ten sonra başkent değişmesine rağmen, İstanbul basını gücünü muhafaza etmiştir.

Ulusal basın kavramı merkezleri İstanbul'da bulunan, ülke çapında sürekli ve düzenli olarak dağıtımı yapılarak satışa sunulan yüksek tirajlı gazeteler için kullanılmaktadır. Fakat son dönemde, yerel basının "Biz milli değil miyiz?" eleştirileri karşısında "yaygın basın" veya "yaygın medya" kavramı tercih edilmektedir.

Yerel medya tabirini, ülkenin belli bir bölgesinde, şehrinde ya da beldesinde yayın yapan gazete, dergi ile radyo ve televizyon kanalları için kullanılmaktadır. Daha önceleri, mahalli basın, taşra basını, Anadolu basını kavramları kullanılmıştır. Ancak yerel medya kavramı hem yazılı hem de elektronik basını ifade etmesi bakımından daha kapsayıcı görünmektedir. Mahalli medya kavramı da belli bir mahal ve bölgeye ait medyayı ifade etmesi bakımından kullanılabilir. İletişim teknolojilerinin çok hızlı gelişmesinden dolayı bu kavramlar da değişmektedir.

Yerel medya yaygın medyaya göre daha küçük çaplı olması ve çevre ile ilişkileri sebebiyle yayınlarında daha dikkatli olmak daha âdil, objektif ve dengeli davranmak zorundadır. Gerek siyasi, gerek sosyal ve gerekse ekonomik konularda en ince detaylara kadar girmeleri sebebiyle buldukları yörelerde büyük etkiye sahiptirler. Tirajların küçük olmasına rağmen yerel gazeteleri basıldığı sayıdan çok daha fazla insan okur, yazılanları o yörede herkes konuşur. Bu özellikleriyle, yerel basın kuruluşları politik alanda her tür seçim döneminde kamuoyunun aydınlatılmasında önemli bir görev üstlenir (Kayacan 1996: 395).

Almanların "Heimat Zeitung" diye isimlendirdikleri yerel gazeteler, Almanya'nın en önemli basın yayın organlarını oluşturmaktadır. Alman yerel basınının konuları ağırlıklı olarak hitap ettikleri yerel çevre ile ilgilidir. Yerel gazetelerde genel olarak bölge haberleri, iş veya toplum hayatını ilgilendiren konular, şehirde olan yenilik ve değişiklikler veya ulaşım ile ilgili haberler işlenmektedir. Sabah en geç 7.30'da gazetenin abonesine ulaşması da prensip haline gelmiştir (Weimer 1997: 171).

Basın tarihi incelendiğinde görülmektedir ki, gazetelerin büyük kısmı, mahalli olarak doğmuş, bazıları ekonomik ve teknolojik gelişmelerden faydalanarak, bu özelliklerini terk etmiş, ulusal, hatta Avrupa'da bazı gazetelerde olduğu gibi uluslararası nitelik kazanmıştır. Mesela bugün ulusal nitelik taşıyan, hatta Avrupa'da bile baskı yapan pek çok Türk gazetesinin İstanbul dışına gerçek manada dağıtım yapması ancak 1960'lı yılların başında gerçekleşebilmiştir (Girgin 2001: 161).

Türkiye'de yerel basın İstanbul basınında olduğu gibi başlangıçta devletin desteğiyle vilâyet gazeteleri olarak çıkmaya başladı. Daha sonra küçük işletmeler halinde özel gazeteler yayınlanmaya başlandı.

Osmanlı mahallî idarelerinde ilk büyük düzenleme 1864'de eyalet sisteminin kaldırılarak vilayet sistemine geçişle yapılmıştır. Vilayetler oluşturulurken her merkezde birer matbaa da kurulmuştur. Bu matbaalar öncelikle kırtasiye işlerine ağırlık vermiş, yıllıklar, takvimler, dini, edebi ve bilimsel eserler de basılmıştır. Bu arada birçok ilde yine aynı matbaalarda resmi vilayet gazeteleri de yayınlanmıştır (Girgin 1997: 17).

Anadolu basını, 1908'de ilan edilen İkinci Meşrutiyet ve İstanbul basınına etkisi ile ivme kazanmıştır. İstanbul basınına taklit eden yayın organları ilk kez siyasi nitelik taşıyan başyazılar ve bağımsız yerel konulara değinen yazılar yayımlamışlardır. Anadolu basını Milli Mücadele'yle birlikte sayısını hızla artırmış, 1919 Mayıs ile 1938 sonu arasında Türkiye'de toplam 582 gazete yayınlanmıştır. Bunların 176'sı İstanbul'da, 4 bin 6'sı taşrada çıkmıştır. Türkiye'de yerel basın, 1937'de resmi ilan dağıtımı ile başlayan devlet yardımına bağımlı kalmıştır. Çeşitli siyasi, sosyal ve ekonomik sebepler bu bağımlılığın her dönem sürmesine sebep olmuştur (Yücel 1999: 174).

Günümüzde yerel medyada iki tip yapı görmek mümkündür:

1. Yerel basının bir bölümü, miras yoluyla babadan oğula geçen gazetelerden oluşur. Bu gruptakiler, çağdaş teknolojiye kendini adapte edememiş, eski yöntemlerle dizilip basılan, iki ya da üç kişinin çalıştığı 50-150 arasında satışı olan, resmi ilân gelirleri ve matbaada yapılan yan işlerle ayakta durmaya çalışan geleneksel gazetelerdir.

2. Gruptakiler ise ofset basılan, bazıları da bölgesel olan gazetelerdir. Önceleri Babiâli sermayesi tarafından satın alınan ya da kurulan bu gazeteler, daha sonra yerel sermayenin eline geçmiştir. Mesela, Adana, Bursa, Kocaeli, Konya, Eskişehir ve Trabzon'da yayınlanan bazı gazeteler gösterilebilir. Bu gazeteler sahip oldukları teknoloji ve ulaştıkları yüksek tirajlarla kamuoyu oluşturmada etkin bir rol oynamakta, zaman zaman da siyasi ve ekonomik baskı aracı olarak kullanılmaktadır (Girgin 2001: 173).

Yerel medyanın alternatif medya olma özelliğini taşıyabilmesi yanında, yerel olarak alternatif söylem oluşturabilmesi, alternatif kurumsal örgütlenmeler içine girmesiyle mümkündür. Türkiye'de bu şartların yerine getirilebilmesi, ülkenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik, sosyal koşullar sebebiyle çok zor görünmektedir. Yerel medya, İstanbul kaynaklı yaygın medyanın dayatması sebebiyle, ne söylemi ne de örgütlenişi itibarıyla alternatif medya olabilme özelliğini taşıyabilmektedir (Alankuş 2000: 326).

Türkiye'de yerel medyanın bir kısmı genelde matbaacılık yapan kişilerin elinde bulunmaktadır. Matbaacılar şehirde kimseyle kötü olmak istemez. Devlet varlığından pay kapmak isterler. Genelde çıkardıkları gazete adı altındaki yayın, birkaç tane haber veya gelişigüzel alınmış veya bedava yayınlanmış reklamlardan ibarettir. Anadolu'daki bazı şehirlerimizde gazetelerin toplam tirajları bin, 2 bin veya en fazla 5 bin'dir. Buna rağmen o şehirlerde 4-5 tane gazete yayınlanmaktadır. Bunların bir araya gelip de güçlü bir gazete oluşumuna öncülük etmesi zordur. Çünkü o 4-5 yayının sahiplerinin şahsi menfaatleri ön plandadır (Demirkent 1997: 17).

Ayrıca yaygın medyanın yerel medyaya karşı dikey dayatma içinde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Şehir sayfaları ve bölge sayfaları İstanbul kaynaklı basının yerel basına yaptığı dayatmaların tipik örnekleridir. Bu sayfalarda eğitim/kültür ağırlıklı içerik yerine, mağazin ağırlıklı içeriğin hâkim olması, yerel medyanın alternatif olarak üretim yapma yönünden köşeye sıkışmasını beraberinde getirmektedir (Tokgöz 2001: 31).

Yapılan araştırmalara göre yerel gazetelerin genel görünümünü şu ana başlıklarda toplamak mümkündür: (İmre 1988; Kaynarca 1994; Girgin 2001)

1. Yerel gazetecilerin çok büyük bölümünün asıl işleri matbaacılıktır.
2. Yarıya yakın bölümü aile şirketi biçiminde yönetilmektedir.
3. Bir bölümünün teknolojileri ve teknik donanımları çok eskidir. Aralarında hâlâ elle dizilerek pedallı makineyle basılanlar bile bulunmaktadır.
4. Bazılarının gerçek gazetecilik yapmak gibi kaygıları yoktur.
5. Bazı gazeteler ise sadece resmi ilân almak için yayınlanmaktadır.
6. Siyasi baskı kurmak, ya da saygınlık sağlamak için gazete yayımlayan veya satın alanlar da bulunmaktadır.
7. Gazete sahipleri arasında, mahalli siyasetçiler ile işadamlarının yanı sıra kırtasiyeci, fırıncı ve taksî şoförü gibi meslek sahipleri bile bulunmaktadır.
8. Genelde 100-1000 arasında tirajları olan gazetelerin bir bölümü, postayla gönderilen abonelerin dışında, ücretsiz dağıtılmaktadır. Başka bir dağıtım sistemi yoktur. Gazeteler bayilerde çok az görülmektedir.
9. Yerel radyo ve TV'lerin yaygınlaşmasıyla, gazetelerin reklâm gelirlerinde büyük düşüşler olmuştur.
10. Resmi ilân gelirleri yetersiz kaldığından, gazetelerin büyük bölümü matbaalarda basılan kartvizit, davetiye, bülten, el ilânı, matbu evrak ve dergi gibi

"piyasa işlerinden" sağlanan kârın bir bölümüyle finanse edilmektedir.

11. Gazetelerin büyük bölümünün yayın politikaları, yayın dili yoktur. Türkçe imlâ ve tashih hatalarına sıkça rastlanmaktadır.

12. Gazetelerin büyük bölümünde, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü idarecilerin isimleri künyede yer almakta, ancak kendileri uygulamada görülmemektedir.

13. Eğitilmiş muhabir, hatta bazılarında muhabir olmadığı için haber ağı, dolayısıyla haber de sınırlı kalmaktadır.

14. Bazı gazeteler gönüllü ve alaylı birkaç kişinin fedakârlıklarıyla yayınlanmaktadır.

15. Yerel gazetelerin büyük bölümü, içerik açısından yetersiz, yörenin toplumsal, kültürel, ekonomik ve sanatsal yapısını ve sorunlarını sergilemekten uzaktır.

16. Bu gazetelerin büyük bölümünün sayfa düzeni, teknik eleman azlığından ve yetersizliğinden (ya da yokluğundan) çok kötüdür. Birinci sayfayı bir iki şişirilmiş haberin yanında reklâmla dolduranlar bile bulunmaktadır.

17. Genelde 4 sayfa çıkan gazetelerin içeriği "altın makas" tabir edilen yaygın basından aktarılan haberler, resmi dairelerden gönderilen bültenler, jandarma, polis-adliye haberi, bulmaca, yıldız falı, okuyucu mektubu, bir iki fıkranın yerleştirildiği mizah köşesi, lüzumlu telefonlar, TV programları, bir iki heveslinin amatör köşe yazıları, şiir köşesi, tüzük, kongre ve zayı ilânları, bazı yerel spor haberleriyle sınırlı kalmaktadır.

18. Yerel gazete sahip ya da temsilcileri arasında dayanışma yoktur. Bazı küçük illerde bile birbiriyle sürtüşen ayrı gazeteci cemiyetleri bulunmaktadır.

19. Yerel gazetelerle yaygın medya arasında hemen hemen hiçbir konuda işbirliği ya da dayanışma gerçekleşmemektedir.

4. Yerel Medyayla İlgili Basın Konseyi Kararlarının Değerlendirilmesi

Basının özdenetim mekanizmalarından en önemlisi ve en yaygını gazeteciler ve toplumun çeşitli kesimlerinden insanların bir araya gelerek oluşturduğu basın konseyleridir. Bir basın konseyi, iletişim araçları temsilcileri (genellikle gazete sahipleri ve gazeteciler) ve halk temsilcilerinden oluşan bir kuruluştur ve hükümet yetkililerinden bağımsızdır. İlk Basın Konseyi 1916'da İsveç'te kurulmuştur. İçlerinde en tanınmış olanı, 1953 yılında oluşturulan İngiliz Basın Konseyi'dir.

Basın konseyinin amacı, basında çıkan haksız ya da yanlış haberler, yorumlar

sonucu onurları, çıkarları zarar gören kişilerin şikâyetleri üzerine konuyu incelemektir. Basın konseyleri sadece okuyuculardan gelen şikâyetleri değil, basın içinde meydana gelen olay ve şikâyetleri de inceler ve karara bağlar. Konsey, bu tür şikâyetler üzerine araştırmaya girişip elde ettiği sonucu, eğer söz konusu yayın organı haksız bulunmuşsa bunu da açıklayarak kamuoyuna duyurur (Demir 1998: 28-29).

Basın konseyleri, diğer görevlerinin yanı sıra profesyonel ahlak açısından yüksek standardı korumakla yükümlüdürler. Bu konseylerin yaygınlık kazanmaları ancak yakın geçmişte mümkün olabilmıştır. Bugün etkinlik gösteren kırk basın konseyinin yarıdan fazlası 70'li yıllar içinde kurulmuşlardır. Bu konseyler çoğunlukla ortak bir yapıya sahiptirler ve genellikle tanınmış bir emekli yargıç olan tarafsız bir başkan ile gazetecilerin ve yayıncıların temsilcilerinden oluşurlar. Basın konseylerinin işlevleri genellikle ahlaki standartların korunmasıyla sınırlandırılmamıştır. İşlevlerinden başta geleni basın özgürlüğünün korunmasıdır. Bazı konseyler (Almanya, İngiltere) basının yapısal gelişimini, özellikle tekelleşme eğilimini izlemek ve kamuya açıklamakla görevlidirler; bu görev basın özgürlüğünü koruma çabalarının bir bölümü olarak nitelendirilebilir (Bohere 1986: 67).

4.1. Basın Konseyi

Türkiye'de basın kuruluşlarının başlangıcını 2. Meşrutiyet'in ilanını takiben kurulan Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye oluşturur. Bu derneğin hem basın tarihimizdeki ilk basın meslek örgütü, hem de basın meslek ilkeleri ortaya koyan ve basında bir tür özdenetim sistemi getiren ilk kurum olduğu belirtilir (Demir 2004: 143). Daha sonra Türkiye'de 1960 yılında kurulan ancak başarılı olmayan Basın Şeref Divanı girişiminden sonra uzun süre bu alanda herhangi bir çalışma yapılmadı.(3) 1980'li yıllarda konu tekrar gündeme geldi ve Basın Konseyi'nin kuruluş çalışmaları başladı.

Basın Konseyi, Mayıs 1986'da "Basının Sorunları" üzerine konuşmak için toplanan, 28 gazetecinin bir araya gelmesiyle başlayan çalışmaların ürünü olarak ortaya çıktı. Bir buçuk yıl devam eden "Çalışma Grubu"nun çabaları sonucunda 6 Şubat 1988 günü fiilen kuruldu (Demir 1998: 79).

4.2. Basın Konseyi'nin Yapısı ve Çalışma Usulleri

Basın Konseyi'nin yapısı Basın Konseyi Sözleşmesi'nde belirtilmiştir (Basın Konseyi Yıllık Raporu 2004: 273-279). Bu sözleşmeye göre Basın Konseyi sözleşme ile kurulmuş, dernek ve vakıf gibi hükmi şahsiyeti bulunmayan bir kuruluştur. Meclis çoğunluğunun veya hükümetin çıkaracağı yasalarla vakıf veya dernek gibi kuruluşlara müdahale edebileceği ve siyasi baskı da göz önüne alınarak sözleşme ile oluşturulmuştur. Basın Konseyi şu iki organdan oluşmaktadır:

1- Basın Konseyi Üyeler Kurulu (BKÜK)

2- Basın Konseyi Yüksek Kurulu (BKYYK)

Basın Konseyi'nin bir Genel Sekreteri ve Genel Sekreter'e bağlı, elemanlardan oluşan bir bürosu bulunmaktadır. BKÜK okuyucu ve gazetecilerden oluşan Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nu seçmekte, kurulda ayrıca medya kuruluşlarının temsilcileri yer almaktadır.

Basın Konseyi'nin çalışma kuralları ile şikâyet başvurularını değerlendirme yöntemleri de, "Basın Konseyi Çalışma Kuralları ve Başvuruları Değerlendirme Usulleri" başlığıyla ayrıntılı olarak açıklanmıştır (Basın Konseyi Yıllık Raporu 2004: 283-290).

Buna göre basın mensubu veya basın organıyla ilgili şikâyetler hakkında Basın Konseyi Yüksek Kurulu karar vermektedir. Basın Konseyi Yüksek Kurulu ancak Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ne katılan gazeteciler ve (yazılı, sözlü, görüntülü) basın organları ve onların mensuplarının mesleğe ilişkin uygulamaları ile bu kapsama giren gazeteci ve basın organlarının başvuruları hakkında karar verir.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu, basın mensupları ve basın organları hakkındaki başvuruları, Basın Meslek İlkeleri'nin "meslekî uygulamaları" içeren 16 maddesiyle ilgili çerçeve içinde değerlendirir. Fakat basın mensuplarının başvuruları bu kayda tâbi değildir.

Basın Konseyi'nin yaptırımları manevidir. Kararın ağırlığına göre Basın Konseyi Yüksek Kurulu, basın mensupları ve basın organları hakkında "şikâyeti yersiz bulma", "uyarma" veya "kınama" kararı alabilir. Ancak basın mensuplarının veya basın organlarının meslek dışındaki kişilerle ilgili başvuruları hakkındaki kararlar farklı olabilir.

4.3. Basın Konseyi Meslek İlkeleri

Basın Konseyi'nin kabul ettiği 16 meslek ilkesi var. Bu meslek ilkeleri şöyle sıralanır: (Basın Konseyi Yıllık Raporu 2004: 5)

1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özürlü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.

2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.

3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara âlet edilemez.

4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.

6. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz.

7. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.

8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilân edilemez.

10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11. Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

12. Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.

13. Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

14. İlân ve reklâm niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.

4.4. Yerel Medyayla İlgili Şikâyet Başvuruları ve Kararlar

Bu çalışmada Basın Konseyi'nin 2000-2004 seneleri arasındaki beş yıllık dönemde yerel medya hakkındaki şikâyetlerle ilgili kararları, sonuçları ve ihlal edilen meslek ilkeleri açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bunun için Basın Konseyi'nin

2000-2004 yılları arasındaki 5 senelik raporları incelenerek, şikâyet başvuruları ve başvurular içindeki yerel medyayla ilgili kararlar incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucu ortaya çıkan ilgili rakamlar Tablo 1'de verilmiştir:

Tablo 1. Basın Konseyi Yerel Gazete Kararları

<i>YIL</i>	<i>Toplam Yerel Başvuru medya</i>	<i>UYARI</i>	<i>KINAMA</i>	<i>ŞİKÂYETİN YERSİZLİĞİ</i>	
2000	54	5	–	2	3
2001	122	10	4	1	5
2002	116	18	8	4	6
2003	105	13	5	2	6
2004	104	14	2	6	6
	501	60	19	15	26

Basın Konseyi 2000 ve 2004 yılları arasında 501 şikâyet başvurusunu sonuçlandırmıştır. Bu başvurulardan 60 tanesi yerel medyayla ilgilidir. Bunların içinde birkaç televizyon kanalı da bulunmaktadır. Bu yıllar arasında yerel gazetelerle ilgili yapılan başvurularda 26 şikâyetin yersizliği, 19 uyarı, 15 kınama kararı verilmiştir.

Yerel medya hakkında yapılan şikâyetlerden kınama ve uyarı kararı verilen dosyalarda ihlal edilen meslek ilkeleri Tablo 2'de verilmiştir.

Şikâyet başvuruları incelendiğinde en çok ihlal edilen basın meslek ilkesinin "Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez" başlıklı 4. madde olduğu görülmektedir. Bu madde tam 19 kez ihlal edilmiştir. Bu maddeyi 11 kez ihlal edilen "Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz" başlıklı 6. madde takip etmektedir.

"Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlâka aykırı özel amaç ve çıkarlara âlet edilemez" başlıklı 3. madde ile "Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır" başlıklı 12. madde ise 8'er kez ihlal edilmiştir.

Bunların ardından 7 kez ihlal edilen "Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar" başlıklı 16. madde gelmektedir. "Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilân edilemez" başlık-

Tablo 2. En çok ihlâl edilen Basın Meslek İlkeleri(4)

4. madde: Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez	19
6. madde: Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz	11
3. madde: Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara âlet edilemez	8
12. madde: Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.	8
16. madde: Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekiip hakkına saygı duyarlar	7
9. madde: Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse "suçlu" ilân edilemez	2
2. madde: Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünün sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz	1
8. madde: Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir	1
10. madde: Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez	1
13. madde: Şiddet ve zorbalığı özendirici, insanî değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır	1

lı madde 2 kez, 2, 8, 10 ve 13. maddeler ise 1'er kez ihlal edilmiştir.

En çok ihlal edilen 4. madde yerel medyanın haber yaparken kişi ve kuruluşları hedef alan haber ve yayın yaptığını göstermektedir. Zaten 11 kez ihlal edilen 6. madde de ciddi ve kurallara uygun bir habercilik yapılması konusunda sorunlar olduğunu ortaya koymaktadır.

Aynı içerikli 3. ve 12. maddelerin toplam 16 kez ihlal edildiği göz önüne alındığında yerel medyanın gazeteciliği şahsi menfaatlere alet etme konusunun önemli bir sorun olduğu gözlemlenmektedir.

Yapılan 60 şikâyet başvurusunun 26 tanesinin "şikâyetin yersizliği" kararı ile sonuçlandırılması yukarıda bahsedilen ihlallerin yerel medyanın tamamına teşmil edilemeyeceğini göstermektedir. Ancak ihlal edilen ilkeler açısından yerel medyada

ciddi bir sorunun varlığını da bu sonuçlar ortaya koymaktadır.

5. Sonuç

Türkiye'de yerel medya daima yaygın medyanın, başka bir tabirle İstanbul medyasının etkisi altında kalmıştır. Bu durum yerel medyanın kalite ve tiraj açısından gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir.

Yerel medyanın, medya-siyaset ilişkileri açısından yaygın medyayı örnek aldığı, yerel yöneticiler ve işadamlarına yönelik etik dışı davranışlar sergilediği gözlemlenmektedir. Yerel medya, yaygın medyada olduğu gibi ticarî ilişkiler ve kişisel çıkarlar için kullanılmakta, asıl işlevlerinden uzaklaşmaktadır.

Yerel medyanın ihlal ettiği meslek ilkeleri incelendiğinde de bu durum doğrulanmaktadır. Medyanın gerçek işlevi olan, habercilik ve kamuoyunun sağlıklı oluşumuna katkı konusunda sorunların olduğu görülmektedir. Gazeteciliği şahsi menfaatlere alet etme konusunun yerel medyanın en önemli sorunu olduğu gözlemlenmiştir.

Etik sorunlar açısından yaygın medyadaki sorunların benzer, ancak daha küçük ölçekte yerel medyaya da yansıdığı görülmektedir. Yaygın medyada görülen siyaset, ticaret, medya ilişkisi, gazeteciliğin kişisel çıkarlara âlet edilmesi, meslek ilkelerine aykırı davranışlar, yerel medyada da gözlemlenen hususlardır. Ancak ilişkilerin yerel düzeyde ve daha yakın olduğu göz önüne alındığından, bu durumun yansımalarının yaygın medyaya göre daha güçlü olduğu da başka bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Notlar

(1) Takvim-i Vekâyi hakkında ayrıntılı bir inceleme için bkz. Koloğlu 1981.

(2) Gazetenin çıkışının ilginç bir hikâyesi vardır: William Churchill, Kadıköy taraflarında, yabancılar için yasak bir bölgede avlanırken kazayla bir çocuğu yaralamış ve tutuklanmıştır. İngiliz Elçiliği bunu siyasi bir olaya dönüştürdüğü için, Osmanlı Devleti, olayın daha fazla büyümemesi için, çeşitli imtiyazlarla birlikte Churchill'e Türkçe bir gazete çıkarma imtiyazı da vermişti. Bu zat daha sonra bir matbaa kurarak, Ceride-i Havadis gazetesini çıkarmaya başlamıştır. (İskit 1939: 8)

(3) Basın Şeref Divanı'nın başarısızlık sebepleri için bkz. Sulhi Dönmezer, "Basında Oto-Kontrol" İÜ. Hukuk Fakültesi Mecmuası, C. 34. S. 1-4, Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1969, s.7.

(4) Bazı kararlarda birden fazla madde ihlâl edilmiştir.

Kaynakça

- Alankuş, Sevda (2000). "Yerelliğin İmkânları ve Yerel Medya". **Global Yerel Eksende Türkiye**. Fuat Keyman ve Ali Yaşar Sarıbay (der.) içinde. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Alemdar, Korkmaz (1999). "Medya ve Etik". **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**. Korkmaz Alemdar (der.) içinde. İstanbul: Afa Yayınları.
- Alemdar, Zeynep (1990). **Oyunun Kuralı "Basında Özdenetim"**. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Basın Konseyi (2001). **Basın Konseyi Yıllık Raporu (2000)**. İstanbul: Basın Konseyi Yayını: 23.
- Basın Konseyi (2002). **Basın Konseyi Yıllık Raporu (2001)**. İstanbul: Basın Konseyi Yayını: 24.
- Basın Konseyi (2003). **Basın Konseyi Yıllık Raporu (2002)**. İstanbul: Basın Konseyi Yayını: 25.
- Basın Konseyi (2004). **Basın Konseyi Yıllık Raporu (2003)**. İstanbul: Basın Konseyi Yayını: 26.
- Basın Konseyi (2005). **Basın Konseyi Yıllık Raporu (2004)**. İstanbul: Basın Konseyi Yayını: 27.
- Belsey, A., R. Chadwick (1998). **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**. Çev., Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bertrand, Claude-Jean (2004). **Medya Etiği**. Ankara: Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayını.
- Bohere, G. (1986). **Gazetecilik Mesleği-Gazetecilerin Çalışma Koşulları Üzerine Bir İnceleme**. Çev., Nurhal Süral. Ankara: Uluslararası Çalışma Teşkilatı Yayını.
- Demir, Vedat (1998). **Türkiye'de Medya ve Özdenetim**. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demir, Vedat (2000). "Türkiye'de Medyada Tecimselleşme Olgusu". **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. İstanbul: M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, Vedat (2004). "Medyada Otokontrol". **X. Yerel Medya Eğitimi Semineri**. 20-21 Şubat 2004. Kayseri.

Demirkent, Nezih (1997). "Yerel Gazeteciliğin Özellikleri ve Önemi". **Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları**. 2-3 Ekim 1997. İstanbul.

Dönmezer, Sulhi (1969). "Basında Oto-Kontrol". **İÜ. Hukuk Fakültesi Mecmuası**. C. 34. S. 1-4. İstanbul: Sulhi Garan Matbaası.

Girgin, Atilla (1997). **Türkiye'de Yerel Basının Gelişimi**. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını.

Girgin, Atilla (2001). **Yerel Medya**. İstanbul: İnkılâp Kitapevi.

İmre, Nurettin (1988). "Anadolu Basınının Sorunları ve Çözümleri". **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. İstanbul: İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İskit, Server (1939). **Türkiye'de Matbuat Rejimleri**, (Tahlil ve Tarihçe Kısmı). İstanbul: Matbuat Umum Müdürlüğü Neşriyatı.

Kaya, A. Raşit (1985). **Kitle İletişim Sistemleri**. Ankara: Teori Yayınları.

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

Koloğlu, Orhan (1981). **Takvim-i Vekâyi Türk Basınında 150 Yıl 1831-1981**. Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayını.

Koloğlu, Orhan (1992). **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın**. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tokgöz, Oya (2001). "Türkiye'de Yerel Medyanın Yapısı ve Örgütlenişi". **İletişim**. Gazi Ü. İletişim Fakültesi Yayın Organı. Bahar 9.

Tökin, Füzuran Husrev (1963). **Basın Ansiklopedisi**. İstanbul: Kulen Basımevi.

Vural, Ali Murat (1999). **Yerel Basın ve Kamuoyu**. Eskişehir: Anadolu Ü. Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Weimer, Matthias (1997). "Almanya'da Yerel ve Bölgesel Basın". **Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları**. 2-3 Ekim 1997. İstanbul.

Yücel, Seniye, (1999). "Yerel Basın". **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**. Korkmaz Alemdar (der.) içinde. İstanbul: Afa Yayınları.

Kurumsal (Örgütsel) İletişimde Kalite Odaklı Halkla İlişkiler ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi

Quality Oriented Public Relations and Total Quality Management Relationship in Corporate Communication

Erhan EROĞLU* - Başak SOLMAZ**

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi -Eskişehir

** Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi - Konya

Özet

Kalite ve müşteri memnuniyeti kavramlarının kuruluşlarda başarıya ulaşabilmesi toplam kalite yönetimini etkin bir şekilde uygulamalarıyla mümkündür. Halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi, yönetim felsefesi olmak gibi ortak bir noktada birleşmektedir. Toplam kalite yönetimi ve halkla ilişkilerde en önemli etken müşterinin memnuniyetidir. Kurumsal iletişim sürecinde etkin olarak kullanılan halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi felsefelerinden beklenen de müşteriyi kazanmak başka bir deyişle müşteri memnuniyetini sürekli hale getirmektir. Bu çalışmada; kuruluşlardaki iletişim sürecinde kalite odaklı halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi uygulamalarının birbiriyle ilişkisi ve gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Kurumsal iletişim, toplam kalite yönetimi, halkla ilişkiler.

Abstract

Reaching the successful application of quality and consumer behavior in organizations depends on the practice of effective total quality management. At the same time, public relation and total quality management merges on the same point that is called management approach. The most important factor which supplies successful results in public relations and in total quality management is the consumer satisfaction. The expecting from the public relations and total quality management that use in process of organizational communication makes constantly consumer satisfaction. In this study, the authors has studied pointing out the relation among quality oriented public relations and total quality management in organizational communication.

Keywords: Corporate communication, total quality management, public relations.

1. Giriş

İşletmeler, son dönemlerde kalitenin geliştirilmesi konusunda hemfikir olmuş durumdadırlar. Çünkü, kalitenin geliştirilmesi, çalışanların ve bir anlamda da kurumun şu anki performans düzeyi ile arzu edilen performans düzeyi arasındaki farkın kapatılması süreci şeklinde algılanmaya başlanmıştır. Giderek artan bu kalite anlayışı, kuruluşları kalite konusunda daha yoğun çaba göstermeye yöneltmektedir. Konu, hizmetler açısından ele alındığında, hizmet üretim ve tüketiminin ayrılmazlığı, genellikle müşterilerin üretimin bir parçası olmaları, hizmetlerin dayanıksızlığı gibi nedenlerle hizmetlerin yapı olarak mallardan farklılaştıkları görülmektedir. Bu nedenle hizmetlerde kalite, mallarda kaliteye göre, ilk bakışta görüldüğünden çok daha soyut ilişkiler sistemini içermektedir.

Hizmetlerde kalite; kimi zaman bir hissediş süreci olabilirken, kimi zaman da tanımlanması oldukça karmaşık bir etkinlikler süreci olarak ortaya çıkabilmektedir. Kısaca "müşteri özelliklerine uygunluk" diye de tanımlanabilen kalite, kaçınılmaz olarak, hizmet üretiminden tüketimine doğrudan etkili olan bir kilit değişken özelliği taşımaktadır. Bu noktada da, kurumların iletişim biçimleri ve halkla ilişkiler çabaları önem kazanmaktadır.

Günümüzde işletmeler için müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla, sundukları hizmet kalitesinin belirlenmesi, diğer bir deyişle hizmet kalitesinin ölçümü, oldukça önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu görüş ışığında önem kazanan asıl görüş ise; dış müşteri memnuniyetinin öncelikle iç müşteri memnuniyetinden geçtiği ve bu bağlamda insan etkileşimine dayalı bir sistemin işletme içinde geliştirilmesi gereğidir. Diğer bir deyişle, kurumsal iletişimde kalite odaklı halkla ilişkiler çabaları ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu çalışmanın öncelikli amacı kurumlardaki toplam kalite yönetimi uygulamalarının başarıyla sürdürülmesinde "kurumsal iletişim kalitesi" unsurunun önemini vurgulamaktır; sonrasında da kurumsal iletişim kalitesinin yüksek düzeyde oluşmasında "halkla ilişkiler çabaları"nın rolünü ortaya koymaktır. Bu kuramsal çalışma, toplam kalite yönetimi çabaları içine girmiş kurumların kaliteyi geliştirme sürecinde iletişim ve halkla ilişkiler çabalarını görmezlikten gelmeleri sorunundan hareketle yapılandırılmıştır. Tarama modeliyle gerçekleştirilen çalışmada öncelikle ilgili literatür taranarak veriler toplanmıştır. Ayrıca bazı kurumlardaki iletişim uzmanlarıyla yapılandırılmamış görüşmeler yapılarak toplam kalite yönetiminin uygulanmasında kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler çabalarının etkisi ve gücü belirlenmeye çalışılmıştır.

2. İletişim ve Kalite

Teknolojide ve bilimde meydana gelen gelişmeler, özellikle insanoğlunun artan taleplerini en kolay yoldan ve mükemmel diyebileceğimiz bir biçimde karşılamaya yönelik olarak büyük bir hızla sürmektedir. Globalleşen dünyadaki yeni gelişmeler, varolan yönetim anlayış ve yaklaşımlarını bir tarafa bırakarak, yönetimde yeni anlayışları ve yeni bakış açılarını gündeme getirmiştir. Bu yeni bakış açısından bakıldığında kuruluşların kendilerini tanıtmada ya da imajlarını oluşturmada yeni ve etkin uygulamalara gitmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yine bu noktada toplam kalite yönetimi devreye girerek kuruluşun faaliyetlerinin sürekli olarak geliştirilmesi ve gerekirse değiştirilmesi yaklaşımını ileriye sürmüştür. Toplam kalite yönetimi, uygulamaları gereği, insan unsurunu en değerli kaynak olarak ön plana çıkaran, yönetim dahil her türlü faaliyette katılımcılığı, ekip çalışmasını, zamanla birlikte diğer bütün kaynakların (insan, malzeme vb.) etkin ve verimli kullanılmasını ve işin ilk seferde doğru yapılmasını esas alan, eğitimi sürekli gelişmenin temeli olarak gören ve örgüt politikalarına kalite olgusunun yön vermesini benimseyen kültürün hakim olduğu bir yönetim şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicilerin kaliteli ve ucuz olan malı talep eder hale geldiği, rekabetin hızlandığı günümüzde, toplam kalite yönetimi, kuruluşlar için son derece gerekli uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki; toplam kalite yönetimini uygulayan kuruluşlar diğerlerine karşı farklılık ve avantaj sağlamakta, rekabet koşusunda önde gitmektedir.

Herhangi bir kurumun yeniden yapılanma hareketinin "olumlu bir değişim" yolunda ilk adımının atılmasında; diğer bir deyişle yeniden yapılanma kararının verilmesinde, bu karar doğrultusunda etkili stratejilerin belirlenmesinde, stratejiler doğrultusunda çeşitli uygulamaların gerçekleştirilmesinde ve hatta ortaya çıkan sonuçların amaçlara uygunluğunun denetlenmesinde her zaman kurum içinden güçlü birilerinin yönlendirici ve motive edici gücüne gereksinim duyulmaktadır. Bu nedenden dolayı da, bu tür kişilerin varlığı, kurum içinde vazgeçilemez bir ihtiyaçtır. Söz konusu güce ve diğer bir deyişle elinde sihirli bir değneğe sahip olan bu kişiler, kurumun değişim öncüleridir. Bahsedilen türde öncüler her kurumda vardır, ama önemli olan, bu kişilerin ellerindeki sihirli değneği tutarken ve değişimi başlatmada gereksinim duydukları yetenekleri ve becerilerinin yoğunluğudur.

Değişim immesinin ateşleyicisi olan bu kişiler (liderler) yalnızca kurum içindeki görevleri, yaşattıkları değerleri ve fütürist özellikleriyle geleceği görebilmeleriyle prim yapmazlar. Bu tür kişileri değişim lideri yapan ve diğer yöneticilerden ayıran şüphesiz birtakım farklı özellikler vardır. Zaten onların kurum içinde bu kadar rahat çalışabilmelerinin nedeni de sahip oldukları bu tür farklı yetenekleridir. Söz konusu yeteneklerden biri ise, belki de en önemlisi, iletişim yeteneğidir.

"İletişim" kavramı, aslında herkes tarafından bilinen, ama "Hadi tanımla?" diye sorulduğunda da birçoğumuzun anlamını ifade etmekte zorlandığımız kavramlardandır. Zilloğlu, "İletişim Nedir?" isimli kitabında bu kavramla ilgili birçok tanımın varlığından bizleri haberdar etmektedir. Verdiği tanımlardan birinde ise iletişim

kavramını, "Anlamlarında uzlaşmış simgeler aracılığıyla bilgilerin, duyguların ve düşüncelerin biriktirilip aktarılmasının ve paylaşılmasının hem ortak hem de değişik zaman ve mekan boyutlarında gerçekleştirilmesi" olarak tanımlamaktadır (aktaran Zillioğlu, 1993). Bu tanımda yer alan boyutlar hayatımızın her yönünde kurduğumuz iletişim süreçleri için önem taşımaktadır. Ama kabul etmek gerekir ki, "anlamlarında uzlaşmış simgeler kullanarak bilgi, duygu ve düşünceleri paylaşma" isteği, müşteri memnuniyeti sağlayarak verimlilik ve etkinlik arasında bir denge kurma çabası içinde olan kurumlar için çok daha farklı bir anlam ifade etmekte ve önem kazanmaktadır.

Rekabet unsurlarının sertleştiği ve yok edici rekabet ortamının yaşandığı yeni dünya düzeninde kurumlar için öncelikli olan müşteri merkezli olmaktır. Daha açık söylemek gerekirse, hem iç ve hem de dış müşteriye kurumun tüm amaçlarının odağına oturtmaktır. Ama bilinmesi gereken bir gerçek vardır ki, o da müşteri yönelimli olma çabalarının başarısı temelde kurumdaki iletişim yeteneğinin yoğunluğuna ve başarısına bağlıdır. Bu nedendendir ki, "müşteri merkezli olma" ve "iletişim yeteneği" son yıllarda literatürde en çok kullanılan ve kurumlar için en fazla yararlı bulunan kavramların başında gelmektedir. Stratejik düşünememek, yaratıcı stratejiler geliştirebilmek ve hem bugünün hem de geleceğin rekabetinde lider kurum olabilmenin yollarını kavrayabilmek açısından son derece yaşamsal öneme sahip kavramlardan ikisidir.

Diğer bir deyişle, kurumlar, yoğun rekabet ve bunun getirdiği olumsuz sonuçlar karşısında fiyat üstünlüğü kadar müşterinin isteğini karşılayacak ve rakiplerine göre farklılık yaratacak stratejilere önem vermek durumunda kalmışlardır. Çünkü toplumun refahı arttıkça belli bir mal ya da refaha sahip olma isteğinin ötesinde, farklı bir mal ya da hizmete sahip olma arzusu gelişmektedir. Bu farklılık arayışları mal veya hizmetin sunulduğunda, tasarımında, kalitesinde, satış sonrası serviste, işletme giderlerindeki üstünlükte, kullanım kolaylığında, hızlı teslim sürelerinde kendini göstermektedir. Hatta yoğun rekabet ortamında kurumlar, müşterilerin henüz talep etmediği, fakat gereksinim duyduğu veya duyabileceği veya kurumda rekabetçi bir üstünlük sağlayacak farklılıkları yaratma çabasına yönelmektedir. Artık rekabetin baskısı kurumları "yaptığını satan" olmaktan çıkarıp "satılabileni yapan" hale getirmektedir. Satılabilirin ne olduğunu anlamak için "Kaliteyi müşteri belirler" anlayışını benimsemek gerekmektedir. Müşterinin görünür isteklerinin yanı sıra saklı isteklerini de saptayabilme ise ancak müşteriye yakın olmakla, onunla çift yönlü bir iletişimi gerçekleştirmekle olanaklıdır.

Norichi Kano kaliteyi tanımlamak amacıyla zorunlu kalite ve cazip kalite olmak üzere iki boyutlu bir model geliştirmiştir. Zorunlu kalite, müşterinin üründen mutlak beklentilerini ifade eder. Eğer bu karşılanmazsa müşteri tatmin olmaz. Örneğin, ürün güvenilirliği, kullanım kolaylığı zorunlu kalite ile ilgili unsurlardır. Cazip kalite ise mevcut beklentilerin üzerinde, müşterinin beklemediği ve talep etmediği ve hakkında önceden fikir sahibi olmadığı özellikleri ve bu tür özelliklerin geliştirilmesi ilaildir. Örneğin. binek otomobillerde ani darbelere karşı hava vastiü aesti-

rilmesi, cazip kaliteye ait bir örnektir. Fakat cazip kalite, belli bir süre geçtikten sonra müşterinin bu özelliği benimsemesi ve talep etmeye başlamasıyla zorunlu kaliteye dönüşür. Kalite anlayışı ise en iyi şekilde dizayn edilmiş, her iki boyuttaki kaliteyi de içeren bir ürünü ve hizmeti öngörür. Müşteri isteklerinin tatminini temel işletme felsefesi olarak yerleştirmeye çalışan işletmeler "koşulsuz müşteri mutluluğunu" bir ilke olarak kabul etmekte ve bu ilke, kurum kültürlerinin en temel özelliğini oluşturmaktadır. Kalite yönetiminin bu ögesi, etkili olarak uygulanması zor olmakla birlikte, uzun dönemde işletmeye en çok katkı sağlayacak bir ilke olarak kabul edilmektedir. Çünkü günümüz rekabet koşullarında müşteriyi kazanan, tatmin eden ve elinde tutan kuruluşun pazarda kalıcı olma şansı bulunmaktadır (Gürgen 1997: 52-53).

Pazarda kalıcı olma şansını elde etmenin yolu ise "insan"dan geçmektedir. Anlatılmak istenen, herhangi bir kurumun performansının geliştirilmesinde en önemli faktör "insan"dır. Bu aşamada vurgulanabilecek önemli bir saptama da, kalitenin insanlar tarafından yaratıldığı ve kullanıldığıdır. Gerek kalite geliştirme ve gerekse performans iyileştirme ile ilgili kurumsal çalışmalarda, yönetsel çabalarda ve akademik çalışmalarda (makale, tez, kitap gibi) genellikle az önce belirtilen saptamanın ikincisine odaklanılmaktadır. Kaliteyi kullanan insanların (dış müşterilerin) açısından olumlu memnuniyetin önemi, bu memnuniyetin nasıl sağlanacağı ve ötesinde de söz konusu memnuniyetin kuruma sağlayacağı girdilerin getirisi üzerinde durulmaktadır. Ama nedense, saptamanın birinci kısmında yer alan vurgu, ya hiç dikkate alınmamakta ya da yeteri özen gösterilmemektedir. Aslında, kaliteyi yaratılanlarla ilgilenmek ve kalitenin iyileştirilmesinde ve geliştirilmesinde birebir çalışan ve süreçlere katkıda bulunan bu insanlardan (iç müşteriler, personel) yola çıkmak, sonuçta kaliteyi kullanan insanların da yeteri kadar memnun edilmesinin en etkili yoludur (aktaran Beatty, 1998).

Görüldüğü üzere, her şeyin kaynağında iletişimin yattığı günümüzde, iletişim sayesinde kurulacak iş süreçleri ile kaliteye ulaşma anlayışı giderek daha belirgin hale gelmektedir. Etkin iletişim olmadan ne etkin yönetim, ne etkin motivasyon, ne etkin yaratıcılık ve ne de etkin bir kalite mümkün olamaz. Günümüzde yönetimin başarısı her şeyden önce insanları anlama ve onlara kendi düşüncelerinizi anlatabilmenize bağlıdır. Bunun yolu da, iç müşteri konumunda olan çalışanların motive edilmesinden ve tüm beklentilerinin karşılanmasından geçmektedir.

Geçmişte yapılan çeşitli araştırmaların bazıları, kurumun amaçlarının belirlenmesine çalışanların dahil edilmesinin, en etkili motivasyon faktörü olduğuna işaret etmektedir. Bu, aynı zamanda, çalışanın gelecekte ne yapmak isteyeceğini ve nerede olmak isteyeceğini de ifade etmektedir. Bu tür bir hareketi toplam motivasyon yönetimi olarak adlandırmak mümkündür. Çünkü bu tür bir yolla belirlenecek olan amaç, içinde hem kurumun hem de o kurum için çalışan iç müşterinin beklentilerini ve hedeflerini içermektedir.

Amaçlar, motivasyon için temel oluşturur ve davranışı yönlendirir. Amaçların en

önemli özelliği geri bildirim imkanı vermesidir. Size yardımcı olan sekreterinize "Yarın şu üç paketi kargoyla şu kişiye gönderelim" dersiniz, onun zamanını ve performansını izleme imkanınız doğar. Kurum içinde verimi yükseltecek ve kaliteyi sağlayacak en önemli adım, amaçlar saptanırken ve bazı kararlar alınırken çalışanların katılımlarını sağlamakla atılabilir. Yapılan araştırmalara göre, işin hızı, görev dağılımı, yapılacak işle ilgili fazla mesai gerektirip gerektirmediği, verilecek dinlenme araları gibi işyeri kuralları konusunda çalışanların fikirlerinin alınması ve kararlara katılmalarının sağlanmasıyla;

- Ahlaki değerler ve iş doyumunda artış,
- Devamsızlıkta ve çatışmalarda azalma,
- İşi bırakma sayısında düşüş görülmüştür.

Araştırma sonuçlarının ortaya koyduğu gibi, karara katılım, çalışanların değer sistemlerine, zihinsel yapılarına ve motivasyonlarına olumlu yönde etki etmektedir. Bunun için bir yöneticinin, haftanın belirli bir gününde ve belirli bir saatinde, bir toplantıda, kurumu ilgilendiren konuları ele almasında büyük bir yarar vardır. İşte bu noktada da yöneticinin iletişim yeteneği ortaya çıkmak zorundadır.

3. Kurumsal (Örgütsel) İletişim

Kurumlar, kendi ayırt edici kültür ve alt kültür modellerine sahip küçük toplumlardır. Bir kurum kendisini, bir arada çalışmaya inanmış, sınıksız kaynaşmış bir ekip ya da aile olarak görebilir. Bir başkasına, "Sektörün en iyisi biziz ve böyle kalmaya niyetliyiz" fikri hakim olabilir. Bir diğeri ise, çok farklı biçimlerde düşünen veya kuruluşun nasıl olması gerektiği konusunda farklı özelemlere sahip gruplara bölünmüş ve parçalara ayrılmış olabilir. Farklı işleyiş normlarının ve ritüellerin desteklediği, parçalanmış veya bütünlüklü, bu tür inanç veya ortak anlam modelleri, örgütün karşı karşıya olduğu zorlukların üstesinden gelme yeteneği üzerinde belirleyici bir etki yaratabilir (Morgan 1998: 150). Amaçları her ne olursa olsun, kurumsal özellikler taşıyan ve bu özellikleriyle toplumsal yapının bir parçası olan işletmeler, yaşamlarını içeride ve dışarıda olmak üzere kurulan bir ilişkiler düzeni içinde sürdürürler. Bu ilişkilerin denetim altına alınması, belirli bir yapısal düzen ve amaç içinde işlemesi etkili iletişim politikalarıyla mümkündür. Çünkü kurumların işlevleri doğrultusunda dinamik bir yapıyı oluşturmaları ve geliştirerek sürdürmeleri gerekir.

Kurumsal iletişim, kurum içinde önemli bir yönetim fonksiyonu ve kurumun iletişim çabalarının toplamı olarak kabul edilir ve profesyoneller tarafından stratejik bir hareket olarak uygulanır. Bu uygulamalar sonucunda ise hem içsel hem dışsal anlamda güçlü iletişim ve ilişkiler ortaya çıkar (Goodman 2000: 69). Kurumların ilgili olduğu iki önemli iletişim sistemi vardır. Bunlardan biri, içsel iletişim sistemi diğeri de dışsal iletişim sistemidir. İçsel iletişim sistemi; veri toplanması, beklentiler ve tutumlara dayalı hedeflerin başarılması aktivitelerini organize eder. Dışsal iletişim

sistemi ise, çeşitli kitlelerden gelen bilgiler doğrultusunda kurumun dış iletişimini sağlar ve buna bağlı olarak iç işleyişi düzenler. İçsel iletişim sistemi kurumun yapısına ve stabilitesine doğrudan bağlıdır. Yönetici ya da liderler, istikrar ve yenileme arasındaki dengeyi kurmak için işbirliğine giderler. Kurumlarda bir değer yaratma perspektifi, kurumun istediği başarılarla ulaşması için şarttır. Bu nedenle yöneticinin, kurum iletişim işleyişini, girişimin merkezi olarak kabul etmesi gerekmektedir (Varey ve White 2000: 5). Kurumsal iletişim, çalışanların ve her kademedeki birimin uyumlu ve eşgüdümlü işleyişini sağlayan, yine çalışanları ve kurumu birbirine bağlayan temel bir alt sistem olarak kabul edilir.

Ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere bir grup insanın meydana getirdiği kurumların, iç ve dış çevrelerle etkili iletişim kurmaları ve geliştirmeleri gerekmektedir. Kurumların, çevreleriyle kurdukları iletişim; onların varoluş ve yaşamlarını sürdürmelerinde, başarılarında ve amaçlarına ulaşmalarında önemli bir süreç olarak kabul edilmektedir. Bir kurumun bütün bireyleri ve birimleri arasındaki bilginin, duygu ve düşüncenin paylaşılması, iletişimin kurum içi ve kurum dışındaki başarıyla orantılıdır. Çalışanlar özellikle kurum içi iletişim sistemleri aracılığıyla; kendilerinden nelerin beklendiği, işlerini nasıl başarabilecekleri ve diğerlerinin kendi çalışma performansı hakkında neler düşündükleri gibi pek çok konuda bilgi ihtiyaçlarını karşılayabilirler. Etkin iletişim sistemlerinin oluşturulmadığı kurumlarda ise zayıf iletişimin sonuçları olarak; çalışanların performans düzeylerinin düşmesi, işe olan bağlılığın azalması, kurumsal çatışma ve stresin ortaya çıkması, kalitenin düşmesi, üretim ve hizmette yaşanan aksaklıklar, müşteri şikayetlerinin artması gibi sorunlar yaşanmaktadır (Gürüz 2004: 53). O halde kurumlarda kişilerarası iletişime yönelik planlamaların yapılması ve stratejilerin oluşturulması, başka bir ifadeyle iletişimin yönetilmesi söz konusudur. Hemen her kurumda çalışanların kurumlarını benimsemeleri ve kurumlarıyla bütünleşmelerinin temelinde iletişim önemli bir rol oynamaktadır.

3.1. Kurumsal İletişim Sürecinde Kalite ve Toplam Kalite Yönetimi

Ürün ya da hizmetin niteliğini ve müşterilerin memnuniyetini artırmaya yönelik olan kalite davranışı çağdaş kurumlar için artık vazgeçilmez bir unsur olarak ifade edilmektedir.

Geleneksel anlamda, standartlara uyum ya da fonksiyonlara uygunluk olarak tanımlanan kalite kavramı (Erkut 1995: 5) stratejik bir yönetim aracı durumuna gelmiştir. Dolayısıyla kavram artık, "Kalite müşterinin istediğidir" şeklinde çağdaş bir anlam ifade etmektedir. Kavrama ilişkin literatür incelendiğinde, bu alanda yapılmış çalışmaların genellikle mal üreten işletmelere yönelik olduğu ve ayrıca kalite olgusunun ürün ve üretime yönelik bir yaklaşıma dayandırıldığı görülmektedir (Uyguç 1998: 1). Hangi sektörde olursa olsun hemen her işletmenin ilgi alanlarından biri haline gelen kalite kavramı ve anlayışının odak noktası, ürün kalitesinden süreç kalitesine oradan da ilişki kalitesine doğru gelişme göstermektedir. Hem iç hem de dış müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilmek kurumsal başarı için kaçınıl-

maz bir gerekliliktir.

Kurumsal değişimleri yönetebilmek ve müşteri isteklerinin karşılanması anlamında kaliteye ulaşmak, toplam kalite yönetiminin temel amacıdır. Temel işletme felsefi olarak koşulsuz müşteri mutluluğu anlayışını yerleştirmeye çalışan işletmeler bu anlayışı bir ilke olarak kabul etmekte ve bu ilke kurumların kültürlerinin en temel özelliğini oluşturmaktadır. Kalite yönetiminin bu ögesinin etkili olarak uygulanmasının zorluğunun yanında, bu öge, uzun dönemde işletmeye en çok katkı sağlayacak bir ilke olarak kabul edilmektedir (Gürgen 1997: 53). O halde kalite yönetiminin toplam kalite anlayışı çerçevesinde ele alındığını ve takip edildiğini söylemek mümkündür.

- Belli bir ürünün belli bir tüketicinin isteklerini tatmin etme derecesi
- Bir ürün sınıfının sahip olduğu potansiyel tatmin etme derecesi
- Belli bir ürünün bir hedefe ya da spesifikasyona uygunluk derecesi
- Belli bir ürünün benzer ürünler arasındaki rekabette tercih edilme derecesi
- Bir kalite özelliği (örneğin; görünüş, performans, güvenilirlik, denenmişlik vb.)
- Sınıflandırılmaya yetecek kadar spesifik olmadan, belirginlikten uzak bir genel mükemmellik ifadesi (böyle bir kullanım genellikle kargaşaya neden olmaktadır)
- Sanayide, üründe kalitenin sağlanmasıyla ilgili bir işlevin ya da sorumluluğun adı
- Organizasyonda belli bir departmanın adı
- Ahlaki bir özellik ya da ayırt edici özellik şeklinde ifade edilebilen (Schukies 1998: 16) kalite kavramının görüldüğü gibi çok sayıda anlamı mevcuttur.

Kalite, bir hizmetin veya ürünün varolan bir ihtiyacı karşılayabilme yeteneğiyle ilgili kendine has özelliklerinin toplamı şeklinde ifade edilirken (Prokopenko 1992: 221) müşteri bilincinin sürekli geliştiği ve rekabetin arttığı günümüzde başarılı olmanın temeli kaliteye ve kaliteli hizmet üretimine dayanmaktadır. Hemen her alanda hizmet gösteren kuruluşlar rekabet edebilmenin neredeyse en önemli koşulunun kalite olduğunu fark etmişlerdir.

Kurumlarda mevcut toplam kalite yaklaşımı, müşteri beklentilerini en iyi şekilde karşılamayı hedefleyen bir yaklaşım olduğu kadar maliyetleri de düşüren bir yöne-

tim biçimi olarak değerlendirilmektedir. Buradaki temel amaç, kurumlarda (örgütlerde) değişimi yönetebilmek ve müşteri isteklerinin karşılanmasına yönelik olarak kaliteye ulaşmaktır. Toplam kalite yönetiminin temelinde sürekli geliştirme felsefesi yatar ve bu felsefe özgün ismiyle "kaizen" olarak tanımlanır. Kaizen; iş yaşamı, liderlik ve yönetim ile ilgili olduğu kadar bir yaşam felsefesidir. Bundan dolayı günlük hayatında kaizen'i gerçekleştirilmeyen bireyin iş yaşamında sürekli daha iyiyi araması neredeyse imkansızdır. Bu nedendir ki, toplam kalite yönetiminde, sürekli gelişme felsefesi kadar birey kalitesi de önem taşımaktadır. Kurumlarda rekabetçi bir yapılanmayı öngören toplam kalite yönetimi, savurganlığı önleyerek verimliliği artırdığı ve maliyetleri düşürdüğü için kurumlardaki rekabet gücünün değişmesinde en iyi sistem olarak kabul görmektedir. Kaliteye ulaşmak için yapılan çalışmalar, yüksek kaliteli ürünlerin daha düşük fiyatla pazarlanması imkanı tanımakta ve bu durum pazar payının artmasına, dolayısıyla karın yükselmesine neden olmaktadır (Gürgen 1997: 51-52). KAI (değişim), ZEN (iyi-daha iyi) anlamına gelmektedir ve kaizen metodunun amacı kısaca, kalitenin artırılması yoluyla verimliliği artırmaktır.

Kalitesizliğin ortadan kaldırılmasıyla elde edilen kalite, sıfır hata, sıfır kusur, sıfır boş zaman, sıfır şikayet ve sıfır kabul edilmeyen davranış demektir ve kaliteye doğru yaklaşım "ilk seferinde ve sürekli doğruyu yap" sloganıyla ifade edilmektedir (Bozkurt 1996: 199). İşletmeler sürekli doğruyu yapma ve kalitesizliği ortadan kaldırma yoluyla, hedeflenen ve beklenen kaliteye ulaşabilecektir. O halde kaliteyi; kullanıma uygunluk, ihtiyaçlara uygunluk, müşteri memnuniyeti, hayat felsefesi ve yaşam tarzıdır şeklinde ifade edebiliriz.

4. Halkla İlişkilerde Kalite Anlayışı

Yaşamımızın her boyutunda olduğu gibi, halkla ilişkilerde de kalite ve kalite anlayışından söz etmemek mümkün değildir. Halkla iletişim kurma yolunda ürün ya da hizmete yönelik hedef kitle memnuniyeti bir anlamda halkla ilişkilerin kalitesini ortaya çıkarmaktadır.

Halkla ilişkiler ve kalite kavramlarını bir arada değerlendirdiğimizde; insan kalitesi, hizmet kalitesi, eğitim kalitesi, çevre ilişkileri kalitesi, üretilen işlerin kendi içindeki kalite gibi ifadelerle karşılaşmak mümkündür. Özellikle 1980'li yıllara egemen olan "ürün kalitesi", 1990'larda yerini "yönetim kalitesi"ne bırakmıştır. Bir kuruluşun yönetiminde kalite varsa orada gerçekleşecek ürün ya da hizmet kalitesi kendiliğinden var olacaktır (Kadıbeşegil 1998: 56-57). Kaliteyi sıradan bir ürün kalitesi gibi algılamamak ve halkla ilişkilerde kaliteyi sorgulamak adına 1997'de Helsinki'de Dünya Halkla İlişkiler Kongresi yapılmış ve bu kongrede halkla ilişkilerde kalite ve kalite geliştirmeye yönelik koşullar belirlenmiştir (Berth ve Sjöberg 1998: 71). Bu koşullara göre:

- Halkla ilişkilerde kalite, belirtilen ya da hissettirilen gereksinimleri, kabul edilmiş profesyonel standartlara uygun olarak karşılama gücüne sahip

bütün halkla ilişkiler hizmetlerinin özellik ve niteliklerinin toplamı olarak tanımlanabilir ve değerlendirilebilir.

- Bir meslek olarak halkla ilişkiler; ortak ve geniş bir bilgi temeline, akademik çalışmalara, araştırmalara, etik ilkelere ve performans denetimine dayanmalıdır. Bu özellikler birbirini tamamlar ve meslekteki kalite kavramının köşe taşlarını oluştururlar.
- Her halkla ilişkiler çalışanı (memurlar, danışmanlar, öğretmenler, araştırmacılar ve öğrenciler) toplum, müşteriler ve profesyonellerin bu meslek için oluşturduğu standartları bilmelidir. Bunun sonucu olarak, bütün çalışanlar ve danışmanlar bir kalite sertifikası almayı hedeflemeli ve standart değerlemeyi, performans denetimini ve kalite geliştirmeyi sürekli kılacak sistemleri uygulamalıdır.

Bu koşullardan yola çıkarak, halkla ilişkilerin, müşterilerini dinleyerek ve onlara etkin hizmet vererek kalite konusunda olası anlaşmazlıkları önlemek ve çözmek adına çabalara girişmesi sürekli bir kalite geliştirme programı için gereklidir diyebiliriz.

Kalite geliştirme sürecinde halkla ilişkiler, söz verdiği hizmeti zamanında ve doğru olarak yerine getirmeli, başka bir deyişle güvenilir olmalıdır. Halkla ilişkilerin güvenilirliğinin sağlanabilmesi, hizmetin ulaştırılmasında, müşteri sorunlarının çözümünde ve fiyat üzerinde vaatlerini yerine getirmesiyle mümkündür. Kaliteli hizmet için halkla ilişkiler, temel hizmet özelliklerini belirlemeli ve bu temeller üzerinde yoğunlaşmalıdır. Mükemmel hizmet sunma iddiasında bulunan kuruluşlar bile hataya açıktır. Bunun içindir ki, hatalar hizmetlerin önemli bir kısmını oluşturur ve bazen halkla ilişkilerin denetimi dışında gerçekleşebilir. İşte bu nedenle halkla ilişkiler, hataları düzeltme ve müşteri şikayetlerini ele alma konusunda hazırlıklı olmalıdır. Verdiği hizmetle halkla ilişkiler, müşteri beklentilerinin üstüne çıkmalı, sunulan hizmeti müşteri açısından beklenmedik bir sürpriz haline getirmelidir. Yine kalite anlayışı çerçevesinde, müşterilere adil ve dürüst davranmalı, bunun için özel çaba sarf etmelidir (Öztürk 2000: 150-159). Halkla ilişkiler, kalitenin nasıl yönetilmesi gerektiği konusunda yol gösterici bir özellik sergilemekte ve kalite üzerindeki kontrolün sağlanmasında da etkin rol oynamaktadır.

Halkla ilişkilerde kalite konusu, yapılan beş ayrı değerlendirmeye ayrı bir önem göstermektedir. Bu değerlendirmeye göre; halkla ilişkilerde, her kuruluşun ürettiği mal veya hizmetlerle ilgili amaçladığı bir kalitenin varlığını ifade eden; amaçlanan kalite, hedef kitlelerin bilerek veya bilmeyerek somut veri ve olaylara değil duyumlara göre zihinlerinde o kuruluşun sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesi hakkında edindikleri izlenimlere dayanarak ifade edilen; yakıştırılan kalite, kuruluşun amaçlanan kaliteye yakın bir düzeyde, ürün ve hizmetlerin kalitesini somut olay ve verilere dayanarak ortaya koyduğu; kanıtlanmış ya da yerleşmiş kalite kuruluşun ürün ya da hizmetleriyle ilgili rakipleri ya da hedef kitleleri tarafından benimsenmiş;

kabul edilmiş kalite, son olarak ürün ve hizmetlerden yararlanan onları kullananlar tarafından bireysel ve somut olarak yararlanma ve kullanma sonucu ortaya çıkan; yaşanmış kalitedir (Schukies 1998: 17-18).

Kaliteye verilen önem halkla ilişkiler dahil pek çok mesleği, kendi kalite standartlarını oluşturmaya ve hedeflerini belirlemeye yönlendirmiştir. Bu çerçevede halkla ilişkilerde kaliteyi artırmanın üç temel hedefi belirlenmiştir (Berth ve Sjöberg 1998: 87):

- Halkla ilişkiler hizmetlerinde ortak bir standart belirlemek,
- Uygun ölçümleme yöntemleri ve rutinleri belirlemek,
- Halkla ilişkiler hizmeti alanların ve müşterilerin, bu hizmetlerden nasıl yararlanabileceklerini ve neler elde edebileceklerini gerçekçi bir biçimde anlamalarını sağlamak.

Bu hedefler doğrultusunda amaç; hizmet kalitesinde sürekliliği sağlamak ve kalite anlayışını kuruluşların halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi uygulamaları içine yerleştirmektir. Kaliteli ürün ve hizmetlerin kuruluşlara kazandıracağı müşteriler halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi uygulamalarının etkin olup olmadığının da bir göstergesidir. Kuruluşlarda, toplam kalite yönetimi felsefesinin üst yönetim tarafından benimsenmesi önemli bir gereklilik olup üst yönetim bir anlamda liderlik rolünü benimsemelidir. Yöneticiler aynı zamanda, kalite ve kurum misyonu hakkında ileri görüşlü yani vizyon sahibi ve amaç tutarlılığı içinde olmalıdırlar.

4.1. Halkla İlişkiler ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi

Toplumsal bilgi etkileşimi olarak kabul edilen halkla ilişkiler çalışmaları, eğilimleri çözümlenme, sonuçlarını önceden kestirme, kuruluşların liderlerine danışmanlık yapma ve hem kuruluş hem de kamu yararına planlı faaliyet programlarını uygulama sanatı ve sosyal bilimdir. Nasıl tanımlanırsa tanımlansın halkla ilişkiler, kamu tutumlarının saptanmasına yönelik araştırmalar yapan, sonra da kamudan anlayış ve kabul görme hedefini güden iletişim programları planlayıp uygulayan bir yönetim fonksiyonu olarak kabul edilmektedir. Halkla ilişkilerin başarıya ulaşabilmesi için kalite ve müşteri memnuniyeti gibi uygulamalar gereklilik göstermektedir. Kuruluş için bütün bir iletişim sürecinin yönetilmesinde kalite; amaç, uzmanlık ve iletilenlerin eleştirel yaratıcılığıyla biçimlenen, iletiyi alanlarca kabul edilen bir iletişim kavramı olarak değerlendirilmektedir. Kalite, iletişim sürecinde tek bir öğeye ait olmamakla birlikte halkla ilişkilerde kalite kavramının karmaşıklığını önlemek için; mesajı gönderenin amacı, mesajın içeriği, içinde bulunulan durum, medya seçimi, hedef kitlelere ulaşma stratejisi, geri bildirim sonuçları, etkinliklerin ve sonuçların değerlendirilmesi gibi her bir öğenin birbiriyle bağlantılı olması gerekmektedir. Bu bağlantı aynı zamanda halkla ilişkilerde kalitenin ölçümünü de kolaylaştırmaktadır (Schukies 1998: 16-17). Kaliteden hareketle diyebiliriz ki, toplam

kalite, üretim ve hizmetleri en uygun düzeylerde gerçekleştirmek için, kuruluşlarda kalitenin yaratılması, yaşatılması ve geliştirilmesine yönelik çabaların toplamı olarak karşımıza çıkmakta ve etkin bir yönetim felsefesine dayanmaktadır.

Toplam kalite yönetimi ise, insanların kendilerine söylenmeden, kendi sorumluluk duyguları nedeniyle yapılması gereken işi kendiliğinden yapmalarını öngörmektir. Toplam kalite yönetimi araçlarından biri olan toplam kalite çemberleri etkinliklerini harekete geçiren şey ise, insana saygı duyulan bir işyeri yaratma vizyonuna dayanmaktadır. Bununla beraber, iletişim de toplam kalite yönetiminin başarısında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Kurum ve kuruluşlarda, toplam kalite yönetimi ve buna bağlı ilkelerin nasıl uygulandığı ve değişime uğradığını iletişimin kalitesi belirlemektedir (Gürgen 1997: 58-59). O halde, toplam kalite yönetimindeki insan faktörünün kuruluşların işleyişlerinin merkezinde yer aldıklarını söylemek mümkündür. Bu açıdan baktığımızda toplam kalite yönetimi, ürün veya servis kalitesi değil; bir yönetim felsefesi, yönetim kalitesidir. Aynı zamanda, pazarlama, araştırma-geliştirme, satın alma, müşteri hizmeti, insan kaynakları yönetim kalitesi olarak da ifade edilebilir. Toplam kalite yönetimi; tüm süreçlerinizin kalitesidir ve doğrudan sonuca yönelik bir fayda sağlar. Tanımlardan yola çıkarak halkla ilişkilerin de bir yönetim felsefesi olduğunu hatırlamakta fayda vardır.

Özellikle son yıllarda dünya ülkelerinin, sorunlarına birlikte çözüm arama istekleri ve bunun sonucu olarak da globalleşme veya küreselleşme diye adlandırılan bir noktaya geldikleri görülmektedir. Birlikte çözüm aranan konuların başında çevre kirliliğinin önlenmesi, barışın korunması, insan ve çocuk hakları vb. gelmektedir. Bununla birlikte ticari alandaki pazar kapma, pazar payını genişletmeye yönelik rekabet alabildiğine acımasız ve yok edici bir dozda devam etmektedir. İşte bu rekabette başarılı olan ve pazar paylarını her geçen gün artıran kuruluşların ortak özellikleri yönetim anlayışlarındaki değişimdir. Yani bu ortamda başarılı olan kuruluşların, Stratejik Yönetim, Yeniden Yapılanma, Değişim Mühendisliği (Reengineering) ve Toplam Kalite Yönetimi gibi yönetim yaklaşımlarını benimsemiş oldukları gerçeğini görüyoruz. Toplam kalite yönetimi, sadece ürün ve hizmet kalitesi ile ilgili olmayıp yukarıda da belirtildiği üzere çağdaş bir yönetim yaklaşımıdır. Toplam kalite yönetimi anlayışını benimseyen kuruluşlar ürettikleri mal ve hizmetlerde kaliteyi yükselttikleri gibi verimliliği artırmakta ve maliyeti de düşürmektedirler. Bu durum tabii olarak kuruluşa rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Oysa toplam kalite yönetimi anlayışıyla yönetilmeyen kuruluşların kaliteyi yakalayabilmeleri ancak maliyetleri artırarak mümkün olmakta, bu da rekabet etme gücünü zayıflatmaktadır. Toplam kalite yönetimi kaliteyi yükseltirken maliyeti düşürdüğünden ayrıca kuruluşun tüm faaliyetlerinde kalitenin yükseltilmesi hedeflendiğinden, toplam kalite yönetimiyle her aşamada oluşması söz konusu hatalar önlenir. Hataların önlenmesi ile kayıplar azalır, fire, ıskarta, ikinci kalite ürün, gereksiz stoklar, zaman kayıpları, teslimattaki gecikmeler vb. tüm olumsuzluklar ortadan kaldırılır. (<http://yayim.meb.gov.tr/yayimler/155-156/kcetn.htm>). Bütün bunların sonucunda maliyetlerde düşüşler gerçekleşir, müşterilerin beklentileri de istekleri doğrultusunda karşılanır.

Müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerinin yönetilmesi felsefesi olarak tanımlanan toplam kalite yönetimi, geleneksel tanımının da ötesinde organizasyonların ürün ve hizmetleri karşısında hem içsel hem de dışsal olarak etkileşimde bulunan herkesi kapsamaktadır. Başka bir deyişle toplam kalite yönetimi, organizasyonların ürün ve hizmetlerini alanlar kadar çalışanlar ve satıcıları da kapsamaktadır. Amaç ise, sürekli iyileşen organizasyonlar yaratmaktır. İşte bu nedenle toplam kalite yönetiminin esaslarını beş aşamada incelemek mümkündür (DeCenzo 1997: 48-49) Bu esaslar şunlardır:

Müşteriye Odaklanmak. Müşteri, sadece, kuruluşların ürün ve hizmetlerinden faydalanan yabancılar değil aynı zamanda birbirleriyle etkileşimde bulunan ve kurumun hizmetlerinden faydalanan iç müşterilerdir (ücretli personel veya nakliyeciler gibi).

1. Sürekli İyileştirme. Toplam kalite yönetimi hiçbir şekilde memnun olmak demek değildir. "Çok güzel" yeterli değildir, kalite sürekli iyileştirilmelidir.

2. Kuruluşlarda Yapılanların Kalitesini İyileştirme. Toplam kalite yönetimi çok kapsamlı kalite ifadeleri kullanır. Sadece sonuç olarak ürün ya da hizmetle ilgilenmez aynı zamanda, kuruluşların nasıl dağıtım yaptıklarıyla, şikayetlere hangi sıklıkla cevap verdikleriyle, telefonda ne tarz bir nezaket kullanıldığıyla da ilgilenir.

3. Doğru Ölçümleme. Toplam kalite yönetimi, kuruluşun işleyişinde yer alan; ilkelerin karşılaştırılması, belirlenen problemlerin değerlendirilmesi, bunların kökenlerinin ortaya çıkarılması ve bu nedenlerin ortadan kaldırılması gibi kritik değişkenler için istatistiksel yöntemler kullanır.

4. Çalışanların Katılımı. Toplam kalite yönetimi, iyileşme sürecindeki herkesi ilgilendirir. Toplam kalite yönetiminde, problemlerin açığa çıkarılması ve çözümü için çalışanların oluşturduğu takımlar da etkin rol oynar.

Halkla ilişkiler çalışanlarından beklentiler ve profesyonellik düzeyleri ülkeden ülkeye değişirken, halkla ilişkiler etkinlikleri de; üretim, hizmet sektörü, kamu hizmetleri ve kurumlar gibi alanlarda farklılık göstermektedir. Halkla ilişkiler çalışanlarının ölçülebilir sonuçlara ulaşabilmeleri içinse sistematik bir yaklaşımla kaliteli bir halkla ilişkiler hizmeti sunabilmek adına minimum kalite standartlarını bilmeleri ve uygulamaları gerekir. Kalite geliştirme asla bitmeyen bir süreç olmakla birlikte en yüksek kalitenin bile her zaman geliştirilebileceğini unutmamak gerekir. Minimum kalite standartları; süreç, uygulama, performans ve kişisel yetenek olmak üzere dört kategoriye ayrılmıştır. Süreç; "brifing" (bilgilendirme), öneri, araştırma ve planlama, belgeleme, yürütme ve değerlendirme'den oluşan bölümleri içermektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları ise; danışmanlık, etkinlikler ve düzenlemeler, yapımlar, kitle iletişim ortam ve araçları ve ölçümlerdir. Her uygulamanın kendine özgü, mutlaka gözlenmesi ve mevcut duruma uygulanması gereken özel şartları vardır.

Performans; zamanlama, bütçe, güvenilirlik, esneklik, mükemmeliyet ve yönetim aşamalarından oluşur. Performans kategorisi, halkla ilişkiler şirketinin, halkla ilişkiler birimi ya da uygulamacıların, kalite ve gelişiminin özünü oluşturan koşulları içerir. Kişisel Yetenekler; ülkeler ve kültürler arasında değişiklik göstermekle birlikte her görevin gerektirdiği yetenekler de farklılık gösterir. Eğitim, deneyim, dil yetenekleri, bilgi ağı, etik ve ortak bir bilgi dağarcığı gibi koşullar kişisel yetenek kategorisi altında değerlendirilir (Berth ve Sjöberg 1998: 74-84). Toplam kalite çalışmalarının ortaya çıkardığı en önemli iş sonuçlarından biri; verimlilik artışıdır. Verimlilik artışı ise, kuruluştaki herkesin aynı hedef ve amaç doğrultusunda çalışması, çalışanların sürekli eğitimlerinin sağlanması, yönetim sistemlerinin uygulanması ve belki de en önemlisi çalışanların yaptıkları işe kendilerini katmasıyla mümkündür.

Yukarıda verilen tanımlar ışığında genel bir ifade ile Toplam Kalite Yönetimi (TKY); insan unsurunu en değerli kaynak olarak ön plana çıkaran, yönetim dahil her türlü faaliyette katılımı, ekip çalışmasını, zamanla birlikte diğer bütün kaynakların (insan, malzeme vb.) etkin ve verimli kullanılmasını ve işin ilk seferde doğru yapılmasını esas alan, eğitimi, sürekli gelişimin temeli olarak gören ve örgüt politikalarına kalite olgusunun yön vermesini benimseyen kültürün hakim olduğu bir yönetim şeklidir (<http://yayim.meb.gov.tr/yayimler/155-156/kcetn.htm>). Toplam kalite yönetimini, bir kuruluşun tüm faaliyetlerinin sürekli değerlendirilmesi ve geliştirilmesi olarak ifade edebiliriz.

5. Sonuç

Kalite, kurumsal iletişimde ve örgüt çapında yer alan bir süreçtir ve aynı zamanda sürekli gelişme ve katılımı gerektiren, müşteriye memnun etmeye yönelik bir yönetim biçimidir. Halkla ilişkiler de kısaca; kuruluş ve hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan sorun ya da konuların yönetimini içeren bir yönetim fonksiyonudur. Modern yönetim anlayışları da artık kalite odaklı halkla ilişkiler uygulamalarında toplam kaliteyi gerektiren ve bunu gerçekleştiren yöntemler kullanmaktadır. Kuruluşlarda uygulanacak toplam kalite, halkla ilişkilerin daha etkin ve daha başarılı olmasını sağlayacak, kuruluşların iletişim sürecinde hizmet kalitesine yönelik olumlu bakış açıları geliştirecektir. Gerek toplam kalite gerekse halkla ilişkilerin ortak amacı, müşteri ya da hedef kitlenin güven ve desteğini sağlayarak kaliteye odaklı bir kurum kültürü oluşturmak ve bunun sürekliliğini sağlamaktır diyebiliriz.

Toplam kalite yönetimi üretilen mal ve hizmete ihtiyaç duyanların beklentilerinin yerine getirilmesini temel olarak alan, çalışanların bilgilendirilmesini, yetkilendirilmesini ve takım çalışmalarıyla tüm süreçlerin sürekli iyileştirilmesini hedefleyen bir yönetim felsefesidir. Müşteri isteklerinin tam olarak, zamanında, hızlı şekilde, kaliteli ve ucuz yollarla karşılanması temeline dayanan toplam kalite yönetimi, kuruluşlarda kalite yönetimi anlayışından hareketle kurum kültürünü oluşturur ve bu kurum çalışanları için kalite kültürü anlamına gelir. Kurumsal iletişim ve etkileşim sürecinde kurumda çalışan herkesin üretilen ürün ya da

hizmetin kalitesi konusunda payı söz konusudur. Kaliteyi sağlamak dış müşterileri olduğu kadar iç müşterileri de tatmin etmekten geçer. İnsanı merkeze koyan ve odak noktası haline getiren her kurum bu anlayıştan hareketle sadece ürün ya da hizmet kalitesini değil aynı zamanda insan kalitesini sağlamakla yükümlüdür ve ancak bu şekilde kalitenin sürekliliğinden bahsedebilir. Günümüzde kalite, kuruluşların gerek ulusal gerekse uluslararası alanlarda rekabet etmelerini belirleyen unsurlardan biri haline gelmiştir.

Örgütsel iletişim süreçlerini kullanarak ve kalite odaklı halkla ilişkiler çabalarıyla başarılı bir toplam kalite yönetimini gerçekleştirmenin aşamaları şu şekilde özetlenebilir (Baltaş, 2001):

Vizyon Oluşturun

Bir kurumun geleceği için paylaşılan bir vizyona sahip olmak, toplam motivasyon yönetiminin ön şartıdır. Astlar, kendilerinden neler istendiğini ve neden istendiğini bilmek ihtiyacı duyarlar. Çalışanların tümü, kurum ya da bölümün amaçları konusunda net bir düşünceye sahip olduğunda, koordine etmek ve kaynakların etkin bir biçimde kullanımı mümkün olmaktadır. Öncelikleri, ortak amaçları, işbirliğini açıkça ortaya koyan ve paylaşılan bir vizyon oluşturulduğunda, pek çok sorun aşılabılır duruma gelmektedir.

Eğitim İmkânı Tanıyın

Eğitimin amacı, çalışanların belirli durumlarda güvenilir ve tutarlı davranışlar sergileyebilmelerini sağlamaktır. Gerçek motivasyon, astların, duruma göre değişen özgür kararları, kendilerinin özgürce verebilmesini gerektirir. Başarıya ulaşabilmek için, vizyonun çalışanlarla paylaşılması, çalışanların kurumun amaçlarını ve bunların kurum açısından önemini anlamaları bu konuda kolaylaştırıcı olacaktır.

Engelleri Ortadan Kaldırın

Çalışanların motivasyonunu zorlaştıran her türlü engelin ortadan kaldırılması, daha sonra yaşanabilecek sorunları en aza indirmek açısından önem taşımaktadır. Bu engellerden bazıları aşağıda sıralanmıştır:

Gereksiz kural ve düzenlemeler,

Yönetimden, teknik nedenlerden veya çalışanlardan kaynaklanan engeller,

Kişilik özelliklerinden kaynaklanan engeller (hatalara karşı cezalandırıcı tavır, astlardan beklentisi düşük olmak, gereksiz ve yıkıcı iç rekabet, astların gelişimi ve terfileri konusunda açık davranmamak, ... vb.)

Açık Olun

Hangi konuda olursa olsun, astların üstleri gibi düşünmesini beklememek gerekir. Bu nedenle, çalışanlar, yapılması istenen işin neden istendiği hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Bütün bunları çalışanların tahmin etmesi beklenmemelidir. Ayrıca, motivasyon sürecinde, çalışanların şüphe ve korkularını dile getirmesine imkan verecek bir güven ortamı sağlanmalıdır.

Gerekli Araç ve Gereçleri Sağlayın

96

Astlar başarıya ulaşabilmek ve işleri etkin bir biçimde yapabilmek için gerekli fiziksel, parasal güce ve insan kaynaklarına da ulaşabileceğinden emin olmalı, gerektiğinde onlara sahip olabileceğini ve onları kullanabileceğini bilmelidir. Bunlar olmadan gerçek bir motivasyondan söz etmek mümkün değildir. Sonuç olarak, bir kurumda çalışanların yukarıda bahsedilen aşamalar ve benzer aşamalar yardımıyla motive edilmeleri ancak o kurumun kültürü içinde yer alan ve şekillendirilmiş olan örgütsel iletişim süreçlerinin kalitesine ve işleyişine bağlıdır.

Kurumsal işleyiş içerisinde planlama yapmak, TKY uygulamasından istenen sonucun alınmasını kolaylaştıracaktır. Ancak kalitenin bugünden yarına ulaşılacak bir olgu olmadığı, süreklilik göstermesi gereken bir iyileştirme faaliyeti olduğu dikkate alındığında; bir yönetim felsefesi olan toplam kalite yönetiminin, bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler disiplini içinde, sistematik ve bir bütün olarak uygulanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça:

- Baltaş, A. (2001). **Ekip Çalışması ve Liderlik**. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Beatty, J. (1998). **Peter Drucker'a Göre Dünya**. Osman Akinhay (Çev.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Bozkurt, R. (1996). "Hizmet Endüstrisinde Kalite" **Verimlilik Dergisi**. Toplam Kalite Özel Sayısı, Ankara: MPM Yayınları.
- DeCenzo, D. (1997). **Human Relations**. New Jersey, U.S.A: Prentice-Hall, Inc.
- Erkut, H. (1995). **Hizmet Kalitesi**. Birinci Basım, Yayın No:2, İstanbul: Interbank Yayınları.
- Goodman, B. M. (2000). "Corporate Communication: The American Picture". **Corporate Communications: An International Journal**. Volume:5, Number :2
- Gürgen, H (1997). **Örgütlerde İletişim Kalitesi**. İstanbul: Der Yayınları No:221.
- Gürüz, D ve Yaylacı Ö. G (2004). **İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi**. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Morgan, D (1998). **Yönetim ve Örgüt Modellerinde Metafor**. Çev: Gündüz Bulut, İstanbul: MESS Yayın No: 280.
- Öztürk, A. (2000). **Hizmet Pazarlaması**. 2. Baskı, Eskişehir.
- Prokopenko, J. (1992). **Verimlilik Yönetimi Uygulamalı El Kitabı**. (Çev: Olcay Baykal vd.) Ankara: MPM Yayınları No:476.
- Schukies, G. (1998). **Halkla İlişkilerde Müşteri Memnuniyetine Dönük Kalite**. (Çev:Ahmet Ünver) Altın Kitap Sayı:10, İstanbul: Rota Yayını.
- Uyguç, N. (1998). **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım**. Birinci Basım, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Varey, F. R and White J. (2000). "The Corporate Communication System of Managing". **Corporate Communication: An International Journal**. Volume:5, Number:1.
- Zillioğlu, M. (1993). **İletişim Nedir?**. İstanbul: Cem Yayınevi.
- "Toplam Kalite Yönetimi Felsefesi ve Temel Unsurları".
(<http://yayim.meb.gov.tr/yayimlar/155-156/kcetin.htm>) 2004.



Bir Yazılı Anlatım Türü Olan İlaç Prospektüslerindeki Dil ve Anlam Sorununa Alan Araştırması Yöntemiyle Eleştirel Bir Bakış

A Critical View at the Language and Meaning Problem in the Medicine Prospectuses Considered as Written Narrative Through Field Study Method

Mustafa YAĞBASAN - İhsan KURTBAŞ

Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Uzman, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi

Özet

Dil, en öz anlatımıyla bir bildirim aracıdır. Yazılı anlatım ise; bir dili belirlenmiş kurallara uygun, sade, duru, anlaşılır ve okunaklı bir şekilde yazarak kullanmaktır. Bu bağlamda, birçok meslek kuruluşu ile çevresi (halk), değişik terimleri kullanan iki ayrı dünyadır. Bu iki dünyanın konuşup yazdığı dil birbirinden farklıdır. Araştırmanın ana temasını oluşturan "prospektüs" Fransızca (prospectus) kökenli bir kelime olup; "Tarife, tanıtım, bir şeyden nasıl yararlanacağıyla ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtım yazısı" anlamına gelmektedir. Prospektüsler yazım formatları, referanslar ve kullanılan terminolojilerden dolayı (seviye-düzye, barrier-engel, geri alım-feedback) amacına hizmet edememektedir. Diğer bir ifade ile; prospektüsler her ne kadar alan bilgilerini doğru olarak içerseler de, mesleki (tıbbi) bir terminoloji ile kaleme alınmış olmaları, bu metinleri anlaşılmasız kılmaktadır. Haklin sağlığı ile doğrudan ilintili olan prospektüslerdeki bu sorunu bilimsel verilere dayalı olarak tespit etmek ve ilaç kullanıcılarının prospektüsleri anlamada karşılaştıkları dilsel ve iletişimsel zorlukları ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışma, bir anket uygulaması ile desteklenmiş ve önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dil, Yazılı Anlatım, Terminoloji, Prospektüs.

Abstract

Language is at its most essential definition, a means of communication. Written narrative is to use a language in a form suitable to the rules, plain, pure, understandable and legible manner. In this context, many job institutions and their environment (public) are two different worlds that use different terms. The languages that these two worlds speak and write are different from each other. "Prospectus" that form the main theme of the research is a French word (prospectus) and it means "definition, information and an informative writing written for giving information related to how one can utilize from something". Due to writing formats, referances and the terminology used, prospectuses cannot serve their aims (seviye-düzye, barrier-engel, geri alım-feedback). In other words, prospectuses, though they contain true field information, they become ununderstandable because they are written by a medical terminology. This study is presented for establishing this problem in the prospectuses that is directly linked to the health of public supported by scientific data and exposing the linguistic and communicative difficulties that medicine-users confront in understanding prospectuses. It is supported by an inquiry and important conclusions are reached.

Key words: Language, Written Narrative, Terminology, Prospectus.

1. Giriş

Kısa bir kelimenin amaca hizmet ettiği yerde, asla uzun bir kelime kullanmazdım. Bu ülkede damarları "ligate" eden profesörlerin olduğunu biliyorum. Diğer cerrahlar sadece diker ve bu da pekala kanamayı durdurur.

Oliver Wendell Holmes, Sr.

(Kaynak:<http://journals.tubitak.gov.tr/kitap/maknasyaz/Bolum28.pdf>)

Bir bildirim aracı olan dili, insanların duygu, düşünce ve dileklerini anlatmak için kullandıkları her türlü işaretler dizgesi şeklinde tanımlamak mümkündür. Bu anlamda sessel, yazınsal tüm göstergelerin iletişimsel bir değeri vardır. Dolayısıyla yazılı ve sözlü anlatımı dilin temel unsurları içerisinde değerlendirilmektedir. Düşünsel etkinliğin dışı vurumu olarak sözlü anlatım daha çok anlamlı ifadelerin bir sonucu olarak ortaya çıkmakta ve kullanım özelliği açısından dilsel diğer araçların da katısı ile anlaşılabilirlik en az indirgenebilmektedir. Yazılı anlatım ise; bir fikrin, duygunun, düşüncenin ve görüşün ya da bir olayın en anlamlı ve çekici yanlarını, yazı yoluyla ifade etmektir ki, bir bildirim ve iletişim yöntemi olan yazılı anlatımın başarılı olabilmesi daha çok uğraşı zorunlu kılmaktadır. Özellikle sanatsal metinleri bu çabanın bir sonucu olarak değerlendirmek mümkündür.

Yazınsal metinlerde iletişimsel eylemin başarılı olabilmesi bir noktada metnin duru, açık, sade ve akıcı olmasına bağlıdır. Bazı durumlarda yazılı anlatımın başarılı olmaması, anlaşılabilmesi veya hedefine ulaşamamasının nedenlerinden biri de jargon veya kullanılan teknik terminolojidir. Diğer bir deyiş ile; her meslek veya kurum kendine özgü, ancak halkın anlayabilmesinden uzak bir dil yaratmaktadır. Bu bağlamda; bir toplum içerisinde "hukuk dili", "tıp dili" vs. gibi aktif olarak kullanılan bir çok jargon ortaya çıkmaktadır. Jargon; karışık, anlamsız, acayip, yabancı görünümlü ya da ilkel biçimde kullanılmış dil şeklinde tanımlanmasının yanı sıra, belli bir amaca hizmet eden teknik terminoloji ya da özel bir grubun dili, gizemli ve çoğunlukla dolaylı, uzun cümlelerden oluşan ve bu amaçla kullanılan dil şeklinde de tanımlanmaktadır.

İkinci tanım çerçevesinde bazı meslek alanlarında kuşkusuz zaman zaman özel bir terminolojinin kullanılması zorunlu olabilir. Ancak, halkı da ilgilendiren

önemli bir konu hakkında yazılan yazılar sadece o çalışmanın öznel alanına giren veya benzer çalışmaları yapan sınırlı sayıdaki ilgililer veya uzmanlar için yazılmamalıdır. Yazılanların bir kısmını bilmek isteyen ve bunlara ihtiyaç duyabilecek daha geniş kitlelerin varlığı da dikkate alınmalıdır.

Bu araştırma kapsamında, çalışmanın çerçevesini genellikle teknik içeriğe sahip olan prospektüsler içermektedir. Kullanılan dil itibarı ile anlam sorunun yaşandığı var sayılan bu metinlerin ilgili olanların her sorusuna cevap verecek tarzda hazırlanması, ilaçla ilgili özelliklerini doğru değerlendirebilmeleri açısından önem arz etmektedir. Prospektüslerin sade, anlaşılır, teknik terimlerden mümkün olduğunca uzak, sade bir vatandaşın anlayabileceği ifadelerden oluşması kuşkusuz sorunun önemli bir kısmını ortadan kaldıracaktır. Zira bu metinlerin muhatabı tıp alanından gelenlerden ziyade hasta ve hasta yakınlarıdır. Bu yaklaşımla çalışmanın ana temasını oluşturan ve Türkçe'de tam karşılığı bulunmasına rağmen ilaç kullanıcılarına, kullanılan terminoloji ve şekil açısından yabancı bir metin gibi duran "prospektüs" metinleri şekil ve içerik açısından irdelenmeye çalışılmıştır.

Ampirik araştırma tekniğine dayanan bu çalışmanın temel hipotezi; "prospektüslerde kullanılan kelimeler anlaşılmamaktadır ve tıbbi jargon kullanılmaktadır" şeklindedir ve araştırma bu hedefe dayanmaktadır. Türkçe karşılığı; "tarife, tanıtmalık, bir şeyden nasıl yararlanacağıyla ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtma yazısı" anlamına gelen prospektüslerin, ilaç kullanıcıları tarafından ne kadar anlaşıldığı ve anlam açısından karşılaştıkları sorunların hangi boyutta olduğu geliştirilen alt hipotezlerle desteklenerek ayrıca sınanmaya çalışılmıştır. İlaç kullanıcılarının sağlıklarını doğrudan etkileyen ve hasta yakınlarının sıkça karşılaştıkları bir sorunun bilimsel olarak ortaya konması bu anlamda önem arz etmektedir. Sonuçlarının ilgili kurum ve kuruluşlara veri sağlayabilmesine ve mesaj niteliği taşıması da bu araştırmanın önemini ayrıca ortaya koymaktadır.

Bunun için, survey araştırma tekniği modeline göre 400 deneye anket uygulanmıştır. Bu yöntem ile ilaç kullanıcılarının prospektüsleri okuyup okumadıkları, okunan prospektüslerin ne kadar anlayabildikleri, prospektüslerin anlaşılmama nedenleri, anlaşılmasında eğitim, yaş ve sosyo-demografik gibi özelliklerin etkileri saptanmaya çalışılmıştır. Anket uygulamasının Elazığ ili merkezine sınırlı tutulması ve deneklerin en az okuma yazma bilen kişilere uygulanması, araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Elde edilen veriler frekans dağılımları ve yüzdeleri hesaplanarak ve tablolastırılarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

2. Dil ve Yazılı Anlatım

Dil, insan deneyiminin, topluluktan topluluğa değişen biçimlerde, anlamsal bir içerikle sessel bir anlatım kapsayan birimlere, başka bir deyişle anlambirimlere ayrıştırılmasını sağlayan bir bildirişim aracıdır; bu sessel anlatım da, her dilde belli sayıda bulunan, öz nitelikleriyle karşılıklı bağıntıları da bir dilden öbürüne değişen ayırıcı ve ardışık birimler, başka bir deyişle sesbirimler biçiminde eklemelerdir

(Martinet 1985:13). Yani dil, yazılı ve sözlü anlatımın temeli olup, en öz anlatımıyla bir bildirim aracıdır. İnsanların duygu, düşünce ve dileklerini anlatmak için kullandıkları her türlü işaret, dilin tanımı içine girmektedir. Dil, aynı zamanda insan topluluğu içerisinde ortak anlaşma aracı sözlerin, sözcüklerin dilbilgisi kurallarının düzgün ve doğru kullanılmasıdır (Bülbül 2000:5). Bir başka tanıma göreyse dil; düşünce, duygu ve isteklerin, bir toplumda ses ve anlam yönünden ortak olan öğeler ve kurallardan yararlanılarak başkalarına aktarılmasını sağlayan, çok yönlü, çok gelişmiş bir dizgedir. Dil (lanque) terimi ile, herhangi bir toplumun, ulusun bireyleri arasında anlaşma sağlayan yerleşik dizge anlatılır (Türkçe, Japonca, Bulgarca gibi). Bu dizge, anlam taşıyan belli ses bileşimlerinden, sözcük ve morfemlerden (bugünkü görüşe göre daha başka öğelerden de) oluşur. Ekmek, at, su gibi ses bileşimleri ancak Türkler, Türkçe konuşanlar için belli anlamlara sahiptirler. Sözcük adını verdiğimiz işaret, kavram ve ses yönü olan dilin kaynaşmış düşünce-ses bileşimidir; dildeki başka öğelerle ilişkili bir anlama ve anlatma birimidir (Aksan 1998: 51).

Toplumsal ve iletişimsel etkinliğin, toplum çerçevesinde yayıldığı ve dil yetisinin insanlar arasındaki iletişimi sağladığı herkesçe bilinmektedir. Toplum çerçevesi, yani "toplum", sadece insanların belli bir alan ve belli bir zaman aralığında bir arada yaşadığı görgül bir olgu değildir. Sonuçta, bunların büyük bir çoğunluğu, belki de hepsi, dil yetisini yaratır ve belli bir iletişim sağlar (Achard 1993:7).

Bu bağlamda, bu çalışmanın dil açısından ana temasını ve yazılı anlatımın iskeletini oluşturan yazı, sözlü bildirişim aracı olan dili görsel ve tek boyutlu bir düzlem içinde sunan, uzaktan bildirişim sağlamak, bildirilerin yitip gitmesini önlemek, v.b. amaçlarla kullanılan düzgü, -sözcüğün geniş anlamıyla- simgesel bir anlatım, ikincil bir dizgedir. Bir dili belli kurallar uyarınca yazma biçimine "yazım" denir. Dil ve yazı birbirinden ayrı iki göstergeler dizgesidir. Yazının biricik varlık nedeni, dili göstermektir (Berke 1982:60). Yazı, insanın kendisiyle, yakın uzak çevresiyle, kutsalları ile iletişimini sağlaması ve bunun zaman içinde denetlenmesine imkan vermesi yönünden büyük önem taşır (Ağca 2003:61).

Bu açıdan yazılı anlatım: Bir fikrin, duygunun, düşüncenin ve görüşün ya da bir olayın en anlamlı ve çekici yanlarını, yazı yoluyla ifade etmektir (Bülbül 2000:2). Yazılı anlatımın uygulama boyutunda, herhangi bir dilin harf, hece, kelime ve cümle sistemiyle ilgili ihtiyaçlarını karşılamada, bu bilgilerden yararlanması gerekir. Bir dili belirlenmiş kurallarına uygun sade, duru bir şekilde ve okunaklı olarak yazarak kullanmak, bu anlamda ele alınmaktadır (Ağca 2001:191). Bir anlatı metninde okur, her an bir seçim yapmaya zorlanır. Okuma, metinle okurun karşılaşması, metni anlaması, algılaması ve yorumlamasıdır (Yengin 1996:31). Düzgün bir yazılı anlatımda bulunması gereken birtakım unsurlar vardır: Anlatımın başarılı olabilmesi için (Bülbül 2000:52);

Duru olmalı: Kurulan cümleler, çapraşık değil, kolay anlaşılır olmalıdır. Dilde karşılığı varsa, yabancı sözcük kullanmaktan kaçınılmalıdır. Halkın benimsediği

sözcükleri yeğlenmeli ve halkın benimsemediği, dil kurallarına uymayan uyduruk sözcüklere yer verilmemelidir.

Yazılı anlatımda başarının bir başka yolu açıklıktır: Cümleler kuşkuya yer vermeyecek biçimde açık olmalıdır. Açıklık olmaz ise, ne demek istendiği anlaşılmaz. Anlatıma bu özelliği, kuşkusuz sözcüklerin kullanımı ve cümlelerin kuruluşu kazandırır.

Sade olmalıdır: Yalın anlatım sade ve doğal olmalıdır. Bunun için ele alınan olay, duygu ve düşünceler süsten, gösterişten ve yapmacıktan uzak, yalın biçimde ifade edilmeli, gereksiz ayrıntılara girilmeden verilmelidir.

Akıcı olmalıdır: Sözcük, cümle ve paragrafların birbirine kaynaşması, uyum sağlaması, akıcılığı sağlar. Akışı bozan, yazılması ve söylenmesi zor sözcüklerin kullanılmasından kaçınılması gerekmektedir.

Yazılı-sözlü anlatımların anlaşılmamasının en önemli nedenlerinden bir de kuşkusuz teknik terminolojidir. Teknik terminoloji, farklı meslek kuruluşları tarafından kullanılan bir dildir. Günlük hayatta çeşitli kurum ve meslek kuruluşları yazılı ve sözlü anlatımda bu teknik terminolojiye başvurmaktadır. Bu durum bilinçsiz bir uygulama ve kullanma şekli olabileceği gibi, kuruluşların bilinçli bir çaba ile halkın denetiminden arınabilmek için [sanki kasıtlı olarak] dile anlaşılması zor terimlerin eklenmesinin bir sonucu da olabileceğini belirten Prof. Dr. Metin Kazancı, teknik terminolojinin kamu kurum ve kuruluşlarındaki varlığını şöyle açıklamaktadır: *"Meslek kuruluşları ve halk ilişkisinde ortaya çıkan ve iletişimsel ortamın yaratılmasına engel olan unsurların başında, bu çevrelerin kullandığı "dil" kullanımına dayalı sorunlar gelmektedir. Birçok meslek kuruluşu ile çevresi (halk) değişik terimleri kullanan iki ayrı dünyadır. Bu iki dünyanın konuşup yazdığı dil birbirinden farklıdır. Aynı olaylar için farklı terimler kullanırlar. Örneğin, kamu yönetiminin kullandığı dili halkın çoğunluğu anlamaz (1997:93)."*

Bu konuda ileri sürülen en geçerli sav, toplumsal sorunlar ve teknolojiye bağlı olarak ortaya çıkan "uzmanlaşma" olgusudur. Ülkemizde olduğu gibi değişik ülkelerde de meslek kuruluşlarının halktan ayrı bir dil kullanmasının en önemli nedeni, bu kuruluşların işlediği konuların grift olması ve uzmanlaşmanın önem kazanmasıdır. Okul çağlarından başlayarak kendini kamu yönetimine uyarlamaya çalışan geleceğin kamu görevlileri önce bu dili çözmeye ve anlamaya çalışırlar. Kamu kuruluşunda ilk işe başladığı zamanda yabancılaşma çekilen dili zamanla tüm görevliler öğrenir. Yönetimin teknik terimleri her gün en az sekiz saat beraber oldukları bu insanların ayrılmaz parçası haline gelir. Uzmanların kendi meslek alanlarıyla ilgili olarak kullandıkları, kendilerine özgü terimleri vardır. Günümüzde belirli konularda uzmanlararası bir anlama sahip terimlere gereksinim duyulur. Bunun bir zorunluluk olduğu da kabul edilir. Ancak halkın denetiminden kaçmak için sanki kasıtlı olarak konuşulan dile başkalarının anlaşılması zor terimler eklemesi adeta gelenek haline gelmiştir. Günlük, sıradan olayları yorumlamakta bile bu kelimeler sık sık kullanılır.

maktadır. Söz konusu bu durum zaten iyi işlemediği öngörülen yönetim-halk ilişkilerini olumsuz etkileyen bir başka toplumsal ve iletişimsel sorun olarak değerlendirilebilir. Özellikle yöneticilerin ve bürokratların çevreden, halktan farklı bir dil ve terimler dizisine başvurma silahını yalnız halk denetiminden kaçma, toplumdan farklılaşma, toplumsal saygınlık görme amacıyla kullanmaları, ortaya kamusal alanı temsil edenler ile halk arasındaki iletişimsizliğin belirginleştiği bir tabloyu çıkmaktadır. Yönetimin ve yöneticinin dil konusundaki bu tutumu öteki öğelerle birleştiğinde halkla arasındaki uçurumun boyutu daha da büyümektedir (Kazancı 1997:94). Bu sorun bir çok meslek ve kurumlar için de geçerlidir. Diğer bir ifade ile; her meslek veya kurum kendine özgü, ancak halkın anlayabilmesinden uzak bir dil yaratmaktadır. Bu bağlamda; bir toplum içerisinde "hukuk dili", "tıp dili" vs. gibi aktif olarak kullanılan bir çok jargon ortaya çıkmaktadır.

2.1. Yazılı Anlatımlarda Jargon

Fransızca'dan dilimize giren jargon sözcüğü; "dar bir çevreye özgü dil, argo" anlamına gelmektedir (<http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozbul.ASP?kelime=jargon>). Geniş anlamda ise, "Jargon" kelimesinin üç anlamı vardır (<http://www.karatekin.net/kompozisyon/2anakonular>): (1) Karışık, anlamsız, acayip, yabancı görünümlü ya da ilkel biçimde kullanılmış dil, (2) Teknik terminoloji ya da özel bir grubun dili, (3) Gizemli ve çoğunlukla dolaylı, uzun cümlelerden oluşan dil.

Yukarıdaki tanımlamalar toplumsal iletişim sürecinde bu tip jargonlardan kaçınılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ancak ikinci anlamdaki jargon, bilimsel bir yazının bir noktada temelidir ve büyük bir olasılıkla konunun uzmanlarıncı okunacaktır. Burada, yazı dilinde kullanılan teknik terminolojinin tanıtılıp açıklanmasından ve alışılmışın dışındaki terimlerin ayıklanmasından sonra kullanılmasının daha yararlı olabileceği söylenebilir.

Kuşkusuz, zaman zaman özel terminoloji kullanılmak zorunda kalınabilir. Eğer bu terminoloji, o konudaki uygulamacılar ve öğrenciler tarafından hemen anlaşılabilirse, hiçbir sorun yok demektir. Ancak terminoloji, muhtemel okuyucu kitlesinin herhangi bir bölümü tarafından hemen tanınmıyor veya algılanmıyorsa, daha basit terminoloji kullanılmalı veya kullanılan jargon gözden geçirilmelidir. Kısacası, halkı da ilgilendiren önemli bir konu hakkında yazılan yazılar sadece o çalışmanın spesifik alanına giren veya benzer çalışmalarını yapan sınırlı sayıdaki ilgililer veya uzmanlar için yazılmamalıdır. Yazılanların bir kısmını bilmek isteyen ve bunlara ihtiyaç duyabilecek daha geniş kitleler için yazılmalıdır. Sonuçta, bu üç tip jargondan da uzak durmanın, zorunlu hallerde ise ilk ve üçüncü tanımda anlatılanlara başvurmanın daha uygun olacağı söylenebilir (<http://journals.tubitak.gov.tr/kitap/maknasyaz/Bolum28.pdf>).

2.2. Yazılı Anlatımlarda Kısaltmalar

En etkin, en verimli ve en işlevsel yazı, sözlü dilin seslerini en dolaysız biçimde yansıtabilen, ilkece her sesbirimine bir yazı birim ayırabilen yazıdır (Berke 1982:60). Fakat; yazılı anlatımda bazen ifade tekrarlarından kaçınmak, anlatımı kolaylaştırmak veya yer kazanmak için sıkça kısaltmalar kullanılabilir. Kısaltmaların kullanılması ise bazı önemli noktaların göz önünde bulundurulmasını gerektirmektedir. Özellikle aşağıda başlıklar halinde verilen hususlar önem kazanmaktadır (<http://www.karatekin.net/kompozisyon/2anakonular%5Cbae.html>): 1- Başlıklarda kısaltma kullanılmamalıdır, 2- Kısaltmalar standartlara uymalıdır, 3- Kısa özetle kısaltma kullanılmamalıdır, 4- İyi kullanılmış bir kısaltma, okuyucuya yardımcı olmalıdır, 5- Yalnızca birkaç kez kullanılan bir terimin kısaltmasına gerek yoktur, 6- Yazıda kullanılan kısaltmalar giriş ya da malzeme ve yöntemler bölümünde ayrı bir paragraf olarak verilmelidir.

2.3. Prospektüs Kavramı ve Prospektüslerde Kullanılan Terminolojiye Eleştirel Bir Bakış

Birey dünyayı en sağlıklı biçimde kendi diliyle algılar ve anlatır. Dolayısıyla bir olguyu düşünceden düşünceye götüren, üretken yapan, içsele dönüştüren öteki diller değil, öncelikle kendi dilidir. İnsan, sözcükleri seçerken ve tümceleri kurarken, düşünceye yön veren kalıpları da oluşturmaktadır. Bu kalıplar içindeki gizli mantık, zihnine biçim verir. Bir toplumun dilinin açık ve anlaşılır oluşu, o toplumu düşünce yaratımına götürür. Ancak, anadili yaratma gücü bakımından gelişen bir toplumun insanlık adına bir uygarlık oluşturabilmesi mümkün olabilmektedir (<http://www.metu.edu.tr/home/wwwadt/images/images/dusunce.pdf>). Bu yaklaşımla çalışmanın ana temasını oluşturan ve Türkçe'de tam karşılığı bulunmasına rağmen ilaç kullanıcılarına, kullanılan terminoloji ve şekil açısından yabancı bir metin gibi duran "prospektüs" kelimesinin irdelenmesi gerekmektedir. Prospektüs; Fransızca prospectus kelimesinden gelmektedir ve: "Tarife, tanıtım, bir şeyden nasıl yararlanacağıyla ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtım yazısı" anlamını içermektedir (<http://tdk.org.tr/tdksozluk/Sozbul.ASP?kelime=Prospekt%FCs&submit=Ara>). Bu kelime Türkçe tanıtım, tarife sözlerinin karşılığıdır. Ancak toplumuzda; "ilaçların tanıtımlarını okumak", "kullanmadan önce tarifeyi okuyunuz" gibi ifadelerle rastlanmamaktadır (<http://membres.lycos.fr/cpehli-vanoglu/yukleme/yabanci%20kelimelere%20karsiliklar.pdf>).

Türkiye'de, ilaç ve Eczacılık Genel Müdürlüğü tarafından ilaç kullanıcılarının prospektüsleri anlamada karşılaştıkları problemleri; prospektüs yazım formatı, referans kullanımı ve terminoloji (seviye-düzye, barier-engel, geri alım-feedback) konularından kaynaklandığını tespit ederek, bu çerçevede ilaç ruhsatında, prospektüslerin iç/dış ambalajlarında ve ilgili diğer materyallerde de yer almak koşulu ile, 2556 terimde (kelimede) belirgin bir standardizasyona gidilmesini uygun bulmuştur (<http://www.saglik.gov.tr/extras/birimler/iegm/standarterim.pdf>). Bu terimlerin bir bölümü Türkiye'nin 1993'den beri üyesi olduğu Avrupa Farmakope

Komisyonu'na gönderilmiş ve "Standard Terms List" de Türkçe olarak yayımlanmıştır. Ancak 2556 İngilizce terimin Türkçe karşılıklarının yer aldığı "İlaç ve Eczacılık Standart Terimler Listesi" olarak Sağlık Bakanlığı'nca yayınlanmasına karşın, bu durumun prospektüslere pek yansımadağı görülmektedir.

Ayrıca; Avrupa hasta haklarının geliştirilmesi bildirgesinde - (Amsterdam 28 - 30 Mart 1994); hastanın bilgilendirilme hakları kapsamında, 3. 4. ve 5. maddelere (prospektüslerde kullanılması gereken üslup ve dil) atıfta bulunmaktadır (<http://www.hayad.org.tr/>). Söz konusu maddeler şu ifadeleri içermektedir:

3. Madde: *Bilgilendirme, yalnızca bilgi vermemenin hasta üzerine açık ve olumlu bir etkisinin olacağına inanmak gibi geçerli bir nedenin olduğu zamanlarda kısıtlanabilir.*

4. Madde: *Bilgi, hastanın anlama kapasitesine uygun bir yolla ve yabancı teknik terminoloji kullanımını en aza indirgenerek iletilmelidir. Hasta ortak dil konuşamıyorsa çeviri yapılabilir.*

5. Madde: *Hastalar kesin olarak belirttikleri takdirde, bilgilendirilmeme hakkına sahiptirler.*

2.4. İçerik ve Şekil Bakımından Prospektüsler

Prospektüslerin ilaç kullanıcıları tarafından yeterince anlaşılabilmesi ve ilaç kullanıcılarının dikkat etmesi gereken hususlar şekil ve içerik olarak çeşitli meslek kuruluşları ve Sağlık Bakanlığı'nca belirli kurallar çerçevesinde belirlenmiştir. Buna göre: Tüm ilaç prospektüslerinde bulunması gereken uyarılar: "Fiyat kupürü bulunmayan ambalajları satın almayınız", "Kullanmadan önce prospektüsü okuyunuz", "Beklenmeyen bir etki gördüğünüzde doktorunuza başvurunuz" şeklindedir. Bunun yanında Resmi Gazete'nin 24.4.1991 tarih ve 20851 sayısında prospektüslerde içerik ve şekil bakımından uyulması gereken kurallar aşağıdaki gibi sıralanmıştır (<http://www.ikev.org/docs/tr/ambalaj%20ve%20etiketleme%20y%C3%B6netmeliği.pdf>):

"Ruhsatın askıya alınması: Madde 25: *Ruhsatlı tıbbi farmasötik ürün ile ilgili olarak, ruhsata esas formül, doz, farmasötik form, ambalaj ve prospektüs bilgilerinde bakanlığın bilgisi ve/veya onayı dışında değişiklik yapılması (Resmi Gazete Yayın Tarihi:2.3.1995-Sayı:22218), durum-lardan birinin tespiti halinde, ürüne ait ruhsat Bakanlıkça askıya alınır.*

Yazılı ambalaj bilgileri: Madde 5: *Yazılı ambalaj bilgileri (prospektüs), ilaçların tanıtılmasını ve gerek sağlık personeli, gerekse tüketicinin doğru ve eksiksiz bir şekilde bilgilendirilmesini, ilacın doğru ve güvenilir bir şekilde kullanılmasını amaçlar.*

Madde 6: Her ilaç, uygun şekilde etiketlenmiş, dış ve iç ambalaj, prospektüs ve gerekiyorsa diğer kullanma materyaline sahip olacaktır.

Madde 15: Prospektüsler aşağıda belirlenen sıraya uygun olarak farmasötik şekil için ayrı düzenlenecektir: "İlacın ismi", "Farmasötik şekli", "Formülü", "Farmakolojik özellikleri", "Endikasyonları", "Kontrendikasyonları", "Uyarılar/önlemler", "Gerekiyorsa çocuklar, gebeler, emziciler, yaşlılar ve özel durumlar için uyarılar", "BEKLENMEYEN BİR ETKİ GÖRDÜĞÜNÜZDE DOKTORUNUZA BAŞVURUNUZ uyarısı", "Kullanım şekli ve dozu", "Ruhsat sahibinin isim ve adresi", "Ruhsat tarihi ve numarası", "Varsa dağıtıcı, isim ve adresi", "Reçeteli/reçetesiz satılacağına dair kayıt" ve "ilaçların güvenliği konusundaki temel bilgiler, örneğin kontrendikasyonlar, ihtiyatlı olunması gereken durumlar, uyarılar, alınması gereken önlemler ve yan etkiler, ürünün prospektüsüne, kısa ürün bilgisine, yasal ve tıbbi uygulamalara uygun ve tutarlı bir şekilde verilmelidir. "Güvenli" ve "Güvenilir" sıfatı, yeterli nitelikler varsa kullanılmalıdır."

Prospektüsler amaç itibarıyla ilaç kullanıcılarına ilaçtan nasıl yararlanacakları ile ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtma yazıları olmasına rağmen, prospektüslerin yazım formatı, referans kullanımı ve terminoloji (seviye-düzyer, barier-engel, geri alım-feedback) bakımından amacına hizmet edememektedir. Bir anket çalışması ile desteklenen bu alan araştırması, sorunu ve sorunun boyutunu daha objektif ölçülerle ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Önemi

Dil, insanlar arasında ortak anlaşma aracı sözlerin, sözcüklerin dilbilgisi kurallarının düzgün ve doğru kullanılmasıdır. Toplum çerçevesi, yani "toplum", sadece insanların belli bir alan ve belli bir zaman aralığında bir arada yaşadığı görgül bir olgu değildir. Sonuçta, bunların büyük bir çoğunluğu, belki de hepsi, dil yetisini yaratır ve belli bir iletişim sağlar. Ancak çeşitli kurum ve meslek kuruluşları yazılı ve sözlü anlatımda bu temel unsurlara yeterince özen göstermemektedirler. Meslek kuruluşları ve halk ilişkisinde ortaya çıkan ve iletişimsel eylemde sorun yaratan unsurların başında, bu çevrelerin kullandığı "dil" gelmektedir. Birçok meslek kuruluşu ile çevresi (halk) değişik terimleri kullanan iki ayrı dünyadır. Bu iki dünyanın konuşup yazdığı dil birbirinden farklıdır. Aynı olaylar için farklı terimler kullanırlar. Ülkemizde olduğu gibi değişik ülkelerde de bu meslek kuruluşlarının halktan ayrı bir dil kullanmasının en önemli nedeni bu kuruluşların, işlediği konuların grift olması ve uzmanlaşmanın önem kazanmasıdır. Uzmanların ve meslek kuruluşlarının, dil kullanımındaki bu tutumları, öteki öğelerle birleştiğinde halka arasındaki iletişimsel uçurumun boyutunu daha da büyötmektedir.

Söz konusu sorun sağlık sektöründe daha da belirgin bir şekilde kendisini göstermektedir. Özellikle toplumun sağlığını doğrudan ilgilendiren prospektüslerdeki "anlaşılmaz dil" kullanımını da sorununu bir parçası olarak değerlendirmek gerekir. Bu amaca yönelik olarak yapılan araştırma söz konusu sorunların yaşandığına ilişkin bilimsel verilerin ortaya konulmasına katkı sağlaması ve yapılacak çalışmalara dayanak teşkil etmesi açısından önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma ile; ilaç kutularının içinde yer alan ve Türkçe karşılığı; "tarife, tanıtım, bir şeyden nasıl yararlanacağıyla ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtma yazısı" anlamına gelen prospektüsleri, ilaç kullanıcılarının ne kadar anladıklarının ve bu durumla ilgili olarak karşılaştıkları sorunların ortaya konulması amaçlanmıştır.

3.3. Sayıtlar

İlaç kullanıcıların prospektüsleri anlamada karşılaştıkları zorlukları ortaya koymaya yönelik olarak yapılan bu çalışmada;

- Prospektüslerin anlaşılmasında gelir ve eğitim durumu arasında bir ilişkinin olduğu,
- İlaç kullanıcılarının prospektüsleri anlamadıkları,
- Prospektüslerde anlaşılmasız bir dilin kullanıldığı,
- Prospektüslerin anlaşılmasız jargondan ve gereksiz teknik terimlerden kaynaklandığı,
- Prospektüslerin içerik ve şekil olarak karmaşık bir yapıda oldukları,
- Deneklerden samimi ve doğru yanıtlar alındığı ve elde edilen bulguların diğer ilaç kullanıcıları için örnek ve/veya paralellik gösterebileceği,
- Bu konuda yapılacak detaylı çalışmalara kaynak teşkil edebileceği
- Lokal bir bölge ile sınırlandırılan araştırma sonuçlarının genelleştirilebileceği ve Türkiye ölçeğini yansıtabileceği, varsayımlarından hareket edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, Survey modeli uygulanmış ve model yöntemlerine sadık kalınarak anket tekniğine başvurulmuştur (Kaptan 1993:150). Anketin öngörülen

koşullar çerçevesinde (75 bin kişi ile 1 milyon nüfuslu yerleşim yerleri için öngörülen) en az 384 kişiye uygulanması öngörülmüş ve bu mevcuda uymak amacıyla 400 deneğe anket uygulanmıştır (Krejcie and Morgan 1970: 607-610). Bu yöntem ile ilaç kullanıcılarının prospektüsleri okuyup okumadıkları, okunan prospektüslerin ne kadar anlaşılıp anlaşılmadıkları, prospektüslerin anlaşılmamasının nedenleri, prospektüslerin anlaşılmasında eğitim, yaş ve sosyo-demografik gibi özelliklerin et-kileri konularında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle anket uygulamasının geribildirim (feedback) özelliği göz önünde bulundurulmuştur.

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma anketi 21. 12. 2005 / 25. 12. 2005 tarihleri arasında Elazığ ilinde uygulanmış ve yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Bilinirlik araştırması sırasında uygulanan anketlerle ilaç kullanıcılarının prospektüslere ilişkin her türlü bilgi, ilgi ve alakaları ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler frekans dağılımları ve yüzdelikleri hesaplanarak tablolştırılmıştır. Bu işlemler yapılırken herhangi bir hazır program kullanılmamış ve klasik yöntemle çözümlene yoluna gidilmiştir.

3.6. Evren ve Örneklem

Evren: Bu araştırma için Elazığ ili, Türkiye'de ki ilaç kullanıcıları için pilot bölge olarak seçilmiştir. Dolayısıyla; araştırmanın evrenini, Elazığ ili oluşturmaktadır.

Örneklem: Seçtiğimiz örneklem grubun, çalışmanın temsil niteliğini arttırması için, farklı gelir ve statü düzeyini temsil etmesi açısından kota yöntemi uygulanarak üç farklı çalışma noktasında katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın örneklem gruplarını, Fırat Üniversitesi Araştırma Hastanesi (üst katman), Elazığ Sosyal Sigortalar Hastanesi (alt katman) ve Elazığ ili merkezinde yer alan eczaneler (orta katman) oluşturmaktadır. Anket uygulaması için Random (şans-kura) yöntemi uygun bulunmuş ve tabakalama yöntemi gereğince katılımcılar rasgele seçilmiştir (Kaptan 1993:120-122).

3.7. Sınırlılıklar

Bu araştırmada, seçilen örneklem grubu içerisinde 18 yaş ve üstü deneklere uygulanması, bu grubun sadece Elazığ ili merkezine sınırlı tutulması ve deneklerin en az okuma yazma bilir kişilere uygulanması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

3.8. Verilerin Toplanması

Anket uygulamasında, araştırmanın amacına yönelik olarak, Elazığ ilinde üç ayrı noktada; eczane girişlerinde, eczaneden ilaç alan ilaç kullanıcılarına anketler verilmiş ve katılımcı olmaları istenmiştir. Katılımcılara anketler tek tek verilmiş ve doldurdukları anketler anında toplanmıştır. Anket uygulaması esnasında yüz yüze

görüşme tekniğiyle daha sağlıklı veriler elde edileceğinden, soruların net anlaşılmasını sağlamak amacıyla gerekli görülen yerlerde deneklere herhangi bir yönlendirme olmaksızın sondajlama yapılmıştır. Katılımcıların, anketi objektif ve tereddütten uzak bir şekilde cevaplamalarını sağlamak üzere kimlik bilgilerini alınmamıştır.

4. Araştırma Sonuçları

4.1. Verilerin Çözümü (Anket Sonuçları Ve Değerlendirilmesi)

Uygulanan anketin sonucunda elde edilen bulgular göre deneklerin demografik özellikleri ise şu şekildedir:

Toplam denek sayısı 400'dür. Bunlardan 239'u (%59.75) erkek, 161'si (%40.25) bayandır. Ankete katılan örneklem grubunun büyük bir çoğunluğu 18-25 yaş grubundan oluşmaktadır (138 kişi - % 34.5). 26-35 yaş grubuna ait denek sayısı 120 (% 30), 36-45 ve 46-55 yaş gruplarına ait denek sayısı 61 (% 15.25) ve 56 yaş ve üstü grubuna ait denek sayısı ise 20'dir (% 5).

Örneklem grubuna uygulanan ankette; 168 kişinin (% 42) üniversite öğrencisi veya mezunundan oluştuğu görülmektedir. Frekans aralıklarının büyüklüğüne göre bu dağılımı; 98 kişi (% 24.5) ile lise mezunları, 58 kişi (% 14.5) ile ilkokul mezunları, 32 kişi (% 8) ile ortaokul mezunları takip ederken, 22'ser kişi ile (% 5.5) okur-yazar ve lisansüstü öğrenim durumuna ait denekler daha sonra gelmektedir.

Ankete katılanların büyük bir çoğunluğunu 216 kişi (% 54) ile 500 YTL ve altı aylık gelire sahip örneklem grubu oluştururken; bunu 141 (% 35.25) kişi ile, 501 - 1000 YTL aylık gelire sahip olanlar, 35 kişi ile (% 8.75) 1001 - 2000 YTL aylık gelire sahip ve 8 kişi (% 2) 2001 YTL ve üstü aylık gelire sahip olanlar gelmektedir.

Ankete katılanların büyük oranının genç nüfustan oluşması (okuduğunu anlama ve algılayabilme), üniversite öğrencisi veya üniversite mezunu olmaları ve gelir düzeylerinin belli bir oranda olması araştırmanın hipotezlerinin doğrulayabilmesi açısından objektif olarak değerlendirilebilir. Ankete katılan deneklere yöneltilen soruların sonuçları tablo haline dönüştürülmüş ve sonuçlar frekans ve yüzdeler şeklinde özetlenerek yorumlanmıştır. Elde edilen verilerin tablolaştırılmış sonuçları ve rakamsal yorumları şu şekildedir:

Tablo 1: Deneklerin devamlı (Periyodik) ilaç kullanıcısı olup olmadıklarına ilişkin veriler

	F	%
Evet	181	45.25
Hayır	219	54.75
Toplam	400	100

Deneklerin periyodik ilaç kullanıcısı olup olmadığını belirlemek amacıyla yöneltilen sorudan deneklerin 181'inin (% 45.25) devamlı ilaç kullanıcısı, 219'unun ise (% 54.75) devamlı ilaç kullanıcısı olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 2: Kullanılan ilaç prospektüslerini okunup okunmadığına ilişkin veriler

	F	%
Evet	329	82.25
Hayır	71	17.75
Toplam	400	100

Reçeteli veya reçetesiz satılan ve/veya kullanılan ilaçların, ilaç kullanıcıları tarafından okunup okunmadığını ortaya koymak üzere yöneltilen soruya; deneklerin 329'u (% 82.25) prospektüsleri okuduklarını; 71'i ise (% 17.75) prospektüsleri hiç okumadıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 3: Prospektüsleri anlaşılıp anlaşılmadığına ilişkin veriler

	F	%
Evet	57	17.3
Hayır	272	82.7
Toplam	329	100

Kullandığı ilaçların prospektüslerini okuduğunu belirten 329 kişinin cevap verdiği bu soru aynı sayı üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre; deneklerin 57'si (% 17.3) okudukları prospektüsleri anladıklarını dile getirirken; 272'si (% 82.7) ise anlamadıklarını ifade etmişlerdir. Genel hatları ile değerlendirildiğinde bu sonuçlarla manidar verilere ulaşıldığı söylenebilir.

Tablo 4: Prospektüslerin anlaşılmama nedenlerine ilişkin veriler

	F	%
Dil	224	82.3
Terminoloji	36	13.3
Uzun metin	12	4.4
Toplam	272	100

Okuduğu prospektüsleri anlamayan 272 kişiye, neden anlamadıklarını belirlemek üzere yöneltilen açık uçlu soruya deneklerin 224'ünden (%82.3) "Ağır dil" ve "Türkçe kelimelerin az olması" gibi cevaplar alınmış ve "Dil" başlığı altında toplanmıştır. Katılımcıların 36'sı "Terminoloji" ve "Latince kelimelerin kullanılması" gibi gerekçeleri öne sürmüş ve bu durum "Terminoloji" başlığı altında değerlendirilmiştir. Katılımcıların 12'si ise (% 4.4) metnin uzun olduğuna dikkat çekmişlerdir. Örneklem grubun % 100' ü prospektüsleri anlayamamalarının nedenini

kullanılan dil, başka bir deyişle terminolojiye ve metnin uzun olmasına bağlamışlardır.

Tablo 5: Prospektüslerin hangi kısımlarının özellikle okunduğuna ilişkin veriler

	F	%
Endikasyonları	166	23.6
Kontendikasyonları	25	3.5
Farmalojik özellikleri	29	4.1
Kullanım şekli ve dozajı	211	30
Yan etkileri	240	34.1
Hepsi	31	4.7
Toplam	702	100

Ankete katılan katılımcıların prospektüste yer alan bölümlerden hangisini ve/veya hangilerini özellikle okuduklarını ve prospektüslerde yer alan uyarı ve yönlendirmelere yaklaşım tarzlarını anlamaya yönelik sorulan bu soruya katılımcıların birden fazla şık işaretleme şansı tanınmıştır. Buna göre; örneklem grubun frekans aralığına göre en fazla okumaya özen gösterilen bölüm "Yan etkileri" kısmıdır (240 kişi - % 34.1). Bunu "Kullanım şekli ve dozajı izlerken" (211 kişi - %30), sıralama şu şekilde devam etmektedir: "Endikasyonlar" (166 kişi - % 23.6), "Hepsi" (31 kişi - % 4.7), "Farmakolojik özellikler" (29 kişi - % 4.1) ve "Kontendikasyonlar" (25 kişi - % 3.5). Bu verilere göre katılımcıların % 95.3'lük bir kesiminin prospektüslerin bir kısmını okudukları, ancak; % 4.7'lik bir kesiminin tamamını okuduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6: Prospektüslerin ilaç kullanıcılarına hitap edip etmediğine ilişkin veriler

	F	%
Evet	69	17.25
Hayır	331	82.75
Toplam	400	100

Bu soruya katılımcıları büyük bir çoğunluğu (331 kişi - % 82.75) prospektüslerin ilaç kullanıcılarına hitap etmediğini belirtirken, prospektüslerin ilaç kullanıcılarına yönelik olduğunu düşünenlerin oranı ise sadece 69 kişidir (% 17.25).

Tablo 7: Tıp terimlerinin Prospektüslerde yer verilmesinin doğruluğuna ilişkin veriler

	F	%
Evet	75	18.75
Hayır	325	81.25
Toplam	400	100

Prospektüslerde yer alan tıp terimlerinin kullanılmasını doğru bulmayanlar, ankete katılanların büyük bir oranını oluşturmaktadır. Buna göre, prospektüslerdeki tıp terimlerini gereksiz bulanların ve bunun zararlı olduğunu düşünenlerin oranı 325 kişi (% 81.25) iken, kullanılan tıp terimlerinin gerekli olduğunu düşünenlerin oranı ise sadece 75 kişidir (%18.75).

Tablo 8: Beklenmeyen bir etkiyle karşılaşıldığında nasıl bir tepki verildiğine ilişkin veriler

	F	%
Doktoruma danışırım	286	71.5
Eczacıya danışırım	24	6
Prospektüsü okurum	77	19,25
Diğer	13	3.25
Toplam	400	100

Tüm prospektüslerde; "Beklenmeyen bir etkiyle karşılaştığınızda doktorunuza başvurunuz" uyarısı yer almaktadır. Bu soruyu cevaplayan deneklerin 286'sının (% 71.5) uyarıyı dikkate aldıkları gözlemlenirken, "Eczacıya danışırım", "Prospektüsü okurum" ve "Hiçbir şey yapmam" gibi değişik cevapların oranı ise 114 kişidir (% 28.5).

Tablo 9: Eczaneler dışında (reçetesiz) açık yerlerde de satılabilen Panalgine ağrı kesici, ateş düşürücü ilaç prospektüsünün Endikasyonları ve Kontrendikasyonları kısmının yer aldığı aşağıdaki metnin ne kadarını anlaşıldığına ilişkin veriler

ENDİKASYONLARI: Panalgine, nevraljilerde, baş, diş, siyatik ve romatizma ağrılarında, dismenorede, osteoaritte, kulak ağrılarında, ağrıyı keser, ateşi düşürür.

KONTRENDİKASYONLARI: Preparatın bileşiminde bulunan herhangi bir maddeye hassasiyeti olan kişilerde ve akut porfiride kullanılmamalıdır.

	F	%
Hiçbir şey anlamadım	65	16.25
Birazını anladım	290	72.5
Tamamını anladım	45	11.25
Toplam	400	100

Bu soruda katılımcılar için rastgele seçilen ve reçetesiz olmasına dikkat edilen herhangi bir ilaç markasının prospektüsünü deneklerin ne kadar anladığı araştırılmıştır. Buna göre deneklerin 65'i (% 16.25) okuduğu metinden hiçbir şey anlamadığını, 290'ını (% 72.5) birazını, 45'i ise (% 11.25) tamamını anladığını belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre; ilaç kullanıcılarının sadece % 11.25'lik kesiminin prospektüs metinlerini anlayabildikleri, buna karşın % 88.75'lik gibi büyük bir kes-

iminin ise bu metinleri anlayamadıkları söylenebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

İlaç kullanıcılarının prospektüsleri okuma alışkanlıkları ve okurken anlamada karşılaştıkları zorlukları tespit etmeye yönelik olan bu araştırmada; 18 yaş üstü grubundan seçilen ve en az okur-yazar olma koşulunu sağlayan toplam 400 denek grubuna anket uygulanmıştır.

Deneklerin ilaç kullanıcısı olup olmadığını tespit etmek üzere yöneltilen sorunun neticesinde katılımcıların yarısına yakınının periyodik olarak ilaç kullanıcısı olduğu belirlenmiştir (Tablo 1). Toplumun önemli bir oranının ilaç bağımlısı olması bu sonuçlara göre manidar bir veri olarak değerlendirilebilir.

Reçeteli veya reçetesiz satılan ve/veya kullanılan ilaçların, ilaç kullanıcıları tarafından okunup okumadığını ortaya koymak üzere sorulan soruda; % 82.25'lik oranının prospektüsleri okudukları şeklindeki bir sonucuna ulaşılması (Tablo 2), toplumdaki ilaç kullanıcılarının neyi, nasıl ve niçin kullandıkları konusundaki pozitif anlamdaki duyarlılıklarını ortaya koyması açısından önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Ancak yazılanları anladıklarını dile getirenlerin oranının oldukça düşük olması manidardır (Tablo 3). Bu verilerle; ilaç kullanıcıların prospektüsleri okudukları, ancak anlamadıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile; "prospektüsleri okuyoruz, ancak anlamıyoruz" veya "prospektüsler anlaşılacak üzere yazılan metinlerdir". Ulaşılan bu sonuç araştırmanın planlanma aşamasında ortaya konulan sayıtlılarda belirtilen "ilaç kullanıcıları prospektüslerde yazılanları anlayamamaktadırlar" hipotezini de doğrulamaktadır.

Prospektüslerde yazılanların anlaşılır olmamasının nedeni kullanılan "ağır dil" etkenine (Tablo 4) ve Türkçe kelimelerin az olmasına dayandırılabilir. Kullanılan jargon veya tıbbi terminoloji ve Latince kelimelerin kullanılması gibi gerekçeler de metinlerin anlaşılmasındaki etkenler olarak görülmektedir. İlaçların bağımlılar tarafından nasıl kullanılacağına dair açıklayıcı bilgileri içermesi gereken prospektüslerin kullanıcılar açısından anlaşılacak bir dille veya jargonla yazılması yine temel hipotezi doğrulamaktadır. Bu bulgularla; hastaların sağlıklarının da olumsuz yönde etkilenebileceği sonucuna ulaşılmaktadır.

Okuyucuların "yan etkiler", "kullanım şekli" ve "dozajı" gibi Türkçe başlıkları okuma sıklığı (Tablo 5) ile kullanılan kelimelerin Türkçe olmaları arasındaki doğru yöndeki korelasyon dikkat çekmektedir. Bu veriler; halkın kullandıkları ilaçların yan etkilerinden çekindikleri veya hassasiyet gösterdikleri, ancak ilaç metinlerinin anlaşılacak olmaları nedeniyle okumaya gerek görmedikleri şeklinde değerlendirilebilir. Zira prospektüslerin ilaç kullanıcılarına hitap etmediği sonucuna ulaşılması da (Tablo 6) bu savı desteklemektedir. Bu bulgular prospektüslerin ilaç kutularına konulma amacıyla paradoksal bir durum arz ettiğini göstermektedir. Diğer bir söyleyişle bu durum; prospektüslerin yazılma amacı ile kullanım amacı açısından

çeliştiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın başında ortaya konulan "Prospektüslerde kullanılan dil ağırdır" hipotezinin prospektüslerde yer alan tıp terimlerin kullanılmasının doğru bulmaması bulgusuyla desteklenmesi (Tablo 7) manidardır. Bu veriler ilaç kullanıcılarının; "Prospektüsler daha anlaşılabilir bir şekilde yazılmalıdır" şeklindeki taleplerini içerdiği ve ilgililere bir mesaj niteliği taşıdığı söylenebilir.

Deneklerin büyük bir oranının "beklenmeyen bir etkiyle karşılaştığınızda, doktorunuza başvurunuz" uyarısını dikkate almaları (Tablo 8) bu çalışmada öngörülen savın doğrulanması bakımından önem arz etmektedir. İlaç kullanıcıları açısından da olumlu bir davranış olarak değerlendirilebilecek bu sonuç, prospektüslerdeki kelimelerin Türkçe ve anlaşılır olmalarının ilaç kullanıcıları tarafından ne ölçüde dikkate alındığını göstermesi açısından da önemlidir. Yine prospektüslerde yer alan ve kullanıcılar için yaşamsal önem arz eden Endikasyon ve Kontrendikasyon kısımlarının örneklem grubu tarafından anlaşılıyor olmaması (Tablo 9) temel hipotezimizi doğrulamaktadır. Bu bulgular ışığında; "prospektüsler anlaşılmamak üzere yazılan metinlerdir" şeklindeki araştırmanın temel hipotezinin desteklendiği söylenebilir.

Özetle; araştırmanın giriş bölümünde sunulan;

a-Prospektüslerin anlaşılmamasında gelir ve eğitim durumu arasında bir ilişkinin olduğu,

b-İlaç kullanıcılarının prospektüsleri anlamadıkları,

c-Prospektüslerde anlaşılmaz bir dilin kullanıldığı,

d-Prospektüslerin anlaşılmamasının nedeninin jargondan kaynaklandığı,

e-Prospektüslerin içerik ve şekil olarak karmaşık bir yapıda oldukları, hipotezlerinin doğrulandığı görülmüştür. Sonuçta, teknik terminoloji kapsamında değerlendirilebilecek jargon unsuru 3 değişik tanımda ve kullanım alanında karşımıza çıkmaktadır: (a) Karışık ve anlamsız biçimde kullanılan bir dil, (b) Teknik terminoloji ya da özel bir grubun kullandığı bir dil ve (c) gizemli ve çoğunlukla dolaylı ve uzun cümlelerden oluşan bir dil.

Kuşkusuz zaman zaman özel terminolojik bir dil kullanılmak zorunlu olabilir. Bazen bu dili kullanmak çok gerekli de olabilir. Ancak araştırmanın sonucunda prospektüslerde kullanılan terminolojinin taraf okuyucu kitlesi açısından yeterince anlaşılmadığı gerçeğini ortaya koymuştur. Diğer bir ifade ile; ilaç kullanıcılarına ilaçtan nasıl yararlanacaklarıyla ilgili bilgiler vermek için yazılmış tanıtma yazıları olan prospektüsler, yazım formatı, referans kullanımı ve terminoloji (seviye-düzye, bariyer-engel, geri alım-feedback) bakımından amacına hizmet edememektedir.

Araştırma kapsamında belirlenen örneklem grubundan alınan sonuçlar, bu geribildirimi ortaya koymuştur. Türk dil bilgisinde uzun araştırma ve gözlemler, deneyler sonucu ortaya konulan işlek, kolay anlaşılır ve akıcı cümle yapısı pek çok kişisel üslup maskesi altında bozulmaktadır (Ağca 2003: 142). Bu sorun kapsamında, genellikle teknik içeriğe sahip olan prospektüsler, ilgilenenlerin her sorusuna cevap verecek tarzda hazırlanmamakta, ilgililerin prospektüslerin ilaçla ilgili özelliklerini doğru değerlendirebilmeleri yönünde de kuralların yer aldığı bu yazılar, sade, anlaşılır olmadığı gibi, içeriği teknik terimlerle dolu, sade bir vatandaşın anlayabileceği yapıdan uzaktırlar.

Sonuç olarak; bu araştırmaya temel teşkil eden hipotezde iddia olarak ortaya konulan "prospektüslerde anlaşılmaz bir jargon kullanılıyor" varsayımının bütünsel olarak doğrulandığı görülmektedir. Elde edilen bulgular, doğruluğu aslında toplumun bütün kesimlerinde bilinen bir gerçeğin bilimsel ölçütlere dayalı olarak da ortaya konulmasını sağlamıştır. Dolayısıyla toplumun sağlığını doğrudan ilgilendiren prospektüslerin doğru, sade ve anlaşılır bir şekilde yazılması yasal bir zorunluluk olmasına ve kullanılacak terminolojiye bir standart getirilmesine rağmen kurallara uyulmadığı bu araştırmayla ortaya çıkmıştır. Diğer bir perspektiften baktığımızda; prospektüslerdeki jargondan ötürü yanlış dozaj veya kullanımdan kaynaklanan mağduriyetlerin yaşanmış olabileceğini de söylemek mümkündür.

Çalışmanın sonucunda ortaya çıkan bulgular, ilaç üreticilerine önemli bir sorumluluğun ve yükümlülüğün düştüğünü de göstermektedir. Araştırmanın giriş bölümünde vurgulandığı üzere; Türkiye'nin de 1993'den beri üyesi olduğu Avrupa Farmakope Komisyonu'nca (Standard Terms List) Türkçe olarak yayımlanan 2556 İngilizce terimin Türkçe karşılıklarının yer aldığı "İlaç ve Eczacılık Standart Terimler Listesi" indeki kurallara, ilaç üreticilerinin genellikle uymadıkları bilinmektedir. Halkın sağlığını doğrudan etkileyen bu konuda ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından önlemler alınması gerektiği böylece ortaya çıkmaktadır. Prospektüslerin, ilaç kullanıcılarının anlayabileceği standart bir dil düzeyine indirilmesi, mümkün olduğunca mesleki (tıbbi) terminolojiden kaçınılması ve daha açıklayıcı bilgilerin verilmesi gerekmektedir. Bu zorunluluk zaten Avrupa Hasta Haklarının Geliştirilmesi Bildirgesi'nin 3. 4. ve 5. maddelerinde de "Hastanın Bilgilendirilme Hakları" kapsamında yer almaktadır.

Kaynakça:

Achard, Pierre (1993). **Dilsel Toplumbilim**. Çev., Deniz Kırmısoy. İstanbul: İletişim Yayınları.

Ağca, Hüseyin (2001). **Sözlü ve Yazılı Anlatımda Türkçe'nin Kullanımı**. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

Aksan, Doğan (1998). **Her Yönüyle Dil, Ana Çizgileriyle Dilbilim**. Ankara: Semih Ofset Yayıncılık.

Bülbül, A. Rıdvan (2000). **Yazılı Anlatım ve Yazı Türleri**. Ankara: Nobel Yayınları.

<http://www.hayad.org.tr/>, 19.10.2005.

<http://journals.tubitak.gov.tr/kitap/maknasyaz/Bolum28.pdf>, 26.9.2005.

<http://www.karatekin.net/kompozisyon/2anakonular%5Cbae.html>, 12.12.2005.

Kaptan, Saim (1993). **Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri**. Ankara: G.Ü. Eğt. Bil. Yay.

Kazancı, Metin (1997). **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**. Ankara: Turhan Yayınları.

Krejice and Morgan (1970). "Determining Sample Size for Research Activities." **Educational and Psychological Measurement**.

Martinet, Andre (1985). **İşlevsel Genel Dilbilim**. Çev., Berke Vardar. Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.

<http://membres.lycos.fr/cpehlivanoglu/yukleme/yabanci%20kelimelere%20karshiliklar.pdf>, 3.11.2005.

<http://www.metu.edu.tr/home/wwwadt/images/images/dusunce.pdf>, 18.01.2006.

Resmi Gazete Yayını: 24.4.1991 Sayı: 20851, <http://www.ikev.org/docs/tr/ambalaj%20ve%20ve%20y%C3%B6netmeligi.pdf>, 19.10.2005.

http://www.saglik.gov.tr/extras/birimler/iegm/standart_terim.pdf, 7.11.2005.

http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozbul.ASP?kelime=jargon, 15.12.2005

http://tdk.org.tr/tdksozluk/sozbul.ASP?kelime=Prospekt%FCs&submit1=Ara,
15.12.2005

Vardar, Berke (1982). **Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri**. Ankara: TDK Yayınları.

Yengin, Hülya (1996). **Medyanın Dili**. İstanbul: Der Yayınları.

Vampir Efsanesi, Vampir Filmleri ve Vampir Olgusuna Farklı Bir Bakış: "Buffy The Vampire Slayer" ve "Angel" Dizileri

A Different View Towards Vampire Legend, Vampire Films and Vampire Fact: "Buffy The Vampire Slayer" and "Angel" Serials

Nigar PÖSTEKİ

Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü

Özet

Korku duygusu insanoğlunun temel duygularındandır. Bu nedenle de efsaneler, romanlar ve sinema için verimli bir malzeme olmuştur. Makalede Dracula bir korku modeli olarak incelenmekte ve psikolojik, sosyolojik açıdan da bakılmayı hak ettiği belirtilmektedir. Dracula bir vampir öyküsü olarak sinema ve TV dizileri için önemlidir. Buffy ve Angel adlı popüler kültür ürünü diziler için de bir kaynak olmuştur. Bu iki dizi içindeki zengin vampir örnekleri ve karmaşık öyküleri açısından incelenmeye değer görülmektedir. Bu bakış açısıyla Dracula'nın ve dizilerdeki vampirlerin birçok yönden farklı olmaları dikkati çekmektedir. Çalışma klasik vampir öyküsü ile dizilerdeki öyküleri karşılaştırmalı olarak incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Vampir, Dracula, Buffy, the Vampire Slayer, Angel.

Abstract

"Fear" is one of the basic feelings of human kind, for that reason it has been a fruitful source for legends, novels and cinema for years. This study takes 'Dracula' as a sample model of 'fear', and claims that it can be investigated as a model of fear from psychological and sociological vantagepoint. Dracula, which can be described as a vampire narration, is a vital source for TV serials and cinema scripts. For example, it has been a source for worldwide popular serials as Buffy and Angel. Rich vampire elements in the serials are worthwhile to investigate comparatively. The "vampires" in the serials and the "vampires in Dracula" differ each other from various aspects. The objective of this study is to search for these differences and discuss them comparatively.

Key Words: Vampire, Dracula, Buffy, the Vampire Slayer, Angel.

1. Giriş

İnsanlar, çevrelerinde tanımlayıp, algılayamadıkları olaylar ya da kişilerle karşılaştıklarında bunları akıllarıyla anlamlandırmaya çalışmaktadırlar. Bu tanımlama ve anlamlandırma çabası "korku" gibi temel bir duygunun ötelemesiyle olmaktadır. Görülmeyen, ancak varolduğu ve insanları korkutup, onlara zarar verdiği düşünülen varlıklardan her zaman korkulmuştur. Bu nedenle de insanların çok eski zamanlardan beri yarattıkları kültürleri içerisinde korku motiflerine rastlamak mümkündür.

Yaşanan mekan ve çağ ne olursa olsun insanların korku duygusunu temel olarak birçok öykü, masal ve efsane ürettikleri aşikardır. Bu üretimleri aslında bir anlamda Carl Gustav Jung'un da belirttiği gibi insanlığın ortak bilinçaltından kaynaklanmaktadır. Bu ortak alandaki anılar ve bastırılmış duygular ilkel anıları yani arketipleri oluşturmaktadır. "Bir tür ilkel atavi imajlar diyebileceğimiz arketipler, davranışlarımızı yönlendirir ve folklor malzemesi, sanat eseri, masal ve efsane gibi kişisel veya kolektif üretimleri etkiler" (Bilgin 2003: 32). Bugün de kitle iletişim araçlarının kolektif bilinçaltını oluşturuca tarzda aynı görevi üstlendiklerini söylemek mümkündür.

Rüyalar, dini inançlar, mitler, sanatlar ve folklor bu arketiplerin somutlaştıkları alanlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. İşte vampir de böyle bir bilinçaltı ile korkunun arketipi olabilmektedir. Çok eski zamanlardan beri varolan "vampir" olgusu zaman içerisinde farklı anlamlar kazanmıştır. İlkçağların vampirleri zamanla farklılaşmıştır. Vampirliğin özünde kan emme yatmaktadır. Vampirler yaşamlarını sürdürebilmek için insanların kanlarını emen yaratıklardır. Bir anlamda insanların korkularının somutlaştırılmış halleridir. Kolektif bilinçaltına yansıyan arketip diyebileceğimiz ilk vampir örneği ilk kutsal metinlere dayanmaktadır aslında.

Araştırılan vampir metinlerinde ilk vampir Caine'dir. Bu ilk yaratılış metinlerinden bugüne "vampir efsanesi" insanların bilinçaltılarında farklı kültürlerle geçmiştir. "Vampirler, kurtlaşmış insanlar, canavarlar ve mummyaların hepsi de, özünde, insansal yaratıklardır. Bunlar, reel-toplumdaki insanın öz parçası sayılan kötülük ve günah potansiyelinin kişileşmiş görünümleridir" (Oskay 1994: 62). Bu anlamda "vampir"ler insanların hayatlarında hep var olmuşlardır.

Ortaçağ'da insanların en büyük korkusu karanlık yarınlardır. Dini baskı, salgın hastalıklar, açlık gibi şeylerle mücadele etmek zorunda kalan insanlar, yaşanan günden korkmuşlardır. Bu, bir anlamda yaratılan yükümler ve efsanelerle günü anlam-

landırma, saldırganlığı ve korkuyu başka bir yöne yönlendirmedir. Ölümün bu kadar yakınında yaşamak insanlarda ölüm korkusunun şiddetli biçimde yaşanmasına neden olmaktadır. Sonraki dönemlerde bilim ve teknoloji geliştikçe "insanların korkuları yön değiştirmiştir. İlişkiler kapitalizm kuralları çerçevesinde sürdüğü için çıkar çatışmaları herkesten korkuyu getirmiştir (Pösteği 2002: 48-50) Dolayısıyla korku yok olmamış, başkalaşım lar geçirerek insan hayatında yer almaya devam etmiştir. Buna bağılı olarak vampirler ve vampirlik günümüze kadar efsanelerde, öykülerde ve sinemada varlığını sürdürmüştür.

Korkunun temel kaynakları kısaca bu şekilde tespit edildikten sonra, insanların açmazlarının üretimi olan vampirlikten ve vampirlerden bahsedilecektir. "Vampir" öyküsünden yola çıkılarak oluşturulan öykülerin vardığı modern insanın kabusu olarak nitelendirilen Dracula ve sinemadaki vampirlerin izinde TV'deki iki popüler dizideki vampir bakışına değinilecektir. Temel amaç, uzun bir süre televizyonda gösterilen ve büyük ilgi çeken ABD yapımı "Buffy, the Vampire Slayer" ve "Angel" adlı dizilerdeki vampirler ile klasik vampir arasındaki farkı ortaya koyarak "korkulan olgu" konusundaki insan değişimini saptamaktır. Bu iki dizi, içeriklerindeki korku öğeleri ile dikkati çekmektedir. Özellikle korku kahramanlarından biri olan vampirlerin temel karakterler içinde yer almaları önemlidir. İnsanların bilinçaltılarında, geçmiş öykülerde ve sinemada farklı bir konuma sahip olup, korkunun öznesi olan vampir, bu iki dizideki karakterler aracılığı ile insanca duygulara sahip olan bir kişiliğe kavuşmaktadır. Bu noktadan hareketle korkulan konusundaki değişim ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu amaçla her iki dizi de karakter, mekan, duygu ve yaratılan vampir karakterlerdeki değişiklik ve farklılık açısından klasik vampir Dracula ile karşılaştırılmıştır.

2. Vampir Efsanesi

"Vampir"lerden çağlar boyunca herkes korkmuştur. Yaşayan ölü olan vampirler, canlı insanların kanlarını emerek bir anlamda onların yaşam özlerini alan asalak yaratıklardır. Ölü olmayan, hayat sunan kanla beslenen vampir efsanesi Asurluların taş tabletlerinde...kendine yer bulmuştur. Kanın yeraltı dünyasındaki ölümden dönüşü sağlayacağına inanan Eski Yunanlılar, bunu "sacramentos" (aydan yapılmış ceset) olarak adlandırmışlardır. "Vampir" kelimesi ise doğaüstü özelliği olduğuna inanılan kutsal sebt dönemini belirten ve bir siyam kelimesi olan 'vampra' ile aynı kökten gelmektedir. (Pösteği 2002: 51) Vampir dendiğinde akla gelen "Dracula" ise tarihte Osmanlı'ya karşı yaptığı mücadele ile tanınan Vlad Tepes'e atıfta bulunmaktadır. Babası Drakul'a ithafen bu isim verilmiştir. "Drakul'un oğlu" anlamına gelmektedir (Oskay 1994: 107).

Vampirlere dair ilk kaydı 12. yüzyılda William of Newburgh adlı kişi tutmuştur. Ölülerin geceleri insanların kanlarını emmek için canlandıklarını yazmıştır. Yaradılış dönemine ait bazı metinlerde ise Eve'den (Hawa) önce yaratılan "Lilith" adlı asi ruhlu bir kadından bahsedilmektedir. Bu kadın, Adam'a (Adem) karşı çıkınca lanetlenmiştir. İkinin ilk çocukları olan Caine, kıskançlık sonucu kardeşini

öldürür. Bu nedenle de tanrı tarafından cezalandırılır. Cezası da güneşi görememek ve kana susamışlıkla azap çekmektir. Kan ile mistik güçler arasındaki bağlantıyı keşfeden Caine, kendi gibi yaratıklar ortaya çıkarmanın yollarını arar ve bulur da. Bir vampir tarafından ısırılan biri, vampirin kanını emerse bir süre sonra vampire dönüşmekte ve o vampirin klanının bir üyesi olmaktadır (www.derki.com).

"Rusya, Polonya, Orta Avrupa, Yunanistan ve Arap dünyasında yaygın olan inanç uyarınca, yaşayanların kanını emmek için mezardan çıkıp gelen ölü, vampirdir. Slavlar, kan uğruna mezardan kalkan ölünün kalbine kızıl ağaçtan yapılmış kazık saplar. Geleneksel olarak, vampirin kurbanı yine bir vampire dönüşür; çünkü vampir, kanını emdiği kişiyi kirletir. Hayaletler insanı korkutmaktan öteye gidemezken, varlıklarını canlıların kanına borçlu olan vampirler, insanı kanını emmek suretiyle öldürürler" (Zizek 2003: 264). 1672 başında Orta Avrupa'dan birkaç vampir hikayesi Batı'nın folklorik geleneğine girmiştir. 60 yıl içinde, Avrupa ve İngiltere basınında birkaç ilginç öykü yer almıştır. İngilizce "vampir" kelimesi de ilk defa kullanılmıştır (Wilcox ve Lavery 2002: 143).

2.1. İlk Vampir Öyküleri

Orta Avrupa folklorunda ilk vampirler akrabaları ya da köylülerce öldürüp, mezarlarından çıkan köylülerdir. Vampir olarak doğmalarının nedeni zavallı bir şekilde ölmeleri (sarhoş, vaftiz edilmeden, intihar) ya da sadece intikam istemeleridir. Bram Stoker'ın *Dracula*'sında vampir aristokrat olur. Bir şatoda inzivaya çekilmiş olarak yaşamaktadır. Viktoryen vampiri ölüdür, insan değildir, tam anlamıyla anti Hristiyandır (Wilcox, Lavery, 2002: 111). *Dracula* insafsız mülk sahiplerinin görüntüsüdür. Frankenstein ile birlikte burjuva uygarlığının korkularını temsil etmektedir (Moretti 1991: 59). 19.yüzyıl dünyasında vampiri efsane olarak sürdüren en ünlü "vampir" Bram Stoker'ın "*Dracula*" (1897) romanı olmasına rağmen tek olan değildir. Ölü olan ve yaşayan birini esir alan esrarengiz varlıkları anlatan başka eserler de vardır. Şiirde Byron'un *Gaiour'u* (1813) ve Keats'in *Laima'sı* (1819) gibi. Dr.John Polidori'nin kısa öyküsü *The Vampire* (1819) şeytan Lord Ruthven'i sunmuştur (namı diğer Lord Byron). Bunlar aynı konudaki Gotik melodram dalgasının da habercisidirler: George Stephen, *The Vampire* (1821), John Dorset, *The Vampire Bride* (1821) ve W.T.Moncrieff, *The Vampire* (1829) (Maden 1992: 15).

Vampir efsanesinin geldiği son nokta olan ve aynı zamanda en ünlü vampir olan *Dracula*, birçok yönden incelenmiş bir eserdir. Hem roman ve hem de *Dracula*'yı dünya çapında ünlü bir karakter haline getiren sinemadaki örnekleri farklı yönlerden ele alınmışlardır. *Dracula* öyküsü, kapitalizm (kan emme yönü ile), psikanalitik açıdan dini okuma yaparak ya da cinsel çağrışımlarının incelenmesi gibi yönlerden araştırılmıştır.

"Ucubeler ve canavarlar, psikanalize göre anlatılacak olursa, id'in (alt-ben'in) iç yüzünün dışı vurulmasıdır" (Oskay 1993: 68). "Vampir, yaşama arzusunun simgeleri, öylesine doyurulamaz bir arzudur ki, dizginlenemez. Bu yokedici arzu, özünde

kişinin kendisine yönelik olsa da, 'ötekine' yansıtılır. Kişi kendi özündeki kaynakları tüketip, yetersizliğine çare bulamayınca; ötekini kendi eksikliğinden sorumlu tutar, ancak kendisiyle ilgili asli sorumluluklarını ve ölümlülüğünü kabullenirse, vampir olmaktan çıkar. Vampir, çevresi ve kendisiyle uyum sağlayamayan kişidir. Vampir kişinin ruhsal güçlerinin kendisine yönelmesini simgeler" (Zizek 2003: 264). Dracula romanının yazarı Stoker, küçüklüğünden itibaren hastalıklı bir yaşama sahip olduğu için ya annesine ya da büyüdükten sonra başkalarına bağımlı olarak yaşamıştır. Bu anlamda "vampir" in bir başkasının hayat sıvısı olan "kan" olmadan yaşayamaması ile Stoker'ın hayatı arasında açıkça bağlantı kurmak mümkündür. "Stoker, Nosferatu gibi Slav mitlerine dayanarak oluşturduğu Dracula'da sadece bir vampiri değil, aynı zamanda Victoria dönemi İngiltere'sinde yaşanan baskıları ve cinsel tabuları ele alırken kişisel saplantılarını da romana katmıştır. Hatta Dracula'nın Irving'i çağırıştırdığı söylenmektedir. Stoker'ın vampiri, devri geçmiş bir aristokrat olarak İngiltere'ye taşınarak, ülke için bir tehlike arz etmektedir. Düzeni, gelenekleri, yasaları tehdit eden bir yabancıdır o" (Scognamillo 1996: 130-132). Vampir aslında başkasına bağımlı olarak yaşadığı hayatından memnun değildir. Çevresine tamamen yabancılaşmıştır. Bu toplumdaki dışlanma direkt olarak ergenlik çağındaki gençlerin dışlanma kabusunu temsil etmektedir. Vücudunda beliren değişimler onun korku duymasına neden olmaktadır (Evans 1998: 64).

2.2. Klasik, Kapitalist Vampir Dracula

Kapitalist açıdan bir okumaya girildiğinde şatosunda yaşayan ancak kullandığı eşyalar ve kırık dökük kapılar ve duvarlarla "köhneleşmiş" ve de "fakirleşmiş" bir aristokrat olan; bu yönüyle de erişilmez yine de mağrur bir eski çağ temsilcisi karşımıza çıkmaktadır. "Tıpkı bir kapitalistin birikime zorlanması gibi, üstündeki lanet, vampiri hep daha çok kişiyi kurban etmeye zorlar. Doğası onu, sınırsız olmak için, toplumun bütününe boyun eğdirmek için mücadeleye zorlar. Bu nedenle insan, vampirle 'bir arada varolamaz'. Ya ona yenilmeli ya da onu öldürmeli; böylece hem dünyası onun varlığından, hem de onu kendi lanetinden kurtarılmalıdır" (Moretti 1991: 64). Dracula romanında harap bir şatoda yaşayan, toplumun korktuğu kont, korkuyu ve kötülüğü temsil etmektedir. Köylüler ve çevre halk, ondan çekinip, uzak dururken; Dracula da "çünkü köylü özünde bir korkak ve aptaldır" yorumunu yapmaktadır.

Dracula gibi kan emici bir vampirle bireysel mücadeleye girmek pek akılcı değildir. Başka güç nesnelere ihtiyaç duyulmaktadır. Vampir gibi yenilemez bir gücün karşısında insan gibi güçsüz bir varlığın başvurabileceği yardımcıların bulunması gerekmektedir. Vampirlerin doğasını bilebilecek cesur ve de akıllı insanların güçlerini arttıracak ve vampiri durduracak şey dindir. Hristiyan öğeler ve özellikle de rahipler; romandan, filme tüm vampir öykülerinde belirleyici bir nitelik kazanmaktadır. Franco Moretti'ye göre vampirin gücünü kıran haç, kutsal ekmek, sarımsak gibi nesnelere dinsel anlamları ve batıl inançlar açısından vampirin gücüne sınırlar koyan güçler olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar vampirin insanları kendisi gibi bir kan emicive dönüştürmesini engelleyen sınırlayıcılardır (Moretti 1991: 65).

Vampirlerle mücadelede din adamları bilgileri ile onların en çok çekindikleri insanlardır. Bu öykülerde bir anlamda kapitalizmle başlayan laikleşme sürecinde dinin sınırlayıcı etkisinden kurtulmak isteyen kapitalistle, üstünlüğünü korumaya çalışan kilisenin satır aralarındaki mücadelesini görmek de mümkündür. Dracula romanı, Aziz George günü akşamı başlar. Geceyarısından sonra tüm şer güçlerin ortaya çıktığı bir gündür bu. İngiliz kilisesine göre putperestlik sayılan kilise ve haç, vampirden köylüleri koruyan birer simge olarak yansıtılmaktadır.

Vampir, kan emerek kurbanının enerjisini alırken, bir yandan da bu durum bir ritüel olarak karşımıza çıkmaktadır. Kan emme erotik bir simgedir. Güçlü, çevresine hakim, karşısındakini kendisine manyetik bir güçle bağlayan vampir ögesi, özellikle bu gücü sayesinde kadınlar üzerinde bir etki uyandırmaktadır. Örneğin vampir filmlerinde vampirin kadınlar üzerindeki etkisi erotik olarak yansıtılmaktadır. "Bram Stoker'ın Dracula'sı kadınları baştan çıkarmakta yeteneklidir. Bütün vampir hikayelerinde kadınlar, başlarına geleceğin bilincinde olsunlar, olmasınlar, kendilerini bu çekici, baştan çıkarıcı, kan emici varlıklara teslim ederler. Aslında vampirin peşinde olduğu yaşam kaynağı kandır, fakat bunu vazgeçilmez bir erotizm kisvesi altında öyle bir sunar ki, kadının tek yapabildiği kendini hazzın kucağına bırakmaktır...kanla birlikte emilen hayat kadının vücudunu titreterek dışarı çıkar" (Zizek 2003: 267). Vampirin kötülüklerinden bir tanesi de kendisini kurbanlarının eşleriyle eğlendirmesidir. Folklordaki vampir mitosunda bu seksüel yön belirgindir. Özellikle çingeneler arasında. Çingenelerin inancına göre bir vampirin eşi hem cinsel hem de kanlı iştahının öznesidir (Wilcox ve Lavery, 2002: 143).

2.3. Romandan Filme Vampir ve Dracula

"Vampir" edebiyatta efsanelerin ortaya çıkardığı bir figür olarak yaşarken, sinema sayesinde daha geniş kitlelerin ilgisini çeken bir "kahraman" haline gelmiştir. İlk dönem vampir filmlerinde tam anlamıyla bir korku figürü olan Dracula, giderek korku sinemasının gelişmesiyle birlikte farklı açılardan değerlendirilmeye başlanmıştır. İlk önemli vampir filmi olan Friedrich Wilhelm Murnau'nun Nosferatu'sundaki (1922) "Kont Orlok", Dracula'nın bir uyarlamasıdır ve yaklaşan Hitler tehlikesine dikkati çekmektedir. Hollywood'un vampiri değerlendirmeyeceği düşünülemez birşeydir. Tod Browning'in "Dracula" (1931) isimli filmi ile Dracula ve vampir öyküsü yeni dünyaya geçiş yapmıştır. Sinemacıların hayal güçleri ile farklı biçimlerde vampir imgesinin karşımıza çıktığını görmekteyiz. Komediden, erotik sinemaya kadar pek çok türde Dracula ve vampirler filmlerde kahraman olmuşlardır. Tek fark olarak Hollywood vampirleri etraflarındakilerden ayırt edilememektedir. İnsan gibi kokar ve görünürler. Yerler, içerler, sigara kullanırlar, aşık olurlar, kızarlar ve merhamet duyarlar (Wilcox ve Lavery, 2002: 111). Son dönem vampir filmlerinde, önceleri toplumun uzağında yaşayan vampirler insanlarla ortak yaşam alanlarını paylaşmakta ve ayrı birer varlık olarak yaşamlarını yeryüzünde sürdürmektedirler. Bu vampirlerin peşinde olup, insan ırkını koruyan bir de avcılar vardır kuşkusuz. Bunlar korkusuz, kendilerini bu işe vakfetmiş avcılar. Blade'de (Bıçağın İki Yüzü, 1998) Wesley Snipes'in canlandırdığı sivah vampir karakteri, vampir klanı ile insanlık adına

mücadele etmektedir. Annesi kendisine hamileyken bir vampir tarafından ısırıldığı için türünün kanla yaşama, aynada görünmeme, güçlü olma gibi özelliklerini taşıyan Blade, gündüz dışarıda gezebilmesi nedeniyle vampirler arasında ayrı bir yere sahiptir ve "gündüz gezen" sıfatıyla nitelendirilmektedir. Belirli zamanlarda aldığı serum ile "kan emme" güdüsünün önüne geçen Blade, vampir olmasına rağmen türünden nefret etmektedir. Karizması, gücü, deri kıyafetleri, güneş gözlükleri ve yaşam tarzı ile sıra dışı bir kahramandır ve güçlü bir seksapeli vardır. Bu yönleriyle hayranlık uyandıran bir vampir olmaktadır. Yine Karanlık Ülkeleri'nde (Underworld 2003) vampirler dünyada ayrı bir yaşam türü olarak gösterilmektedirler. Bu sefer kurtadamlarla vampirler arasındaki "karizmatik" savaş ön plana çıkmaktadır. Vampirle Görüşme'de de (Interview With The Vampire, 1994) vampire sempatik bir bakış bulunmaktadır. Tom Cruise'ın canlandırdığı Lestat kötü bir vampirken; Brad Pitt'in canlandırdığı Louie iyi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda Amerikan vampiri yeni bir kültürün ürettiği yeni bir canlıdır. Yeni dünyadaki düzene ayak uydurmuştur. Yeni vampirlerin yeni düşmanları da artık din adamları değil, profesyonel kişilerdir. Çağımızın modern vampir avcıları sinemada Blade, TV'de Buffy, edebiyatta Anita Blake'tir.

3. Buffy, the Vampire Slayer ve Angel Adlı Dizilerdeki Vampir Olgusu

Çevresinde oluşturduğu gizem nedeni ile kötülük simgesi olan vampir, "...hem ölüdür, hem de değildir: o, yaşayanlardan emdiği kan sayesinde yaşamayı beceren ölü bir kişi, bir 'ölmemiş'tir. Kanını emdiği kişilerin gücü onun gücüne dönüşür. Vampir güçlendikçe, yaşayanlar güçsüzleşir" (Moretti 1991: 63). Ölüm içinde ölümsüzlük kazanan vampir, ölemeyen bir ölü olarak iki arada kalmıştır (Oskay 1994: 123). Bu durum TV'de vampir dizileri olarak popüler bir yere sahip olan Buffy, The Vampire Slayer (1997-2003) ve Angel (1999-2004) adlı iki dizide bize bir dram ögesi olarak sunulmaktadır. İyi vampirler (Angel ve Spike) bu durumları nedeniyle çaresizdirler. ABD'de ve dünyada büyük ilgi çeken bu iki dizi uzun dönem popülerliklerini korumuş ve "vampir"i farklı bir konuma getirmişlerdir. Buffy, altı sezon, Angel ise beş sezon boyunca devam etmiştir.

Her iki dizi de aynı yapımcı (Joss Whedon) tarafından yapılmıştır. Bu nedenle iki dizideki bazı karakterler ortaktır. "Buffy, the Vampire Slayer" da ilgi çeken bir karakter haline gelen "Angel"; daha sonra ayrı bir dizinin kahramanı olmuştur. Bu nedenle iki dizideki karakterlerin başlıcalarının incelenmesinde fayda bulunmaktadır. İki dizinin mekan, tema, teknik ve psikolojik unsurlar etrafındaki incelemeleri klasik vampir ile yeni dönem vampir arasında yapılacak bir karşılaştırma öncesinde gerekli görülmektedir. Bu, hem dizileri tanıma ve anlama hem de vampirlerin karşılaştırmalarından sonra yapılacak analiz açısından önemlidir.

3.1. Karakterler:

Bir TV dizisi ana karakterlerin seyirci tarafından benimsenmesi ile başarı kazanmaktadır. Ana öykü, karakterler arası ilişkiler, birbirlerine karşı olan tepkileri

dizi içindeki olay örgüsünü beslemektedir. Karakterlerle özdeşleşme sağlandığı zaman dizinin "tutması" kolaylaşmaktadır. Bu nedenle yaratılan karakterlerin güçlü karakterler olması gerekmektedir. İzleyicinin karaktere karşı besleyeceği sevgi ya da nefret diziyi takip etmesini sağlayacaktır. İyi ve kötü karakterler arasındaki mücadelede izleyicinin taraf olmasının sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla karaktere yüklenecek birtakım özelliklerin gerçeklerle bağlantısının olup olmaması önemli değildir. Çünkü özdeşleşme ile zaten karaktere bir biçimde bağlanan izleyici için onunla ilgili her şey gerçektir. Karakterleri oynayacak oyuncuların performansları da benimsenmelerinde rol oynamaktadır. Role oturan, karakteri yansıtan, yüzü, kıyafetleri ve tavırları ile karaktere uyan oyuncular karizmaları ile karakteri taşıyabileceklerdir.

Angel ve Buffy dizilerine baktığımız vakit oluşturulan karakterlerin güçleri ile izleyiciyi hemen yakaladıklarını görmekteyiz. Oynayan oyuncular da rolleri ile bütünleşmişlerdir. Yaratılan karakterler güçlüdür. Bu nedenle de Buffy dizisinde yan bir karakter olarak diziyeye dahil olan Angel karakteri karizması ile izleyici tarafından çok beğenilmiş ve ayrı bir dizisi yapılarak ana kahraman haline getirilmiştir.

İki dizideki ana ve yan karakterlerin sayısı 14'tür. Bu bölümde dizilerin künyeleri ve kısa konuları hakkında bilgi verildikten sonra temel karakterlerin kişilik yapıları üzerinde durulacaktır.

3.1.1 Buffy

Dizinin Adı: Buffy, the Vampire Slayer

İçeriği : Buffy Anne Summers isimli bir kızın, vampir avcısı olarak seçilmesi ile başı gelenleri ve yaşadığı maceraları anlatan bir dizidir.

Yayıncı : CNBC-e kanalında altı sezonunun hepsi yayınlanmıştır.

Y. Ülke : ABD

Yapımcı : Joss Whedon

Y. Yılı : 1997-2003

Oynayan : Sarah Michelle Gellar, Nicholas Brendon, Alyson Hannigan

Buffy, the Vampire Slayer'ın Konusu:

Sunnydale Lisesi'nde öğrenci olan Buffy Anne Summers, dünyayı vampirlerden ve iblislerden korumak için seçilmiş bir vampir avcısı olduğunu öğrenir. Bu görevinde kendisine gözetmeni Giles ve arkadaşları yardım eder. Buffy vampirlerle

mücadelesi sırasında Angel adında bir vampirle karşılaşır. Angel, geçmişte yaptığı kötülükler nedeniyle lanetlenmiştir. Bu durum onda suçluluk duygusuna neden olmaktadır. Buffy'e kötü güçlerle savaşında akıl veren Angel zamanla ona aşık olur. Bu duygusu karşılıksız kalmaz. Ancak Angel'ın üzerindeki lanet nedeniyle mutlu olduğu anda kötü yanı baskınlandığından ayrılırlar. Angel, Los Angeles'a taşınır.

Buffy:

Cehennem Ağzı'nda bulunan Sunnydale adlı kasabada yaşayan Buffy Anne Summers, sıradan bir Amerikan genci iken vampirleri avlamak gibi bir misyon yüklenmek durumunda kalmıştır. Dizinin sürdüğü yıllar boyunca lise, üniversite ve başarısız bir iş hayatı dönemini yaşayarak büyüyen Buffy, gündüzleri sıradan, sarışın bir Amerikalı genç kızken; geceleri dünyayı kurtarmak için tekinsiz yerlerde devriye gezen bir vampir avcısına dönüşmektedir. Sıradan genç kızlar gibi aşk, güzellik, gelecek hakkında korku, kılık-kıyafet gibi sıradan kaygıları olan Buffy karakteri, dizi ilerledikçe geceleri devriye gezen "vampir avcısı" olmaktan kaygı duymaya başlayacaktır. Gündüz ve gece arasındaki rol farklılığı kişiliğinde bir çatışmaya yol açan Buffy'nin normal hayatında "sıradan" bir kız olarak yaşadığı kaygılarla, gece "avcı" olarak yaşadığı kaygılar arasındaki fark Buffy'i aşk ve dostluk ilişkilerinde gelgitler yaşayan bir karakter haline getirecektir. Buffy, "sıradan olmayı" başaramadığı gibi "sıradan" ilişkiler de kuramamaktadır. Aşk yaşadığı Angel ve Spike "vampir"dir. Riley ise devlete bağlı bir "vampir avcısı" merkezinin subaylarından birisidir.

Sıradan olmayı isteyip, olamayan, ilk aşkı Angel ile onun "vampir"liği yüzünden ayrılmak zorunda kalan Buffy, sıradanlığına dizinin en son bölümünde kavuşacaktır.

Willow Rosenberg:

Buffy'nin en yakın arkadaşlarından birisidir. Dizinin başlarında çekingen, içine kapanık, korkak bir kızken; giderek kişiliği daha sağlam bir hale gelen bir karaktere dönüşmektedir. Buffy'nin vampirler, iblislerle ilgili bilmesi gereken efsaneleri, söylenceleri ve tarihi araştıran ve bulan kütüphanedeki sessiz yardımcısıdır. Zamanla büyüye olan merakı ile bir büyücü cadı haline gelen Willow'un her durum için bir büyüsü bulunmaktadır. Dizide karakteri oturdukça Buffy gibi birtakım iç çatışmalar yaşayan Willow, Buffy'den daha fazla ayakları yere basan bir karakter olarak görünse de özellikle bilinmeyen güçlere sahip olduktan sonra iyi olmakla kötü olmak arasında gidip gelmeler yaşar.

Willow, aşk hayatında diğer karakterler gibi mutluluğu her zaman elinden çıkarır. Önceleri arkadaşı Xander'a ilgi duyan Willow, daha sonra bir "kurt adam"la çıkar. Son aşkı ise bir hemcinsidir. Dizide eşcinsellik Willow'un bu ilişkisinde açık bir biçimde işlenmiştir. Willow, lezbiyen olduğunu rahatlıkla arkadaşlarına kabul ettirmiştir.

Spike / William the Bloody:

Yaşadığı dönemde romantik bir şairken, Angel tarafından vampire dönüştürülmüştür. Dizide özellikle "Angel" karakteri ayrıldıktan sonra önemli bir role sahip olan Spike, sarı saçları, uzun deri ceketi ile karizmatik bir vampir olarak ortaya çıkmıştır. Başına takılan bir chip sayesinde "vampir"lik yapamayan, insanlara saldıracığı zaman şiddetli baş ağrıları aracılığı ile durdurulan Spike, dizide cinsel yönüyle de ön plana çıkarılan bir karakterdir. Özellikle Buffy ile ilişkisinde önce tutku vardır. Buffy'nin bir avcı olarak Spike gibi bir "vampir"le birlikte olabilmesi de ilginçtir. Angel ile "kavuşulamamış" bir aşkın öznesi olan Buffy, Spike ile ilişkisinde daha özgürdür. Ancak bu ilişki uzun süre etraftan gizlenecek kadar garip bir ilişkidir. Zamanla ikili arasındaki ilişki daha yoğun bir hal alır. Özellikle Spike, ruhu olan bir vampire dönüştükten sonra ilişkilerinin duygusal boyutu daha çok derinleşir. Spike, Buffy ile olan aşk macerası ve insanlarla yakın ilişkileri sayesinde "iyi" vampir olma yolunu seçer. Bu seçiminde bir avcı olan Buffy ile aşkı da etkilidir. Bir vampir olmasına rağmen vampirleri öldürmekten ve avlamaktan çekinmez. Yine de dizinin diğer kahramanları hatta Buffy tarafından dışlanır. Kişilik olarak arada kalmış, yalnız bir adamdır.

3.1.2. Angel

Dizinin Adı : Angel

Konusu : Angel adlı ruhu olan bir vampirin, iblisler ve vampirlerle olan mücadelesi anlatılmaktadır.

Yayın : CNBC-e kanalında 5 sezonunun hepsi yayınlanmıştır.

Y. Ülke : ABD

Yapımcı : Joss Whedon

Y. Yılı : 1999-2004

Oynayan : David Boreanaz, Alexis Denisof, Charisma Carpenter

Angel'ın Konusu:

Geçmişlerinde yenilmiş, başarısız olmuş kahramanların bir araya gelerek ego-larını yüceltmeyi başardıkları bir dizidir. Buffy'den ayrılan Angel, Los Angeles'a taşınıp, vampirler ve iblislerle mücadelesine devam eder. Burada yeni arkadaşlar edinen Angel, "Angel Araştırma" adından bir dedektiflik bürosu açar.

Angel / Angelus:

17. yüzyılda acımasız bir vampir olan Angelus, çingeneler tarafından lanetlenir. Çingeneler ona bir ruh verirler. Angelus, bu lanet ile ne insan ne de vampir olan ve de vampirliğinden asla hoşlanmayan, eski günlerinden ise nefret eden Angel karakterine dönüşmüştür. Bu bir lanettir çünkü yaşadığı sürece mutsuz olmak zorundadır. Mutluluğu yakaladığı anlarda Angelus'a dönüşmektedir. Angel, iki tür arasında kalmış bir varlıktır. Ne tam insan ne de tam vampir olabilmektedir. Vampirlerin güneşten etkilenme, kandan başka şey içememe (domuz kanı içer), sivri dişler, acımasız, çirkin bir surat (kavga ettiğinde ortaya çıkar), kalbinin olmaması, aynadan aksinin görünmemesi gibi özelliklerini taşımaktadır. Ne olduğu ortada olduğu için her zaman hüznü ve yalnızdır. Ruhu olan bir vampir olarak vampirlerle ve iblislerle mücadele etme misyonunu yüklenen Angel, önceleri "Buffy: The Vampire Slayer" içerisinde bir yan karakterdir. Buffy'e yardım ederken aralarında bir aşk doğar. Ancak Angel'ın lanetlenmiş ruhu yüzünden hiçbir zaman kavuşamayacaklardır. Buffy ile birlikte olmak istediğinde Angelus'a dönüşmesi aralarında problem yaratır. Angelus, Angel'dan tamamen farklı, kötü yürekli, çıkarıcı, yalancı, acımasız bir vampirdir. Bu nedenle Angel, Buffy'den ayrılır ve Los Angeles'ta yeni bir hayata başlar. Yenilmiş, hayatın içinden kovulmuştur. Ne kötülüğünden kaçabilen ne de tamamen iyi olabilen bir karakter olarak etrafına yaydığı hüznü, Angel'ı çekici bir kahraman haline getirmiştir. Dizide insanların tarafında olduğu için aslında kendi cinsine ihanet ediyor gibi görünen iki vampir Angel ve Spike, karizmatik ve koruyucu karakterler olarak dikkati çekmektedirler. Zaten vampirler ve iblisler yok edilmesi gereken yaratıklardır. Angel kadınlarla ilişkisinde hep kaybedendir. Önce Buffy, sonra Cordelia ile olan aşkında sevdiği kadınlara kavuşamaz. O, imkansız aşkların kahramanıdır.

Angel'ın alt benliği Angelus, vahşi bir hayvandır. Ailesini, arkadaşlarının çocuklarını öldürmüştür. Bir çingene kızı ile beslendikten sonra intikam olarak çingeneler ona bir ruh verirler. Bu lanetin amacı "insan gibi yaşayamadan acı çekme"sini sağlamaktır. Mutlu olduğu zaman Angelus geri dönmektedir (Wilcox ve Lavery 2002: 144). Angel, kavga ederken vampirleşir. Yüzü değişir. Angelus'a dönüşür. İnsanları öldürürken (ya da canavarları) içindeki kötülükle onlara karşılık vermektedir. Bir anlamda bu durum psikanalizdeki gibi id'in dışavurumudur.

Cordelia:

Cordelia, güzel olmaktan, kıyafetlerden ve erkeklerden başka konuşacak bir şeyi olmayan, sıradan bir Amerikan genç kızıdır. En büyük korkusu okulun popüler kızı olma statüsünü kaybetmektir. Buffy ile arkadaşlığı onu vampirlerden oluşan dünyaya sokacaktır. Buffy ve arkadaşları ile samimiyeti arttıkça Cordelia'nın kişiliğinde de değişimler olur. Ancak en büyük değişimi Angel'la birlikte kardeş diziyeye geçince yaşayacaktır. Sinema oyuncusu olmak için Hollywood'a giden Cordelia, küçük roller dışında iş bulamadığı başarısız günlerinden birinde Angel ile karşılaşır. Onunla birlikte tekinsiz olayları araştırmaya başladıktan sonra karakteri de değişen

Cordelia, giderek olgunlaşır ve diğer boyutlarla daha yakından ilişkiler kurmaya başladıkça kendisi de bazı iblis özellikleri kazanır. Bu arada Angel ile arasındaki yakınlaşma da dizinin duygusal boyutunu oluşturacaktır.

Wesley:

Eski bir gözetmen olan Wesley, başarısız kariyerinden sonra Angel ile çalışmaya başlar. Eski iblis dilleri, tarihi ve büyü konusunda uzman olan Wesley, başarısız kişisel tarihinin ezikliğini hep hisseder. O da karakterindeki değişimlerle acımasız ve hiç gülmeyen bir insana dönüşecektir. Dizinin diğer kahramanı Fred'e olan aşkı onu hüznü, yalnız bir karakter haline getirir. Özellikle aşkına karşılık alamaması onu hezeyanlı biri yapacaktır.

Connor:

Angel'ın, onu vampir haline getiren eski sevgilisi Darla'dan olan çocuğu Connor, çocuk yapma becerileri olmayan iki vampirden olan mucize bir çocuktur. Doğumu iblis ve vampir dünyasında olay yaratan Connor, ailesini katlettiği için Angel'dan nefret eden biri tarafından bebekken başka bir boyuta kaçırılır. Geri döndüğünde büyümüştür ve Angel'dan nefret etmektedir. Babasına olan kızgınlığı kendisini yalnız, geride kalmış ve yetersiz hissetmesine neden olacaktır. Bu öfkesi nedeniyle babasının düşmanları tarafından sürekli kullanılan Connor, Angel tarafından hafızası silinerek her zaman özlemini çektiği aileye kavuşturulacaktır.

3.2.1. Buffy'de Kullanılan Mekanlar

Buffy'nin öyküsü, Sunnydale isimli, Amerika'nın Kaliforniya eyaletinde bulunan bir kasabada geçmektedir. Kasabanın özelliği "Cehennem Ağız" denilen ve iblisleri ve vampirleri kendine çeken, kasabayı bu yaratıkların mekanı haline getiren bir boyut kapısının üzerinde kurulmuş olmasıdır. Dizinin ilk bölümlerinde Buffy ve arkadaşlarının okudukları ve aynı zamanda Cehennem Ağız'ının girişinin bulunduğu okul ana mekandır. Dizi, karanlık, tekinsiz, ıssız sokaklarda, mezarlıkta ve ormanda geçmektedir. Buffy, bir "avcı" olarak "avı" olan vampirleri, iblisleri buralarda kıştırılmaktadır. Aynı zamanda vampirler ve iblisler de bu mekanlarda avlarını bulmaktadırlar. Normal insanlar dizide işlevsizdir. Çevrede kalabalık yaparlar ya da kurban olurlar. Sanki bu tekinsiz olayların geçtiği kasabanın halkı yoktur. Ya da bu olaylar onları ilgilendirmemektedir. Dizinin birincil amacı sıradan insanların sorunlarını ortaya koymak değildir.

3.2.2. Angel'da Kullanılan Mekanlar

Angel, Los Angeles'ta geçmektedir. Amerikalıların "Melekler Şehri" dedikleri Los Angeles'ta, vampir ve iblislerle mücadele işi Angel'a ve arkadaşlarına düşmüştür. Mekanlar tekinsiz ve karanlık köprü altları, ıssız blok aralıkları, köşeler ve yine Los Angeles'ın kalabalığından uzak sokaklar ve caddelerdir. Olağanüstü olaylar olur,

birçok insanı ilgilendirecek gelişmeler yaşanır ancak böyle büyük bir şehirde bile yine ilk elden toplumu ilgilendirmeyen olaylardır bunlar.

Kötülüklerle mücadele siyasi otorite ya da yerel kuruluşlar tarafından değil, bu korkunç gerçeği bilen bireylerce yapılmaktadır. Bir anlamda kötüyü bilen eski kötüler ve iyiler, tüm insanlık için -onların haberleri olmasa da- kendilerini kurban etmektedirler. İlginç olan yine de hayatın devam etmesidir. Kötüler insanları idare etmektedirler ve bundan kimsenin haberi olmamaktadır. Zaten iki dizinin de en son bölümlerinde kötü güçlerin ayakta kalmayı başarmaları ile kötülüğün hep varolacağı ve insanların mücadelesinin sonsuz olduğu mesajı verilmiştir.

3.3. Ana Temalar

Her iki dizide de şiddet, öfke, intikam, cinsellik, özgürlük, dostluk gibi temaların vurgulandığını görmekteyiz.

Şiddet: Garip yüzlü yaratıklar, dövüş sahneleri, büyü ve bilinmeyen olaylar ve güçler şiddet yönünü oluşturmaktadır.

Öfke: İyiler-kötüler birbirlerini yok etme mücadelesinde içlerindeki nefreti de su üstüne çıkarırlar. Angel'in "eski haline", Buffy'nin "kaderine", Spike'ın "herşeye" olan öfkesi gibi temalar dizilerin her zaman tansiyonlarının yüksek olmasına neden olmaktadır.

İntikam: İyiler kötülerden, kötüler de iyilerden sürekli kayıpları nedeniyle intikam almaktadırlar.

Özgürlük: Kahramanların kaderlerinin tutsakları olması tam anlamıyla istedikleri gibi bir hayat yaşamalarını engellemektedir. Üstlendikleri misyonlar vardır. Örneğin Buffy zaman zaman "avcı" olmaya isyan eder. Ancak kötülüklerle mücadele etmekten kaçmanın da yolu yoktur.

Aşk-Cinsellik: Kahramanlar arasındaki aşk ilişkileri, Buffy-Angel-Spike üçgenindeki tutku, dizilerde cinselliğin yoğun bir biçimde işlenmesine neden olmaktadır. Diğer yandan eşcinsel ilişkinin de olumlandığını görmekteyiz. Kahramanların yaşadıkları aşklarda "tutku" her zaman vardır. Zaten tüm duygularını en üst seviyede yoğun bir biçimde yaşamaktadırlar. Angel bir bölümde şöyle der:

"*Tutku.* Hepimizin içinde yatan şey. Uyuyan. Bekleyen. İstenmemesine ve davet edilmemesine rağmen heyecanlandırır, ağzını açar, ve ulur. Bizimle konuşur. Rehberlik eder. Tutku bizi yönlendirir ve biz ona boyun eğeriz" (Spike ile Buffy'nin sevişme görüntüleri üzerine Angel'in sesini duyarız) (South 2004: 177).

Buffy, aşkının gücünü şu şekilde dile getirmektedir:

"Nasıl olduğunu bilmiyorum ama seni görsem de görmesem de yakınımda olduğunu içimde hissediyorum ve bu beni sarsıyor."

Angel'da cevap verir: *"Beni de"* (South 2004: 182).

Dostluk: Karakterleri tüm zorluklara karşı bir arada tutan şey dostluktur.

Mistizm: Doğaüstü güçler, farklı boyutlar, büyü hep yardımcı olan öğelerdir.

3.4. İki Dizideki Teknik Unsurlar

İki dizinin de çekim kalitesi çok yüksektir. Bu nedenle aynı zamanda inandırıcılıkları da artmaktadır. Diğer boyutların yaratılması, farklı canavarların, vampirlerin, iblislerin değişik makyajlarla başarılı şekilde oluşturulmaları, çekim ölçekleri ve hareketli kurguları teknik olarak başarılarını getirmektedir. Sanat yönetmenliği konusunda özenildiği dikkati çekmektedir. Tempolu ve hızlı bir kurgu ile dizilerdeki dövüş sahneleri ve öykünün akışı inandırıcı bir şekilde oluşturulmaktadır. Küçük bir ekranda mekanları sınırlandırarak ancak yakın çekimleri bol kullanarak ve teknik hilelere başvurarak başarıya ulaşan her iki dizi de karanlık güçlerin başrol oynadığı koyu tonlarıyla dikkati çekmektedirler. Kostümler ve dekor başarılıdır.

3.5. İki Dizideki Psikolojik Unsurlar

Buffy ve Angel, vampirleri ve iblisleri hilkat garibeleri ve yaşayan ölümler olmaktan çıkararak ayrı bir kültüre sahip topluluklar olarak ortaya koymaktadır. Angel ve Spike gibi iyi vampirler daha karizmatik ve çekici iken; sıradan vampirler çirkin, işe yaramaz, zavallı yaratıklar olarak çizilmektedir. Bir anlamda sınıflı bir yapı ortaya konmaktadır. İyiler hep kazanırlar. İyilere yardımcı olanlar yine kötü taraftan dönen kişilerdir. Vampir filmlerinin ve romanlarının hakim öğelerinden biri dindir. Hatta onlarla mücadele edenler din adamlarıdır. Angel ve Buffy'de ise din öğesi es geçilmektedir. Tanrı ve meleklerden bahsedilmemesi ilgi çekicidir. Onların yerini yüce güçler ve insanların içinden seçilmiş kişiler ve iyi yöne dönmüş canavarlar almışlardır. Mekan olarak kilise kullanılmaması da dikkati çekmektedir.

3.6. Dizilerin Özellikleri

1. İster insan, ister iblis ya da vampir olsun insan ilişkilerindeki en yalın haller; şiddet, nefret, kin, intikam, aşk, iyi-kötü mücadelesi ortaya konmaktadır

2. Aşk iki dizide de temel öğelerden birisidir. Aşıklar bir türlü birbirlerine kavuşamazlar. Sorunlarına çözülmez düğümler atıldıkça atılır. Bunlar imkansız aşklardır. Buffy'nin Spike ile olan "erotik aşk"ı ve kavuşulamayan / imkansız aşklar (Angel-Buffy, Spike-Buffy, Cordelia-Angel, Wesley-Fred) dizilerin soap opera gibi

olmasına neden olmaktadır.

3. İyiler ve de kötüler kalın çizgilerle çizilmiştir.

4. Karakterlerin ruhsal sıkıntıları ve kimlik bunalımları diziler içerisinde zaman zaman yer almaktadır. Karakterlerdeki değişimler ve psikolojik gelişimleri önemlidir.

5. Hızlı, akıcı ve dinamik bir anlatım vardır.

6. Diyaloglar bazen felsefi birtakım açılımlar içermektedir.

7. Karakterler normal hayatlarını da sürdürmektedirler. Bilinmeyen güçlerle savaş normal insani sıkıntılarında onları kurtarmamaktadır.

8. Kötü tarafı temsil etmelerine rağmen iyi vampirlerin birtakım vampirsel özelliklerini kötülerle mücadelede kullanmaları "vampirliğe" sempatik bir bakış doğmasına neden olmaktadır.

4. Yeni Dönem Vampir İle Klasik Vampir Özelliklerinin Karşılaştırılması

Buffy'de bölümler şöyle başlamaktadır: "Her nesilde bir tane seçilmiş bulunur. Vampirlere, ibislere ve karanlığın güçlerine karşı tek başına savaşır. O avcıdır."

Vampir avcıları dövüş yetenekleri olan, üstün özellikleri bulunan (savaş ve dövüş tekniklerini iyi bilirler, yaraları çabuk iyileşir, korkusuz ve güçlüdürler) ve bu özellikleri nedeni ile vampirlerin korkulu rüyası olan kişilerdir. Kendilerini bu savaşa adanmışlardır.

Vampir ve iblislerin düşmanları olan avcıların en büyük yardımcıları, onlara gelip, "avcı" olduklarını söyleyen ve eğiten gözetmenleridir. Vampir avcıları kendi yaşadıkları dönemde bir tanedir ve bir avcı öldüğünde diğeri devreye girerek mücadeleye devam etmektedir. Büyü ve mistik güçlerden yardım alan avcıların tek silahları tahta kazık ve baltalardır (www.atpobtus.com/slaying.html).

Avcı süper bir kahraman olarak kimliğini gizlemek zorundadır. Bu durum normal bir genç kız olarak bilinip, geceleri "ava" çıkan Buffy'de zaman zaman bunalımlara neden olmaktadır. Gizemli güçlerle mücadele eden bir genç kız olarak korkusuz olarak durmak ve de hızlı düşünmek zorundadır.

Vampirlere baktığımızda karşımıza şunlar çıkmaktadır:

1. Klasik vampir ile iki dizinin vampirlerinin genel özellikleri şu şekilde ortaya çıkmaktadır;

Dracula (Klasik Vampir): Tuhaf ve keskin dişli, solgun, aşırı beyaz, çirkin elleri

olan bir yaratıktır.

Buffy-Angel: Normal vampirler yani dizi içerisinde karakter olarak fazla önemleri olmayanlar Dracula gibidirler. Çirkin ve sevimsizdirler. Hatta onun gibi karizmatik özellikleri de yoktur. Angel ise kavga edeceği zamanlarda çirkinleşir. Normal zamanlarda ise uzun boylu, yakışıklı, siyah saç, siyah gözlü genç bir adamdır.

2. Dracula ile TV dizilerindeki vampirlerin benzeşen yönleri şunlardır:

136

- Vampirlerin elleri soğuktur.
- Sarımsak ve haçtan nefret ederler.
- Aynadan nefret ederler ve akisleri yoktur. Dracula Harker'ın tıraş aynasını parçalarken şöyle demektedir: "İnsanoğlunun kibrinin pis süsü."
- Gölgesi yoktur.
- Güneşe çıkamazlar. Işıktan nefret ederler.
- Evlere davet edilmeden giremezler. Davetsiz girmeye kalkarlarsa görünmez bir kalkana çarparlar. Ev sahibine kendilerini içeri aldırırlar. Kapının açılıp, içeri girilmesine izin verilmesi yeterlidir.
- Vampirler güçlüdürler. Ancak kalplerine saplanan küçük bir kazık ile ölürlər. Vücutlarının zaafı vardır.
- Yaşayan ölüdürler. Ölmeden bir vampir tarafından kanı emildiği için ruhları gider ancak bedenleri yaşamaya devam eder.
- İyi koku alıp, iyi iz sürerler.
- Nefes almazlar. Solukları yoktur.
- Haç, kalbe saplanan kazık, güneş ışığı, kutsal su, ateş onları etkileyen ya da öldüren şeylerdir.

3. Ortak olmayan özellikler ise şunlardır:

- Dracula gündüz tabutunda, gözleri açık bir vaziyette uyur. Angel ise insanlar gibi yatakta, normal pijamaları içinde uyur. Hatta bir bölümde Angel, tabuttaki vampirlerin Hollywood uydurması olduğunu söyler.

- Dracula yarasaya, dumana ya da kurda dönüşebilir. Buffy ve Angel'daki

vampirlerin bu türden yetenekleri yoktur.

4. Genel anlamda "vampir" imgesine baktığımızda sadece kan emen, sadece kötü olan kişilikler olarak resmedildiklerini görmekteyiz. Buffy'de vampirlerin insanlar gibi kişilikleri ve hafızaları vardır. Ancak ruhları şeytanidir ve her an vampir olabilirler (Wilcox ve Lavery 2002:111). Folklordeki vampir mitosunda çingeneler vampirlerin ısırıkları kadınların bir dhampire doğurabileceğine inanmaktadırlar. Bazı geleneklerde, dhampire'lar özellikle erkektir ve vampirlerle dövüşürler. Yakışıklı, siyah saçlı, siyah gözlüdürler. Yakışıklı, siyah saçlı, siyah gözlü Angel'da bir dhampire'a benzer. Ruhu vardır. Ayrıca vicdanı, ahlaki ve etik değerleri de (Wilcox ve Lavery 2002:143). Angel, ruhunun verdiği insani duygular ve vampirliğinin verdiği sezgiler ile insanlara yardım etmektedir. Geçmişinde yaptıkları onu rahatsız etmektedir. Yine Spike, Angel gibi ruhunun ona kazandırdığı vicdan nedeni ile insani duyguları ağır basan bir vampirdir.

5. Buffy ve Angel'da dikkat çeken bir nokta geleneksel anlatımda din ve din adamlarının vampiri alt etmede rolü önemli olmasına rağmen dinin es geçilen bir yön oluşudur. Her zaman teğet geçilen bir olgudur. Yine de bir şekilde varlığı hatırlatılmaktadır. Angel'ın 5. Sezonunda bölümlerden birinde sihir, büyü ve mistik güçlerin etkisiz kaldığı noktada iblis Lorne, yapacağı tek şeyin gidip dua etmek olduğunu söyleyecektir. Yine de tanrı olmayan bir şeydir.

Cennet, tanrı ya da İsa yoktur. Kiliseler ya da ciddi anlamda rahipler de yoktur. Haç, kutsal su gibi nesnelere Buffy'nin silah çantasında kazıkların, bıçakların, baltaların yanında olsalar da Dracula'daki gibi Hıristiyanlık daima vurgulanmamaktadır. Hacın gücü de çok az belirtilmektedir. Sadece güçlü bir işaretidir (Wilcox ve Lavery 2002:114-115). Vampirler haçı görünce kaçarlara ya da Angel yanlışlıkla haça değerse eli yanmaktadır. Ancak hiçbir biçimde bunun nedeni, sonuçları üzerine yorumda bulunulmamaktadır. Yine ilginç bir ayrıntı olarak Buffy'nin son sezonunda baş etmeye çalıştığı "the one-ilk" adlı iblisin temsilcisi ve uşağı olarak ortaya çıkan karakter "rahip" kıyafeti giymektedir. Ancak bunun üzerine bir yorum yapılmamıştır. Anlaşıldığı üzere fonda birer nesne olarak bırakılan dini öğeler, dizilerde önemlerini yitirmişlerdir. İyi tarafı ve tanrıyı "yüce güçler" denilen mistik birtakım güçler temsil etmektedir.

6. Cinsel kodlar özellikle kadınların kanlarını emme ve kazığın fallik bir simge olarak kullanılması geleneksel mantıkta önemlidir. Buffy ve Angel dizilerine baktığımız zaman cinsel birtakım kodların yine kan emme ile özdeşleştirildiğini görmekteyiz. Buffy bir sahnede Angel'ın kansızlıktan ölmek üzere olan bedenini kurtarmak için boynunu sunar. Oyuncunun yüz ifadesi, kan emmenin yoğun cinsel çağrışımı, Angel ve Buffy'nin kendilerinden geçmeleri gibi göstergelerle normal yollardan birleşemeyen iki vücudun cinsel haz aldıklarına dair kodlar yansıtılmaktadır. Eşcinsel karakterler, cinselliğin özellikle vurgulandığı ve yatak odası sahnelerinin yansıtıldığı Spike-Buffy ilişkisi ile cinsellik her zaman vampir ve kadın arasında vurgulanan bir özelliktir.

Buffy vampirleri seksten ziyade kurbanlarının damarlarından haz almaktadırlar. Folklorde cinsellik önemlidir. Kadın ya da erkek, vampirlerin ilk öykülerde seksi, manyetik bir etkileri vardır. En çok da Dracula'da cinselliğin önemle vurgulandığı görülür. Dracula'da vampirlik güzellik ve şehvetle açığa çıkar. Jonathan Harker, üç gelinle karşılaştığında Mina'yı sevmesine rağmen yine de onları öpmek için baştan çıkarıcı bir hisle yanar (Wilcox ve Lavery 2002:145). Vampir şehvete kapılmak, kendini sunmak, manyetik bir çekimle yanmak gibi etkiler bırakmaktadır. Sinemada da özellikle "kan emme" ritüelinde cinsel yönden açıkça vurgulandığını görmekteyiz. Davranışlar, kıyafetler ile cinsel bir dans yapılmaktadır adeta. Blade II'de (2002) kansız kalan ve ölecek olan Blade, boynunu sunan kız arkadaşı sayesinde kurtulur. Bu sahnede Buffy-Angel sahnesinde olduğu gibi cinsel istek, cinsel haz ve doruğa ulaşma kodlarını okumak mümkündür.

5. Sonuç

Geleneksel anlatıdaki vampir imgesinin, iki popüler dizide aldığı şekli incelemeyi amaçlayarak başladığımız çalışmamızda korkunun duygu olarak insan hayatındaki yerini saptadıktan sonra, etkili bir korku ögesi olarak ortaya çıkmış olan "vampir"i bir efsaneden, kapitalist bir kişiliğe ve sinema kahramanı oluşuna kadar takip ederek, televizyondaki temsiline bir bakış getirmeye çalıştık.

İnsanların çevrelerini anlamlandırma çabaları açıklamadıkları olayları kendilerine göre yorumlamalarına neden olmaktadır. Korkulandan kaçmak için açıklama yapmak ihtiyacı hissedilmiş ve farklı açıklama yollarına gidilmiştir. Yaratılan tüm efsaneler, öyküler, masallar hep bu korkulanı açıklama yoluna hizmet etmişlerdir.

Vampir öyküsünün de ilk çağlardan bu yana bir korku öznesi olarak birçok kültürde yer aldığını görmekteyiz. İnsanların kanlarını emerek varlıklarını sürdüren bu ölümsüz yaratık tarih içerisinde değişime uğramıştır. Habil ile Kabil (Abel ve Caine) hikayesinden, folklorik öykülere ya da Bram Stoker'ın aristokrat vampiri Dracula'ya kadar birçok yerde "vampir" ile karşılaşmak mümkündür. Dracula, edebiyattan sinemaya geçen en ünlü vampir olarak karşımıza çıkmaktadır. Kapitalizm'in getirdiği modern çağın eleştirisi, psikanalitik açıdan alt benliğin hayatta kalma çabasının bir dışavurumu ya da cinsel birtakım çağrışımların öyküye yüklenmesi açısından incelenmiş bir vampirdir. Friedrich Wilhelm Murnau'nun Nosferatu isimli filmi ile sinemaya önemli bir başlangıç yapan vampir, sinemanın vazgeçemediği kahramanlardan biri haline gelmiş ve korku sinemasının önemli öznelerinden biri olmuştur.

Son dönem filmlerdeki vampir kahramanlara baktığımızda artık onların dünya yüzeyinde klanlaşmış, ayrı birer tür olarak değerlendirildiklerini görmekteyiz. Onlarla mücadelede de vampir klanından gelip, insanların tarafını tutan vampirler devreye girmektedir. Yine din adamları bu mücadelede önemli roller üstlenmişlerdir. Karizmatik vampir avcılarının vampirlerin korkulu rüyası oldukları bu filmler haricinde, TV dizisi olarak korku dünyasının içinde yer alan Buffy ve Angel adlı iki dizide de vampir klanının ve avcılarının onlarla olan mücadelesinin devam ettiğini

görmekteyiz. Çok uzun süre devam eden bu iki dizi incelendiği vakit ilkel çağlardan bugüne kadar gelen vampir öyküsünün değişimlerini görebilmekteyiz. Özellikle geniş kitlelere daha rahat ulaşabilen TV gibi bir araçta ve uzun süre devam eden diziler oldukları için birtakım farklılıkların olması da doğal görünmektedir. Bu nedenle de Dracula öyküsündeki derin metaforik okumaları bu dizilerde yakalayabilmek zor olmaktadır. Yine de klasik vampir ile iki dizideki vampirlerin bazı ortak özelliklerini bulabilmek mümkün görünmektedir: soğuk elleri, sarımsak ve haçtan nefret etmeleri, aynada akislerinin görünmemesi, gölgelerinin olmaması, güneş ışığına çıkamamaları, evlere davetsiz girememeleri ve tahta kazığın kalplerine saplanması ile ölmeleri. Ancak çağa ayak uyduran vampirler hele bir de iyi-tarafta iseler klasik vampir çizgisinden dışarıya çıkmaktadırlar. Yeni çağın vampirlerinin farklılıkları şunlardır: klasik vampir gündüzleri tabutunda uyuyarak geçirir, oysa çağın vampirinin gündüzleri uyanık kalabildiğini görmekteyiz. (Bu bazen gündüz gezebilme yeteneği ile olurken; bazen de gölgelerde gezmesi ya da güneş ışığının geçmediği mekanlarda yaşaması ile mümkün olmaktadır). Klasik vampir, yarasa, duman ya da kurt gibi farklı formlara girebilirken; çağın vampirinin bu türden yetenekleri yoktur.

Ölümsüzlüğü yüzünden acı çeken bir ruha sahip ve vampirliğinin dışında insani özellikler de taşıyan "vampir"lerin aksine, klasik vampirler acı çekmezler ya da vicdanları yoktur. Bunun temel nedeni aslında ölü olmalarıdır. Bu nedenle kan içmekten başka bir şey istemezler. Ölü oldukları için zayıflardır. Bir kazık göğüslerine saplandığında arkalarında bir tutam tozdan başka bir şey kalmamaktadır. Bu durumda vampirin asalak bir yaratık olduğunu görmekteyiz. Ancak güçleri nedeniyle insanların korktukları yaratıklar olmuşlardır. Kan gibi hayati bir sıvıyı insan vücudundan emerek çektikleri için her zaman korkunun temel öğelerindedir. Yaşamın her alanında kendilerinden birşeyler vermek durumunda kalan ve bilinmeyenden korkan insanların kanlarının çekilmesinden ve de hep korktukları şeye dönüşmekten çekindiklerini görmekteyiz. Geçmişte sadece çirkin olarak gösterilen vampir, sonraları karizmatik karakterlere dönüştürülmeye başlanmıştır. Aslında zavallı bir yaratıktan; artık "vampir" olmanın ayrıcalığını yaşamaktadır. Karizma ve ölümsüz olma karşılığında vazgeçilen şeyler izleyici açısından katlanılabilir olmaktadır. Bunda oyuncuların da katkısı bulunmaktadır. Devir imaj devri olduğu için Blade, Angel, Spike gibi vampirlerin etraflarında yarattıkları etki vampirliğin "iyi güçler" adına kullanılabilir bir şey olduğu yanıtına neden olmaktadır.

Sonuç olarak ilkel çağların bilinmeyen güçlerinden korkan insanoğlunun bugün bildiklerinden korkmaya başladığını söyleyebilmemiz mümkün gibi görünmektedir. Geçmişin çirkin ve de insanların gözlerinden uzakta yaşayan vampirinin artık insanlara yardım eder hale gelmesi; bunu da insan tarafının gücü sayesinde yapabilmesi; izleyiciye "bildiğinden" korkmayı ve "insan olma"nın hala vazgeçilemez bir olgu olduğunu hatırlatmaktadır. Bu anlamda insan olmaya devam ettiğimiz sürece korkularımızın üzerine gitmemizin kolay olacağını söyleyebilmemiz mümkündür. Amerikan sinemasının allayıp pullayarak bize sunduğu bu yeni dönem vampirinin imajının çağa ayak uydurması ile insanın elinden hiçbir şeyin kurtulamayacağını da görebilmekteyiz. Bu anlamda insan hala en güçlü varlıktır.

Kaynakça:

Bilgin, N. (2003). **Sosyal Psikoloji Sözlüğü Kavramlar Yaklaşımlar**. İstanbul: Bilgi Yayınevi.

DeKelb-Rittenhouse, D. (2002). "Sex and Single Vampire The Evolution of the Vampire Lothario and Its Representation in Buffy" VR, Wilcox and D, Lavery. (eds). **Fighting the Forces What's at Stake in Buffy the Vampire Slayer**. Rowman and Littlefield Publisher: Lanham, pp 143-152.

140

Erickson, G. (2002). "Sometimes You Need a Story American Christianity Vampires and Buffy", VR, Wilcox and D, Lavery. (eds). **Fighting the Forces What's at Stake in Buffy the Vampire Slayer**. Rowman and Littlefield Publishers: Lanham, pp 108-119.

Evans, W. (1998). **Canavar Filmleri: Cinsel Bir Teori**. Gürhan Topçu (çev), 25.Kare, S:23, 64.

Maden, HC. (1992). **Dracula**. NewYork: Crescent Books.

Milavec, MM. and Kaye, SM. (2004). "Buffy in the Buff: A slayer's Solution to Aristotle's Love Paradox", JB, South (ed). **Buffy the Vampire Slayer and Philosophy Fear and Trembling in Sunnydale**. Carus Publishing Company: Peru, pp 173-184.

Moretti, F. (1991). "Korkunun Diyalektiği", **Birikim**. S:29, 59-71.

Oskay, Ü. (1994). **Çağdaş Fantazya**. İstanbul: Der Yayınevi.

Pösteki, N. (2003). "Korku Duygusu ve Korku Geleniği Romandan Filme Erişilmez Kont Dracula", **KİLAD**. s:2, 47-63.

Scognamillo, G. (1996). **Korkunun Sanatları**, İstanbul: İnkılap Yayınları.

Zizek, S. (2003). "Bir Vampirizm Kuramı", **Cogito**. S:137, 263-273.

www.atpobtus.com/slaying.html.

www.derki.com/sayfalar3/vampirler.html.

Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Ürün Yerleştirme Uygulamalarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

A Content Analysis of the Fictional Product Placements in Animated Cartoon Series The Simpsons

Emet GÜREL* - Jale ALEM**

*Yrd.Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

**Yüksek Lisans öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı

Özet

Bu çalışma kapsamında, çizgi dizi Simpsonlar'da yer alan kurgusal ürün yerleştirme uygulamaları içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Bu doğrultuda öncelikle ürün yerleştirmenin bir türü olan kurgusal ürün yerleştirme konu edilmekte ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının temelini teşkil eden kurgusal marka olgusuna açıklık getirilmektedir. Ardından tüm dünyada geniş bir izleyici kitlesine sahip olan Simpsonlar'da yer alan kurgusal ürün yerleştirme uygulamaları ile kurgusal markalar içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmekte ve belirli ürün kategorileri uyarınca sınıflandırılmaktadır. Çalışma, söz konusu çizgi dizide yer alan kurgusal ürün yerleştirmelere ve kurgusal markalara ilişkin örneklerle son bulmaktadır.

Anahtar sözcükler : Simpsonlar, ürün yerleştirme, kurgusal marka.

Abstract

Within the scope of this study, the fictional product placements in the animated cartoon series The Simpsons have been analyzed with the content analysis method. In this direction, initially the fictional product placement, which is deemed as a kind of product placement has been examined and the brand concept, which is deemed as the foundation of fictional product placement applications, has been described. Furthermore, the fictional product placement applications and fictional brands in the Simpsons, which have a wide spectator group throughout the world, have been analyzed with the content analysis method and classified upon certain product categories. The study had been finalized with the examples related to the fictional product placements and fictional brands involved in the aforementioned cartoon series.

Key words: The Simpsons, product placements, fictional product.

1. Giriş

Uzun yıllardır yayında olmasına rağmen cazibesinden bir şey yitirmeyen çizgi dizi Simpsonlar -The Simpsons-, televizyon dünyasının en önemli yapımları arasında yer almaktadır. Geniş bir ekibin ve kapsamlı bir bütçenin ürünü olan söz konusu yapıım, alışılmışın dışında bir espri anlayışına sahip olması ve hiciv sanatını ustalıklı kullanmasıyla benzerlerinden farklılaşmaktadır. Dizinin bir diğer özelliği de, izleyicilere markalarla örülmüş bir evren sunmasıdır. Bu anlamıyla dizinin ana mekânı olan ve Simpson Ailesi ile diğer kahramanların yaşamlarını sürdürdüğü Springfield Kasabası, gerçek yaşama paralel bir görünüm arz etmekte ve bir 'markalar dünyası' olarak nitelenebilmektedir. Tıpkı gerçek yaşamda, bireylerin markalarla kuşatılmış bir dünyada varolmaları gibi, Springfield sakinleri de markalarla iç içe bir yaşam sürmektedir. Televizyon dünyasının en profesyonel yapımlarından biri olan Simpsonlar; bir çizgi dizi olmasına rağmen, gerçek dünyada var olan gerçek markaların yanı sıra gerçek dünyada varolmayan ve yalnızca Springfield sınırları dahilinde varlık gösteren kurgusal markaları, gerçekçi bir bakış açısıyla harmanlayarak sunması ve ayrıntılara gösterdiği özen ile izleyicilerde realite duygusu uyandırmakta ve çağcıl dünyanın değerlerinden uzaklaşmaksızın hayali bir dünyada özgürce dolaşmalarına izin vermektedir.

2. Kurgusal Ürün Yerleştirme ve Kurgusal Marka

Marka -brand-; bir ürün, hizmet ya da kurumun diğerlerinden ayırt edilmesini sağlayan sözcük, simge ya da simge ve sözcük bileşimidir (Gülsoy 1999: 52). Günümüz dünyasına ilişkin kurallar ve farklılaşan pazar ortamlarına ilişkin dinamikler, örgüt yönetimlerinin portföylerinde bulunan markaları baz alarak rekabet yoğun faaliyetler yürütmeleri ve tüketicilerin her geçen gün daha fazla reklam mesajına maruz kalmaları sonucunu doğurmaktadır. Ortalama bir yetişkinin anlamsal düzeyde elli bin civarında kelime bilmesi, buna karşılık bir milyondan fazla markanın pazarda mevcut bulunması, gerçek bir marka olabilmenin ve tüketici zihninde hedeflenen konumu elde etmenin zorluğunu gözler önüne sermektedir (Ries ve Ries 2003: 46).

Marka, ürün ya da hizmetin mevcut ve potansiyel müşteri ile tüketicilerin imgeleminde uyandırdığı duysal ve işlevsel getirilere dayanan ve ürün ya da hizmete pazarda ayrıcalıklı bir konum kazandıran izlenimlerin içselleştirilmiş bir özeti olarak tanımlanabilmektedir (Knapp 2000: 7). Marka ve marka iletişimi, tesadüfi bir şekilde yürütülecek özensiz çabalar toplamı değildir. Bu nedenle marka ile ilgili genel kanı ve izlenimlerin, sistematik ve kapsamlı bir bakış açısıyla ele

alınarak yönetilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda marka yönetimi -brand management-, bir markanın pazarlama iletişimi faaliyetlerinin planlı ve programlı bir şekilde yürütülmesi gerekliliğine işaret eden bir kavramdır.

Markalı ürünlerin iletişim ortamlarıyla bütünleştirilmesi olarak tanımlanabilen ürün yerleştirme -product placement-, pazarlama iletişiminde yeni ve güncel bir uygulama olarak kabul görmektedir. Ürün yerleştirme uygulamalarının kurgusal boyutunu temsil eden kurgusal ürün yerleştirme -fictional product placement- ise, izleyicide realite duygusu uyandırabilmek amacıyla gerçek hayatta var olmayan markaların yaratılması ve ürün yerleştirme uygulamalarında kullanılması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda kurgusal ürün yerleştirme, gerçek yaşamda var olan markalar kullanılarak gerçekleştirilen ürün yerleştirme uygulamalarına alternatif niteliğiyle dikkat çekmektedir.

Ürün yerleştirme uygulamalarında yeni bir aşamayı temsil eden kurgusal ürün yerleştirme, marka olgusuna farklı bir bakış açısı kazandıran kurgusal markalar bağlamında hayata geçmektedir. Bu anlamıyla kurgusal marka -fictional brand-; gerçekten var olmayan, diğer bir ifadeyle hayali bir niteliğe sahip olan ürün ya da hizmetlere bir kimlik kazandıran sembol, şekil, isim gibi unsurlar toplamı olarak tanımlanabilmektedir. Marka yönetimine ilişkin tüm unsurları içeren kurgusal markalar 'gerçek bir markayı taklit etmek', 'gerçek bir markayı hicvetmek' ya da 'gerçek bir markadan farklılaşmak' amaçlarına yönelik olarak kullanılabilir.

Yaratıcılığa ve özgünlüğe açık bir niteliğe sahip olan kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının pek çok getirisinden söz edilebilmektedir. İletişim ortamına realite katan ve gösterimi kurgusal bir varoluştan içinde yaşadığımız reel dünyaya taşıyan kurgusal markalara ilişkin ayrıntılar yaratılabilmekte ve arzu edildiği gibi şekillendirilebilmektedir. Gerçekten var olmamaları ve soyut bir düzlemde yaşamlarını sürdürecek olmaları, kurgusal markalara ilişkin herhangi bir çerçevenin olmaması anlamına gelmekte ve formatın özgürce oluşturulmasını sağlamaktadır.

3. Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Ürün Yerleştirme Uygulamaları ve Kurgusal Markalar

Tüketim toplumunun en önemli taşıyıcıları olan markaların, yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiklerini ve tüm iletişim ortamlarının içeriklerine sızdıklarını ileri sürmek mümkündür. Dünya genelinde yayınlanan ve geniş bir coğrafyaya hitap eden çizgi dizi Simpsonlar da izleyicilerin evlerine konuk olarak, 'gerçek markalara' ve 'kurgusal markalara' ilişkin bir evren sunmaktadır. Ticari faaliyetlerin temelini teşkil eden markaların, gerçek yaşamda olduğu gibi çizgi yaşamda da önemli bir konuma sahip olduğu ve gündelik rutine damgasını vurduğu ileri sürülebilmektedir. Bu bağlamda diziyeye konu olan ve Springfield Kasabası'nda yaşayan tüm fertler de; tıpkı bizler gibi tüketim odaklı bir yaşam sürmekte, markalı ürünler tüketmekte ve belirli markalara sadakatle bağlanmaktadır.

Bu gerçeklerin ışığında, televizyon tarihinde bir fenomen olarak kabul gören söz konusu dizide yer alan kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının incelenmesi ve Simpsonlar aracılığıyla ekranlara yansıyan gerçek ve kurgusal markaların ortaya konması önem arz etmektedir. Tüm bunların yanı sıra gerçekleştirilecek bir analiz; ürün yerleştirme uygulamalarının etkinliği ve evrimi, markaların iletişim içeriklerine ne denli sızdıkları, kurgusal markaların nasıl oluşturulduğu ve uzun soluklu bir dizide nasıl yaşamaya devam ettikleri gibi noktaların saptanması açısından da büyük önem taşımaktadır.

"İçerik analizi -content analysis-, çeşitli söylemlere -discours- uygulanan metodolojik araç ve teknikler bütünü olarak tanımlanabilmektedir" (Bilgin 1999: 1). Kontrollü bir yorum çabası ve çıkarsamaya dayalı bir 'okuma' yöntemi olan içerik analizi, iletişim içeriğinin objektif; nicel ve sistematik yollardan betimlenmesi amacıyla hizmet etmektedir. "İçerik analizi; iletişimin belirtik içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tasvirini amaçlayan bir araştırma tekniğidir" (Mutlu 2004: 128).

Söylemin görünür içeriği yerine gizil içeriğine odaklanan ve ilk bakışta algılanamayan yönünü ortaya koymayı amaçlayan içerik analizinde, konuya bağlı olarak farklı yöntemler kullanılabilir. Bu bağlamda içerik analizi mesaj öğelerinin kullanım sıklığına odaklanan 'frekans analizi', belirli kriterlere göre kategorilerin saptanması ve anlam birimleri ya da öğelerin söz konusu kategorilere yerleştirilerek frekanslarının saptanması esasına göre işleyen 'kategorisel analiz', bir mesajdaki lehte ve aleyhte tutumların saptanması anlamına gelen 'değerlendirici analiz' ve mesaj öğeleri arasındaki ilişkilerin incelenmesini ifade eden 'olumsallık ya da ilişki analizi' gibi çeşitli teknikler uyarınca gerçekleştirilebilmektedir (Bilgin 2003: 157).

Bu doğrultuda içerik analizi yöntemi kullanılarak Simpsons Sezon 1 -The Complete First Season-; Simpsons Sezon 2 -The Complete Second Season-; Simpsons Sezon 3 -The Complete Third Season-; Simpsons Sezon 4 -The Complete Fourth Season-; The Simpsons Classics -On Your Marks, Get Set, D'oh!-; Simpsons Cennet ve Cehennem -Heaven and Hell-; Sex, Yalanlar ve Simpsons -Sex, Lies and The Simpsons- ile Çılgın Simpsons -Simpsons Gone Wild- başlıklı DVD'ler izlenmiş ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamaları ile kurgusal markalar belirli kategoriler dahilinde sınıflandırılmıştır.

Doksan dört adet çizgi film incelenerek gerçekleştirilen analiz bulguları uyarınca, Simpsonlar'da gerçek ve kurgusal markaların yoğun bir kullanıma sahip oldukları görülebilmektedir. Bu bağlamda dizide yer alan çoğu kurgusal marka, gerçek yaşamda var olan ve belirli bir pazar payına sahip olan önemli markaların karşılığı olarak kullanılmaktadır. Söz konusu markaları, 'gerçek bir markayı hicvetmek amacıyla yaratılan kurgusal markalar' olarak nitelemek ve bireysel ya da toplumsal bazda eleştirel nitelikleri öne çıkan gerçek bir markanın abartma ya da yalınlaştırma yoluyla yerilmesi amacına hizmet ettiklerini ifade etmek mümkündür.

Tablo. 1. Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Markalar ve Gerçek Hayattaki Atıfları

Kurgusal Markalar	Gerçek Markalar
Malibu Stacy Bebekleri	Barbie Bebek
Itchy and Scratchy	Tom ve Jerry
Crusty Burgers	McDonald's
Kwick-E-Mart	Wall-Mart
Buzz Cola	Coca Cola
Kidstown	Toys'r'us
Izzy's Deli	Schlotzky's Deli
Planet Springfield	Planet Hollywood
Peephole Magazine	People Magazine
Psycho Magazine	Psychology Today
Playdude	Playboy
Newsweekly / Newsweeque	Newsweek
Timely	Time
Lifer Magazine	Life Magazine
Yorker	New Yorker
Reading Digest	Reader's Digest
Jackie-Os Mısır Gevreği	Cherios Mısır Gevreği
Shakespeare's Fried Chicken	Kentucky's Fried Chicken
Focusin	Ritalin
Diz-Nee-Land	Disneyland

Kurgusal markalara ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarına ilişkin örnekler yumağı olan Simpsonlar'da yer alan kurgusal markalar ve gerçek hayattaki atıfları, Tablo.1'de kıyaslamalı olarak sunulmuştur. Bu bağlamda dizide Barbie Bebek, Tom ve Jerry, McDonald's, Wall-Mart, Coca Cola, Toys'r'us, Schlotzky's Deli, Planet Hollywood, People Magazine, Psychology Today, Playboy, Newsweek, Time, Life Magazine, New Yorker, Reader's Digest, Cherios Mısır Gevreği, Kentucky's Fried Chicken, Ritalin ve Disneyland gibi birçok önemli gerçek markanın yansımalarına ve hıcivli kurgularına rastlamak mümkündür. Söz konusu kurgusal markalar, dizinin pek çok bölümünde yer almakta ve izleyicilere atfedildikleri markayı anımsatacak şekilde kullanılmaktadır.

Dizide yoğun bir kullanıma sahip olan kurgusal markaların, geniş bir ürün yelpazesinde dağıldıkları görülebilmektedir. Bu nedenle Simpsonlar'da yer alan kurgusal ürün yerleştirmelere ve kurgusal markalara ilişkin kapsamlı bir bakış açısı verebilmek amacıyla, dizide yer alan ve ürün kategorilerine sınıflandırılmış ve alt kategorilere göre gruplandırılmış kurgusal markalar, Tablo. 2.'de sunulmuştur. Bu doğrultuda dizi aracılığıyla ekranlara yansıyan kurgusal markalar yiyecek ve içecek; tıbbi ilaç ve kozmetik; tütün ürünleri; temizlik malzemeleri; motorlu taşıtlar, oto yıkama ve bakım servisleri, benzin istasyonları; oyun makineleri ve oyuncaklar; diğer ürünler; medya ve yayıncılık; oteller ve eğlence mekânları; dükkan, zincir

Tablo. 2. Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan ve Ürün Kategorilerine Göre Sınıflandırılmış Kurgusal Markalar

Yiyecek ve İçecek

Mısır Gevrekleri ve Kahvaltılık Malzemeler:

- Frosty Krusty Flakes
- Jackie-O's Flakes
- Krusty Flakes
- Krusty O's Flakes
- Chocolate Frosted Frosty Krusty Flakes
- Krusty-Brand Mayonnesie (Mayonez)
- Vitapillars Flakes
- Kelp Chex Flakes
- Stabby-Ohs (Mısır Gevreği)
- Wheatees (Mısır Gevreği)
- Frosting Gobs
- Aerosmith Sweet Emotions
- Good Old Oats
- Creamy Cookies Nut
- Goldsbore Honey
- Choco Yum Chocolate Sauce

Et ve Et Ürünleri:

- Armour Sosileri
- Krusty Ham

Cipsler ve Atıştırmalıklar:

- Smackers Chips
- Salt'n Chips
- Snack Treat
- Dar-S-Q Chips
- Krunchy Korns
- Salt Doubles
- Krusty Olio
- Pork Rinds
- Pork Rinds Lite
- New Snorfls Chips
- Cripps
- Soylent
- Green
- Capeen
- Pork Chips
- Pcik Treats
- Krusty Brand Slender Vittles
- King's Mustard

Şekerler, Çikolatalar ve Dondurmalar:

- Krusy Bar Chocolate
- Ah Fudge! Milk Chocolate
- Joy Joy Badem Şekerleri
- Flavor-Wax Şekerleri
- Neopolitan Ice Cream
- Le Gourmet Ice Cream

Hazır Yemekler:

- Chef Lonely Hearts - Soup For One
- Good Morning Burger
- Spaghetti-Os

Unlu Malzemeler ve Çörekler:

- Super Bread
- Sprinkles Donut

Alkollü İçecekler:

- Duff Beer
- Duff Lite
- Duff Dry
- Raspberry Duff
- Lady Duff
- Tartar Control Duff
- Fuff Beer 96 Cons

	<ul style="list-style-type: none"> " Crate-O-Duff Beer " Fudd Beer " Red Tick Beer " Big Lush Beer " Billy Beer " Flaming Moe Karbonatlı İçecekler: <ul style="list-style-type: none"> " Buzz Cola " Crystal Buzz Cola " Pepsi B (Bebek Cola'sı) " Flizz Cola Diğer İçecekler: <ul style="list-style-type: none"> " Crab Juice " Garden Blast (organik sebze suyu) " Squishy " Frosty Chocolate Milkshakes " Super Slaker
<p style="text-align: center;">Tıbbi İlaç ve Kozmetik</p>	<p>Tıbbi İlaçlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> " The Krusty Home Pregnancy Test " Krusty Non-Narkotic Kough Cyrup " Krusty Brand Vitamins " Barnade Bill's Home Pregnancy Test " Dr. Marvin Monroe Subliminal Tape Club " Dimoxinil (Saçların yeniden çıkmasını sağlayan ilaç) " Focusin (Ritalin benzeri ilaç) <p>Kozmetik Malzemeleri:</p> <ul style="list-style-type: none"> " Krusty Nontoxic Cologne " Merly Streeps Versality Parfume " Smeckler Pudrası " Glum Toothpaste (Diş Macunu) " Lucky Lindy's Pomade (Saç Jölesi)
<p style="text-align: center;">Tütün Ürünleri</p>	<p>Siğaralar:</p> <ul style="list-style-type: none"> " Laramie Cigarettes " Laramie Jr. Cigarettes " Laramie 100's Cigarettes " Smoke'M Cigarettes
<p style="text-align: center;">Temizlik Malzemeleri</p>	<ul style="list-style-type: none"> " Mr. Sparkle (Bay Pırıl) - (Japon bulaşık makinesi deterjanı) " Mr. Cleanser " Terrapin Wax " Bubble of " Spiffy Jr. Temizleyici " Lemon Time Bulaşık Deterjanı " Glexnor
<p style="text-align: center;">Motorlu Taşıtlar, Oto Yıkama ve Bakım Servisleri İle Benzin İstasyonları</p>	<p>Otomobiller:</p> <ul style="list-style-type: none"> " Canyonero (tipik SUV'ların bir paradisi) " The Homer (Homer Simpson tarafından dizayn edilmiş) " Tempura Hatchback (yaratıcısı Herb Simpson) <p>Oto Yıkama ve Bakım Servisleri:</p> <ul style="list-style-type: none"> " Springfield Vadav's Place of Automobiles " Buckingham Palace Quick Lube <p>Benzin İstasyonları:</p> <ul style="list-style-type: none"> " Danny's Discount Gas (Danny'nin İndirimli Benzini) " Phil's Gas " Gasso Gas

<p>Oyun Makineleri, Atariler ve Oyuncaklar</p>	<p>Oyun Makineleri ve Atariler:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Touch of Death ▪ Destroter ▪ Nurse ▪ Looter ▪ Bowling 2000 (Atari) ▪ Escape from Death Row ▪ Lottery Win Big ▪ Mumsletty Peg ▪ Stickball ▪ Kick the Can ▪ Jack Pot <p>Oyuncaklar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sorry (Monopol benzeri oyun) ▪ Good Samatarian (Monopol benzeri oyun) ▪ Li'l Leonardo Art Set ▪ Clay Play (oyun seti) ▪ Vincent Price's Egg Magic (oyun seti) ▪ Dino Sponges (Dino-Singer) ▪ Krusty Trading Cards ▪ Burbie Oooo (baloncuk yapan oyuncak) ▪ Dead Eye - B. B. Gun (oyuncak silah) ▪ The Superstar Celebrity Microphone ▪ Official Krusty the Clown walkie-talkie ▪ Talking Krusty doll ▪ Poopsie the Clown
<p>Diğer Ürünler</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Slash-Co Knives ▪ Leadeye (Yüfek) ▪ Carrot Cat Food ▪ Krusty Brand Sulfuric Acid ▪ Spinemeter 2000 Couch ▪ Baby Translator ▪ Krusty Calcutor ▪ Emily's Fluffy Pillows ▪ No-Soap Radio ▪ Assass in spor ayakkabı ▪ Kumatsu Motors
<p>Medya ve Yayıncılık</p>	<p>Radyolar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ KBBL Radio 102.5 ▪ KUDD Radio 570 AM ▪ KZMB - All Zombie Radio <p>Radyo Programları:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bill and Marty on KBBL Radio 102:5 ▪ Gabbin "About God" (Sponsored by Ace Religion Supply) <p>Televizyonlar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Channel 6 ▪ Channel 92 <p>Televizyon Programları:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Springfield Action News Bulletin (Sunucu: Kent Brockman) ▪ My Two Cents (Sunucu: Kent Brockman) ▪ Krusty Show (Sunucu: Krusty the Clown) ▪ I Can't Believe They Invented it (Sunucu: Troy McClure) ▪ McBain polisiye dizi ▪ Channel 6 News ▪ Inside Football Today (Sunucu: Bret Gunselman) ▪ NFL Preview ▪ Arnie Pie's Traffic-copter (Sunucu: Arnie Pie) ▪ Smartline Tartışma Programı (Sunucu: Kent Brockman) ▪ Zadume Magarabad's Yoga Party ▪ President Clown (Sitcom Dizi - Oyuncu: Krusty the Clown) ▪ Matlock dizi

Medya ve Yayıncılık

- " Blood on the Blackboard: The Bart Simpsons Story (Gerçek bir olaydan uyarılama, canlandırma film)
- " Eye on Springfield (sunucu Kent Brockman)
- " Hunks
- " Carnival of the Stars (Sunucu: Troy McClure)
- " Momo's Family
- " Cops in Springfield
- " People Who Look Like Things
- " Tuesday Night Live (Sunucu: Krusty the Clown)
- " Channel 6 Action News (Sunucu: Kent Brockman)
- " Municipal Roundtable (Tartışma Programı)
- " Aldatanlara Selam
- Filmler:
- " The Empire Strikes Back
- " Space Mutants
- " Space Mutants IV. The Trilogy Continue
- " Space Mutants V
- " Space Mutants VI
- " Space Mutants VII
- " Ernest Needs a Kidney
- " I'll Fry Your Face III
- " The Smell in Room 19
- " Honey, I Hit a School Bus
- " Look Who's Oinking
- " The Stockholm Affair
- " Ernest Vs. The Pope
- " Ernest Cuts The Cheese
- " Rip Roarin' Reverend
- " Sing, Monkey Sing
- " Hot Grits a Flyin'
- " Star Trek XII: So Very Tired
- " The Erotic Adventures of Hercules (Zeus rolünde Norman Fell)
- " Dial M for the Murderousness
- " Trucksaurus: The Movie (John Trucksaurus'u seslendiren Marlon Brando)
- " Boxing's Greatest Weigh-Ins
- " Yentl
- " The Itchy & Scratchy Movie
- " Debbie Does Springfield (Porno Movie)
- " McBrain
- " Cry Yuma
- " Here Comes the Cost Guard
- Çizgi Filmler:
- " The Itchy & Scratchy
- " Talking Dinosaur Family
- Çizgi Romanlar:
- " Radioactiveman
- " Crazy
- " Bozooka Joe Comics
- " Bonnie Craine
- " Girl Attorney
- " Punkin and Dunkin
- " The Twinkle Twins
- " Li'l Knee Sacks
- " Doomed Romance Comics
- " Ziggy Comics
- Gazeteler:
- " Springfield Shopper
- " Washington Beacon
- " US of a Today
- " Daily Fourth Gradian
- " Springfield Variety

Medya ve Yayıncılık**Dergiler:**

- Springfield Magazine
- Timely
- Peephole
- Play Dude
- Mom Monthly
- Cooking with Coconut
- Belloning Monthly
- Joco: Journal of Canine Obedience
- Modern Jewish Father
- Christian Rolodex
- Bar and Stool Magazine
- Non-Threating Boys
- Eternity Magazine
- Reading Digest
- Fretful Mother Magazine
- Trout Fever
- Bad Boy's Life
- The Springfield Journal of Cardiology
- Springfield Weekly
- Springfield Review of Books
- Popular Secretary Magazine
- Teen Scheme
- Teen Spleen
- Non-Threatening Boys
- Martin Sheen's Teen-Scene

Kitaplar:

- Dr. Marvin Monroe's Guide to Etiquette
- Teacher's Edition
- Encyclopedia Generica
- Science Made Very Simple
- Guitar Instruction in 99 Easy Lessons
- The Foundationhead Diet
- Find Waldo Yet Again
- Baby's First Pop-Up Book
- Book of Magick and Spelles
- Itchy and Scratchy: The Movie (Yazar: Norman Mailer)
- Springfield Telephon Director 1992
- Guide to Infantile Distress - Dr. Washburns's Asbestos Pills
- Modern Principal
- Monorail Conductor Attitude Test
- Is Your Spouse a Sause?
- Love in the Time of Scurvy?
- The Complete Handman Bookshelf (Vol I-Spice Racks, Vol II-Knick Knack Shelves, Vol III-Trojan Horse)
- Kiss Me, Shoot Me
- Will There Ever Be A Rainbow? (Yazar: Mr. Burns)
- Yes I am a Vampire (Yazar: Monthy Burns, Önsöz: Steve Allen)
- Your Gimmicky Restaurant (Yazan: Bennigan ve Fuddrucker)

**Oteller ve Eğlence
Mekânları****Oteller:**

- Fiesta Terrace for Single Living
- Rancho Relaxo Tatil Köyü
- Who's the Know Motel
- Best Western Hotels
- Yaddle Off-Ramp Inn
- Capital City Place Hotel
- Springfield Kozy Kort Motel
- Watergate Hotel
- Skayy Kart Motel

Gece Kulüpleri ve Barlar:

- Moe's Tavern
- Greasy Joe's Bottomless Bar-B-Q Pit
- The Beer'n' Brawl

**Dükkanlar, Zincir
Mağazalar, Kafe, Fast-
Food ve Restoranlar**

- The Jazz Hole
 - Florence of Arabia
 - Cuisine
 - Girlesque
 - Foxy Boxing
 - Mud City
 - Sapphire Lounge
 - Moe St. Cool
 - Maison Derriere
 - The Curvy Nail
 - The Dew Drop Bar
 - Friar's Club
- Sinema ve Tiyatrolar:
- Springfield Aztec Cinema
 - Springfield X Cinema
 - Larry's Chienese Theatre

Diğer Eğlence Mekânları:

- Castle Club (Lunapark)
- Marine World
- Plato's Casino
- Mt. Splashmore Water Park

Fast Food ve Restoranlar:

- Krusty Burger
- Izzy's Deli
- Zesty's Pizza
- The Happy Sumo (Japon Restoranı)
- Madan Chao (Çin Restoranı)
- The Original Frenchie's Coffee Shop
- The Casbah Cafe
- Bancroft's English Muffin
- Gulp'n'Blow Burger
- Rolling Donut
- Wall E. Wealse's Pizza
- Flaming Pete's Burger
- Tanne's Fatty Meats
- Native American Ice Cream
- The Capper Slipper
- Yogurt Nook
- The Frying Dutchman (Deniz Ürünleri Lokantası)
- Two Guys From Kabul (Afgan Lokantası)
- The Gilded Truffle
- Dave's Donut
- Ice Cream Parlor
- Phienas Q Butterfat's 5600 Flavors
- The Hungry Hun
- Berger Burgers
- Ye Olde Chocolate Shops
- Ye Olde Candlemaker Shoppe
- Rusty Barnade (Deniz Ürünleri Lokantası)
- Doughy Pizza
- Spagetti Laboratuvarı
- Tıkınmaçlar
- Teksas Peynirli Kek Deposu
- Pizza Delivery
- Trout Hatchery
- Uncle Moe's Family Feedbag
- The Buzzing Sign Diner
- Singing Sirlon Restaurant
- Springfield Revolving Restaurant
- Age of Heros (Sandoviç Dükkanı)
- The Original Frenchie's Restaurant

**Dükkanlar, Zincir
Mağazalar, Kafe, Fast-
Food ve Restoranlar**

Zincir Mağazalar:

- Kwik-E-Mart (The Convenience Store)
- Danish Super-chain Shop

Butikler ve Ayakkabı Mağazaları:

- Wee Monsieur (Çocuk Kıyafetleri Mağazası)
- The Corpulent Cowboy (Kovboy Kıyafetleri Mağazası)
- Bootleg T-shirt Emporium
- Precious Baby Discount Stores
- Royal Majesty
- Lullabuy
- PerkyHut
- Simply Shoes
- Shoe City
- Girdles N' Such Fancy Lingerie (İç Çamaşırı Mağazası)
- Royal Majesty (Obezlere Özel Giysi Mağazası)
- Diz-Nee-Land

Kuaförler ve Güzellik Salonları:

- Jake's Unisex Hair Palace
- Le Pamperie Hair Salon
- Turn Your Head and Coif - Beauty Salon

Alışveriş Merkezleri:

- Springfield Mall
- Five Corners Mall

Tütün ve Sigara Ürünleri Satan Mağazalar:

- Smog Center
- Smoke on Water

Diğer Mağazalar:

- The Leftorium
- King Toot's Music Store
- All Creatures Great and Cheap - Pet Shop
- The Androids Dungeon & Baseball Card Shop
- Nick's Bowling Shop
- Apple Saucery
- Barney's Bowlarama
- Lucky's Record (Müzik Mağazası)
- Hicksville U.S.A. Recording Studio
- Rebel Yell Records
- Krustylu Studios
- The Seatery (Mobilya Mağazası)
- Surly Joe's Foundation Repair
- Clumsy Student Movers
- The Pathholder Barn (Ahır)
- The Grateful Gelding Stables (Ahır)
- Yiddle's Joker (Practical Jokes, Magic Tricks and Medical Supplies)
- VHS Village - Formerly The Beta Born
- The Happy Sailor - Tattoo Parlor
- The Family Jewels
- Smoke on Water
- Springfield Collection Agency
- Springfield Antiques
- Herman's Military Antiques
- Childrarium
- The Lucky Stiff Funeral Home
- Miscellaneous, Etc. (Teknoloji Ürünleri Mağazası)
- Hailstone's
- Princess Opal - Pattons, Hexes and Fax Machine
- W Surplus

**Sağlık, Eğitim ve Din
Kurumları:**

Hastaneler:

- Springfield General Hospital
- New Bedlam Mental Hospital (New Bedlam Akıl Hastanesi)
- Springfield Animal Hospital

Okullar:

- Springfield Elementary School

<p>Sağlık, Eğitim ve Din Kurumları:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Springfield University ▪ Swigmore University ▪ Li'l's Ludwig's Music School ▪ The Pitiles Pub Attack Dog School ▪ Saint Sebastian's School for Wicked Girls ▪ Lanley Institute of Monorail Conductor ▪ Ayn Rad School for Tots ▪ Pre-School ▪ Oral Robert University ▪ Springfield Barber College <p>Kurs ve Kamplar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kamp Krusty ▪ Pele's Soccer and Acting Kamp ▪ Springfield Martial Arts Academy <p>Kiliseler:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ First Church of Springfield ▪ Shotgun Pete's 24 Hour Wedding Chapel ▪ St. Dominics Cathedral ▪ Rosey Grier's Porto-Chapel
<p>Ticari Şirketler:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Burns Worldwide Corporation ▪ Krusty Corporation ▪ Laramie Tobacco Products ▪ Tanaribuchi Heavy Manufacturing Concern (Tamaribuchi Dayanıklı İmalat) ▪ Matsamura Fishworks (Matsamura Balıkçılık) ▪ Kumatsu Motors ▪ I Can't Believe (Hukuk Firması) ▪ Law Offices Lionel Hutz ▪ McMahon and Tate Advertising Agency ▪ Springfield Exterminators ▪ Big Brother's Agency ▪ Twirl King Yo-Yo Company (Ted Carpenter) ▪ Tippsy McStagger's Good Time Drinking and Eating Emporium (Vice President: Harv Bannister) ▪ Home Security Trust (Banka) ▪ Total Disaster Insurance (Sigorta Şirketi) ▪ London Lloyd Insurance (Sigorta Şirketi) ▪ Mery Widow Insurance (Sigorta Şirketi)

mağaza, kafe, fast food ve restoran; sağlık, eğitim ve din kurumları; ticari şirketler kategorileri esas alınarak tablolaştırılmıştır.

Söz konusu kategorilere göz atıldığında medya ve yayıncılık; dükkan, zincir mağaza, kafe, fast food ve restoran ile yiyecek ve içecek kategorilerinin görece geniş bir ürün yelpazesine sahip oldukları görülebilmektedir. Nispeten daha dar bir ürün yelpazesine sahip olan oteller ve eğlence mekânları, oyun makineleri ve oyuncaklar; sağlık, eğitim ve din kurumları ile ticari şirket kategorilerini ise diğer ürünler; tıbbi ilaç ve kozmetik; motorlu taşıtlar, oto yıkama ve bakım servisleri, benzin istasyonları; tütün ürünleri kategorileri takip etmektedir.

Tüm bunlara ek olarak ürün yerleşirme uygulamalarından önceki dönemlere özgü bir uygulama olan ve ürünlerin iletişim içeriğine isimleriyle yerleştirilmelerine,

diğer bir deyişle ürün isimlerinin marka ismi gibi kullanılmalarına da, dizi genelinde rastlamak olanaklıdır. Bu paralelde pickle-salatalık turşusu-, petroleum jelly -vazelin-, jerky -kurutulmuş et-, beef jerky -kurutulmuş sığır eti-, pretzel -üstü tuzlanmış bir çeşit gevrek halka-, waffle mix -waffle karışımı-, liquid smoke -sıvı füme-, caramel -karamel-, sugar -şeker-, gummy bears -jelatinli lastik şeker -, potato chips -patates cipsi-, make-up remover -makyaj temizleyicisi-, pizza, gin -cin-, pop corn -patlamış mısır-, varnish -vernik-, cigars -puro-, donuts -halka şeklinde şekerli çörek- ve Scratch'n'Win -Kazı Kazan- gibi birçok ürün herhangi bir marka ismi kullanılmaksızın yalnızca ürün isimleriyle sunulmuştur.

Tüm bu kurgusal markaların yanı sıra pek çok gerçek markanın da sözlü, görsel ya da görsel-ışitsel olarak Simpsonlar'a konu olduğunun vurgulanması gerekmektedir. Stark Raving Dad bölümünde Chrysler, MTV ve Grammy; Mr. Lisa Goes to Washington bölümünde Westinghouse; Homer Defined ve Brother from the Same Planet bölümlerinde Wheel of Fortune -Çarkifelek-; Like Father, Like Clown bölümünde Chrysler ve Seltzer; Lisa the Greek bölümünde Alfa Romeo; Bart the Lover bölümünde Xerox; Black Widower bölümünde Emmy; Brother, Can You Two Dimes? bölümünde Emmy ve Monopoly; Kamp Krusty bölümünde Gucci; A Streetcar Named Marge bölümünde Merly Streep Versality Parfum; Lisa the Beauty Queen bölümünde Disneyland ve Wrigley; Treehouse of Horror III bölümünde Chrysler Building; Itchy & Scratchy: The Movie bölümünde TV Guide; New Kid on the Block bölümünde Time ve Guinness Book of Records; Mr. Plow bölümünde Fox Televizyonu ve Pontiac; Lisa's First Word bölümünde TV Guide ve Ms. Pac-Man; Homer Triple Bypass bölümünde MTV; Duffless bölümünde CNN; Sunday Cruddy Sunday -İşte Pazar- bölümünde Disneyland; The Mansion Family -Malikane Ailesi- bölümünde Grammy ve Tuborg; Lisa's Rival -Lisa'nın Rakibi- bölümünde Avis Rent Car; Lisa on Ice -Buzlar Prensesi Lisa- bölümünde Obsession for Men; In Marge We Trust -Marge'a İnanıyoruz- bölümünde GameBoy gibi markalara ilişkin sözlü yerleştirmelere rastlanmaktadır.

Ayrıca Bart's Friend Falls in Love bölümünde Steinway Pianos; When Flanders Failed bölümünde Diners Club; Homer Defined bölümünde Monopoly; Lisa the Greek bölümünde Merly Streep Versality Parfum; I Love Lisa bölümünde Hallmark Cards; Brother, Can You Two Dimes? bölümünde Forbes; Kamp Krusty bölümünde Gucci; Lisa the Beauty Queen bölümünde Disneyland; Günahkâr Homer -Homer the Heretic- bölümünde Hershey; Bart Sells His Soul -Bart Ruhunu Satar- bölümünde Alf gibi markalara ilişkin görsel yerleştirmelere rastlanmaktadır.

Bununla birlikte Seperate Vocations bölümünde Mad; Black Widower bölümünde Emmy, Oscar ve Golden Globe -Altın Küre-; The Mansion Family -Malikane Ailesi- bölümünde Mayo Clinic; Scenes from the Class Struggle in Springfield bölümünde Chanel gibi markalara ilişkin görsel-ışitsel yerleştirmelere rastlanmaktadır.

4. Çizgi Dizi Simpsonlar'da Yer Alan Kurgusal Ürün Yerleştirmelere ve Kurgusal Markalara İlişkin Örnekler

Son derece geniş bir izleyici kitlesine sahip olan 'Simpsonlar', ilk kez yayınlandığı 1986 yılından bu yana gündemi meşgul etmektedir. Matt Groening, James L. Brooks ile Sam Simon tarafından yaratılan ve Mike Reiss'in yapımcılığını üstlendiği çizgi dizi, kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarına ve kurgusal markalara yönelik önemli örnekler içermektedir. Yetişkin merkezli bir televizyon şovu olan, ancak çocukların da dahil olduğu geniş bir hedef kitleye hitap eden dizi; pek çok kurgusal markayı kamuoyu nezdinde bilinir kılmış ve gerçek hayatta var olmamalarına rağmen gerçek oldukları yanılsamasını yaratmıştır. Tüm dünyada yaklaşık altmış milyon bulan bir izleyici kitlesine sahip olan dizinin neredeyse her bölümünde görünen ve dizinin kahramanlarından Homer'in elinden düşürmediği bira markası Duff'ın; çalışmanın ileriki bölümlerinde örneklerle ayrıntılandırılacağı üzere, gerçek olduğunun düşünülmesi ve tıpkı gerçek bir marka gibi yasal koruma altında olması bu kapsamda önemli bir kanıt niteliği taşımaktadır.

Gerçek hayatta var olmayan bir markanın yaratılması, oldukça zorlu ve marka yönetiminin tüm unsurlarıyla bağlantılı bir süreçtir. Bu bağlamda yaratılan hayali markanın yazılı, görsel ve sözlü unsurlarla desteklenmesi; söz konusu markaya ilişkin pazarlama iletişimi uygulamalarının detaylandırılması ve tüm bu çabaların kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının gerçekleştirileceği iletişim ortamına uyumlandırılması gerekmektedir. Bu gerçeklerden hareketle çalışmanın bu bölümünde, Simpsonlar izleyicileri tarafından tanınan ve tıpkı gerçek bir marka gibi görsel unsurların yanı sıra kurgusal pazarlama iletişimi faaliyetleri ile desteklenen 'Duff Beer', 'Laramie Cigarettes', 'Malibu Stacy Dolls', 'Krusty Brands' ve 'Ah Fudge! Chocolates' gibi kurgusal markalara ilişkin detaylar konu edilmiştir.

Bir animasyon dizi olan Simpsonlar'da kurgusal bir marka olarak geniş yer bulan Duff Beer -Duff Birası-, Homer Simpson başta olmak üzere dizinin tüm karakterlerinin en yoğun tükettiği bira markasıdır ve bu nedenle de dizinin neredeyse her bölümünde sözlü ya da görsel yerleştirmelerle izleyicilerin karşısına çıkmaktadır. Türkçe'ye ahmak olarak çevrilebilen 'duffer' kelimesinden türediği (<http://www.etymonline.com/index.php?search=duffer&searchmode=none> 20.09.2005) rivayet edilen Duff Beer markasını ve 'Drink Duff Beer -Duff Birası İçin' sloganını, dizinin pek çok karesinde görmek mümkündür. Bu bağlamda Duff Beer; Springfield Kasabası'nda ve Homer Simpson, Barney Gumble, Lenny Leonard, Carl Carlson, Charlie, Joey, Karl, Tibor, Gummy, Joe, Bernie, Mindy Simmons, Guillermo, Pops Freshemeyer gibi erkek karakterlerin müdavimi olduğu Moe's Tavern'da en çok satan içecek olmasının yanı sıra kasabanın ve barın duvarlarını da afişleri ile süslemektedir.

İzleyiciler Duff'ı kapsamlı pazarlama iletişimi faaliyetleri yürüten bir marka olarak tasavvur etmektedirler, çünkü dizinin pek çok bölümünde Duff'ın pazarlama iletişimi uygulamalarına ilişkin doneler ver almakta ve aslında var olmayan kurgusal

bir marka tıpkı gerçek bir marka gibi zihinlere konumlanmaktadır. Örneğin ABD'de 21 Ocak 1993 tarihinde yayınlanan Selma's Choice bölümü, Simpson ailesinin küçük fertleri Bart ve Lisa, teyzeleri Selma ile birlikte Duff Beer'in eğlence parkı olan Duff Gardens'a -Duff Bahçeleri- seyahatlerini konu etmektedir. Bu noktada Duff Gardens, Disneyland'a özgü unsurlar içeren bir eğlence parkı olan Bush Bahçesi'nin bir paradisi olarak değerlendirilebilmektedir (<http://www.wordiq.com/20.09.2005>).

Duff Beeramid -Duff Biramid -, Beer Hall of Presidents -Başkanların Bira Salonu-, Little Land of Duff -Duff'un Küçük Ülkesi- ve It's A Duff World -Bu Bir Duff Dünyası- gibi bölümlerden oluşan Bahçe'de Duff Beer'in Sleazy, Queasy, Edgy, Surly, Topsy, Remorseful, Dizzy isimli karakterlerden oluşan maskotları Seven Duffs'lar -Yedi Duff- da görülebilmektedir. Bu bağlamda Yedi Duff'ların Grimm Kardeşler'in dünyaca ünlü masalı Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler -Snow White and the Seven Dwarfs- de (Grimm ve Grimm 2005) yer alan ve Uyuşuk -Dopey-, Somurtkan -Grumpy-, Uysal -Doc-, Neşeli -Happy-, Utangaç -Bashful-, Aksırık -Sneezy-, Uykucu -Sleepy- isimlerini taşıyan yedi cücelere gönderme olduğu düşünülebilmektedir (<http://www.wikimirror.com/20.09.2005>).

Bununla birlikte Duff Beer'in maskotlarını, Hıristiyan kültüründe önemli bir yere sahip olan ve gurur -pride-, kıskançlık -envy-, öfke -wrath-, tembellik -sloth-, açgözlülük -greed-, oburluk -gluttony-, şehvet -lust- olarak açılabilen yedi ölümcül günah -seven deadly sins- (<http://deadlysins.com/21.12.2004>) ile de ilişkilendirmek mümkündür. Bu doğrultuda alkollü bir içecek olan Duff Beer, Dante'nin ünlü eseri İlahi Komediya -La Divina Commedia- da konu edilen (1998) ve David Fincher'in yönetmenliğinde 1995 yılında beyazperdeye aktarılan bir kara film olan Yedi -Se7en- de (<http://us.imdb.com/title/tt0114369/> 20.09.2005) işlenen yedi ölümcül günah ile semantik açıdan bağlantılandırılabilir.

Ayrıca söz konusu bölüm kapsamında 'Duff Beer for me, Duff Beer for you; I'll have a Duff, you have one too -Benim için Duff Bira, senin için Duff Bira; Ben bir Duff alacağım, sen de al bir tane- mısralarının yinelenmesinden oluşan şarkıyı tekrar tekrar duymak mümkündür. Sekiz yaşında bir çocuk olmasına rağmen Duff Gardens Turu sırasında içtiği bira nedeniyle sarhoş olan Lisa'nın 'I am the Lizard Queen -Ben Lizard Kraliçesi'yim-' şeklinde bağırması ise müthiş bir ironi olarak göze çarpmaktadır. Öyle ki Kertenkele Kral -Lizard King- ifadesi, yirmi yedi yaşında uyuşturucudan ölen Doors Grubu'nun efsanevi üyesi Jim Morrison'un takma ismidir. Dünyadan yok olmaları durumunda tüm ekosistemde herhangi bir değişikliğe neden olmayacakları gerçeği nedeniyle kertenkelelerin son derece bağımsız hayvanlar olduğunu düşünen Morrison, kendini onların kralı ilan etmiştir (Asaf 1997).

Duff markasını; geniş bir tüketim potansiyeline sahip olmalarına rağmen düşük kalite, ucuz fiyat, kitlesel üretim ve yoğun tanıtım gibi özelliklerle karakterize edilebilen Amerikan bira markalarına ilişkin bir hiciv olarak ele almak mümkündür. ABD'de 18 Şubat 1993 tarihinde yayınlanan Duffless bölümünde Duff

Biralari'nin bir halkla ilişkiler çalışması olarak nitelenebilen fabrika turuna -Duff Brewery Tour- Homer Simpson ile birlikte katılan Barney Gumble'in kalite kontrol sorumlusu ile üretim hattının önünde sohbet etmesi ve uzayan bu sohbet sırasında üretim hattından geçen Duff Beer şişelerinin içinde sağlığa aykırı birçok objenin -hatta Adolf Hitler'in kafasının- geçmesi, markanın kalitesine ilişkin ilginç bir ayrıntı olarak dikkat çekmektedir. Bu paralelde Amerika'nın önde gelen bira şirketlerine ilişkin bir gönderme olarak Duff Biralari, alkollü içeceklerin toplum üzerindeki olumsuz etkilerine ve yürüttükleri pazarlama iletişimi faaliyetlerinin etik niteliğine dikkat çekmektedir (Katzin 21.11.2002).

Duff Lite, Duff Dry, Duff Dark, Raspberry Duff, Lady Duff, Tartar Control Duff gibi çeşitlerden oluşan geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Duff Beer'in birçok pazarlama iletişimi uygulamasına imza attığı görülebilmektedir. Bu bağlamda gazete ve televizyon reklamlarının yanı sıra Duff Beer balonu ile gerçekleştirilen turlar -Duff Beer blimp ride-, posta kartları ve takvim gibi basılı araçlar, 'You can get enough of what wonderful Duff' sloganlı billboard ilanları örnek gösterilebilmektedir. Ek olarak Duff Beer'in ABD'de 10 Kasım 1996 tarihinde yayınlanan Ağır Sicket Homer -Homer They Fall- bölümünde Tatum Simpson'a Karşı: İntikam -Tatum Vs. Simpson: Payback- konseptli boks maçına, 23 Nisan 1992 tarihinde yayınlanan The Otto Show bölümünde Spinal Tap grubunun dünya turunun Springfield ayağına, 15 Ekim 1992 tarihinde yayınlanan Lisa the Beauty Quenn bölümünde Little Miss Springfield organizasyonuna ve 08 Kasım 1990 tarihinde yayınlanan Danseden Homer -Dancin' Homer- bölümünde futbol maçlarına sponsor olduğu da bilinmektedir.

Çizgi dizi Simpsonlar'ın pek çok bölümünde yerleştirmelerine rastlanan bir diğer kurgusal marka Laramie Cigarettes -Laramie Sigaraları'dır. 'Sweet Caroline smoke' sloganı ve maskotu olan menthol moose -mentol geyik- ile tanınan Laramie sigaraları, insan sağlığını ve tüm etik kuralları hiçe sayarak maksimum kâr amacıyla faaliyet gösteren sigara üreticilerine yönelik bir göndermedir. Lisa the Beauty Quenn bölümünde de konu edildiği gibi hedef kitesini genişletmek amacıyla çocuklara yönelik Laramie sigaraları, Duff Beer'la birlikte Little Miss Springfield Yarışması'na sponsor olmakta ve yarışma sonrasında düzenlenen geçit törenini izleyen halka ve çocuklara bedava sigara dağıtmaktadır. Ayrıca Laramie Cigarettes markasının, ünlü sigara markası Camel'i; simgesi olan mentol geyiğin ise Camel'in sembolü olan devesini hatırlattığı ileri sürülebilmektedir.

Simpsonlar'da yer alan bir diğer kurgusal marka, 1959 yılında Ruth Handler tarafından yaratılan ve tüm popülerliğine rağmen tüketim toplumuna özgü sembollerin taşıyıcısı ideolojik bir araç olarak eleştirilere mazur kalan Barbie bebeklere ilişkin bir hiciv olarak değerlendirilebilen Malibu Stacy bebekleridir. Bu bağlamda tıpkı Barbie gibi pek çok versiyon ve aksesuvara sahip olan Malibu Stacy bebekler, bir güzellik ikonu ve ideal kadını tanımlayan bir simge olarak egemen kültürün tüketicisi konumundaki çocukların sisteme uyarlanmalarında önemli bir rol üstlenmektedir. ABD'de 17 Şubat 1994 tarihinde yayınlanan Lisa Vs. Malibu Stacy

bölümünde, Malibu Stacy bebeklerin genç kızlar için olumlu bir rol modeli oluşturmadığı ve tüketim toplumunun kadın imgesine bakışını yansıttığı eleştirileri konu edilmektedir.

Dizinin neredeyse her bölümünde görünen bir diğer kurgusal marka ise, dizinin önemli karakterlerinden biri olan Palyaço Krusty'nin sahibi olduğu Krusty Brands'dir. Öksürük şurubundan vitamine, oyun kartlarından sakızlara, kolonyadan mısır gevreğine, saatten hesap makinesine, fast food zincirinden sülfürik asite dek oldukça geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Krusty Brands, Springfield halkı tarafından yoğun olarak tüketilmektedir. McDonald's'ın maskotu Ronald McDonald'ı andıran Palyaço Krusty, ABD'de 24 Eylül 1992 tarihinde yayınlanan Kamp Krusty bölümünde de konu edildiği gibi, çocuklara özel bir yaz kampına ve Disneyland benzeri EuroKrustyland Park'ına da ismini vermiştir.

Coca Bean isimli bir maskota sahip olan Ah Fudge! Çikolatası -Ah Fudge! Chocolates-, dizide ayrıntılı bir şekilde işlenen ve pazarlama iletişimi faaliyetleri ile dikkat çeken bir diğer kurgusal markadır. Bu bağlamda ABD'de 10 Ekim 1991 tarihinde yayınlanan Bart the Murderer bölümünde Springfield ilkokulu -Springfield Elementary School- öğrencileri; katıldıkları fabrika gezisinde Coca Bean tarafından karşılanmakta, Troy McClure tarafından sunulan çikolatanın ve Ah Fudge! markasının tarihsel gelişiminin anlatıldığı bir belgesel izlemekte, üretim sürecine bizzat katılarak kendilerine ikram edilen Ah Fudge! çikolatalarını yemektedirler.

Tüm bu gerçeklerin yanı sıra her ne kadar kurgusal olsalar da tüm bu markaların, tüm diğer kurgu ürünleri gibi kanunların koruması altında olduklarının vurgulanması gerekmektedir. Bu bağlamda Simpsonlar dizisinin yaratıcı firması Matt Groening Inc. ile yapımcı firması Twentieth Century Fox Film Co., yargıya intikal eden bir olay ile karşı karşıya kalmış ve iki bira üreticisine karşı başarıyla sonuçlanan hukuki bir mücadele vermiştir. Dizinin neredeyse her bölümünde görünen ve Homer'in favori birası olarak tanınan Duff Beer markasını, izin ve lisans almaksızın üreten ve pazarlayan iki şirket, yasal yaptırımla karşı karşıya kalmış ve mahkeme kararıyla 'Duff' kelimesini kullanmaktan men edilmiştir. Duff Beer kurgusal markasını kullanarak geniş bir izleyici kitlesine sahip olan çizgi dizinin ün ve prestijinden yararlanılmak istenildiği ve tüketicilerin zihnine bu bağlantı yardımıyla konumlanılmak istenildiği gerekçesiyle mahkeme, üretici firmaların aksi iddialarına rağmen lehte karar vermiştir (Givoni 08.12.2000). Bu karar, önemli bir pazar payına sahip olan tüm kurgusal nesnelere, kişilerin ve markaların hukuki haklara sahip oldukları ve yasal koruma altında oldukları konusunu açıklığa kavuşturmakla birlikte benzer durumlara emsal teşkil etmektedir.

5. Sonuç

Markaların belirli bir amaç doğrultusunda iletişim ortamlarına yerleştirilmelerini ifade eden ürün yerleştirme -product placement-, mesaja doymuş bir medya arenasında -message saturated media environment- tercih edilme savaşı

veren örgütlerin rekabet üstünlüğü elde etmek için başvurdukları etkili bir pazarlama iletişimi yöntemidir. Markasız ürün ve hizmetlerin iletişim içeriğinde kullanılmasının izleyici kitleye cazip gelmemesi, gerçek hayatta var olan markalara yönelmesi sonucunu doğurmuş ve bu durum ürün yerleştirme uygulamalarının gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. Bununla birlikte ürün yerleştirme uygulamalarının, günümüzde farklı bir nitelik kazandığı ve son derece yaratıcı bir düzlemde hayata geçmeye başladığı görülebilmektedir. Ürün yerleştirmenin güncel boyutunu ifade eden kurgusal ürün yerleştirme; gerçekte var olmayan, diğer bir deyişle hayali markalar yaratılması ve iletişim içeriğine eklenmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda kapitalizme ve tüketim toplumuna yoğun göndermeler içeren çizgi dizi Simpsonlar, kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarına ve kurgusal markalara yönelik başarılı bir örnek teşkil etmektedir. Söz konusu dizinin olay örgüsünün geçtiği ve Simpson Ailesi'nin yaşadığı Springfield Kasabası; gerçekte var olmamalarına rağmen, gerçek hayata mal olan kurgusal markalar ile çepeçevre kuşatılmıştır. Kurgusal bir markanın yaratılması, rekabet yoğun bir sektörde var olma savaşı verilmemesine ve gerçek yaşamda örgüt yönetimlerini baskılayan pek çok değişkenden bağımsız bir ortam söz konusu olmasına rağmen oldukça zorlu bir süreçtir. Bu bağlamda kurgusal markanın tıpkı gerçek bir marka gibi yazılı, görsel ve sözlü unsurlarla desteklenmesi; pazarlama iletişimi uygulamaları bazında ayrıntılarla donatılması ve bu çabaların kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının gerçekleştirileceği iletişim ortamına uyumlandırılması gerekmektedir. Tüm bu nedenler yüzünden; geniş bir ekip çalışmasının ve ciddi bir bütçenin ürünü olan, ayrıntılara gösterdiği özen ile dikkat çeken dizinin analiz edilmesi ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarını kullanacak diğer örgütler tarafından örnek alınması gerekmektedir.

Kaynakça

- Alighieri, Dante (1997). **İlahi Komedya**. Çev., Rekin Teksoy. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Asaf, Ahmet (1998). **The Doors**. İstanbul: Stüdyo İmge Yayıncılık.
- Bilgin, Nuri (1999). **Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar**. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 91.
- Bilgin, Nuri (2003). **Sosyal Psikoloji Sözlüğü** - Kavramlar, Yaklaşımlar. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Givoni, Sharon (2005). "Capitalising On Stars' Selling Power". <http://www.bandt.com.au/news/4b/0c00304b.asp?print=true>, 20.09.2005.
- Gordon, Michael E. (2004). "The Simpsons: A Case Study in the Limitations of Television as a Medium for Presenting Political and Social Satire". **ABD: Lisans Tezi**.
- Grimm, Jacob ve Grimm, Wilhelm (2005). **Snow White and the Seven Dwarfs**. United States of America: Classics Illustrated Junior Publishing.
- Gülsoy, Tanses (1999). **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**. İstanbul: Adam Yayınları.
- Gürel, Emet ve Alem, Jale (2005). "Kurgusal Ürün Yerleştirme". **İletişim - Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi** Kış-Bahar 2005. Ankara: Gazi Üniversitesi Fakültesi Basımevi: 133 - 155.
- Hodge, Barry (1995). "King-Size Homer Ideology & Representation". <http://www.snpp.com/other/papers/bh.paper.html>, 29.11.1995.
- Irwin, William vd. (2003). **Simpsonlar ve Felsefe**. Çev., Gökçen Ezber - Murat Sağlam. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Karrh, James A. (1998). "Brand Placement: A Review". **Journal Of Current Issues And Research In Advertising** 1 (20): 31 - 49.

Katzin, Jeffrey (2002). "Advertising of America's Beer Companies and the Duff Corporation". <http://www.snpp.com/other/papers/jk.paper.html>, 21.11.2002.

Knapp, Duane E. (2000). **Marka Akli**. Çev., Azra Tuna Akartuna. Ankara: Mediacat Kitapları.

Mutlu, Erol (2004). **İletişim Sözlüğü**. 4. Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Ries, Al ve Ries, Laura (2003). **Marka Yaratmanın 22 Kuralı**. Çev., Atakan Özdemir. İstanbul: Mediacat Kitapları.

Rousseve, Dan (2005). "The Simpsons: Portrait of a Heroic Family". <http://www.snpp.com/other/papers/dr2.paper.html>, 20.09.2005.

Steiger, Gerd (2005). "The Simpsons - Just Funny or More?". <http://www.snpp.com/other/papers/gs.paper.html>, 20.09.2005.

Vivian, Scott (2005). "Homer Says D'oh!". <http://www.snpp.com/guides/dohs.html>, 20.09.2005.

Vogl, Bastian (2000). "The Simpsons And Their World - A Mirror Of American Life?". <http://www.snpp.com/other/papers/bv.paper.html>, 01.02.2000.

..... (2005). "Product Placement Is Here." <http://www.gamespot.com/features/6080520/p-6.html>, 20.09.2005.

..... (2004). "Topher's List of Fictional Cereals: Fictional Cereals." <http://www.lavasurfer.com/cereal-fictional.html>, 11.08.2004.

..... (2005). "Fictional Medicine and Drugs." http://www.wordiq.com/definition/Fictional_chemical_substance, 20.09.2005.

..... (2005). "List of Fictional Brands". http://www.wordiq.com/definition/List_of_fictional_brands, 20.09.2005.

..... (2005). "The Simpsons". <http://www.poedecoder.com/Grisse/poeref.html>, 20.09.2005.

..... (2005). "Spinal Tap A to Zed". <http://spinaltapfan.com/atozed/TAP00480.HTM>, 20.09.2005.

..... (2005). "Spinal Tap". <http://www.rotten.com/library/culture/spinal-tap/>, 20.09.2005.

..... (2005). "Duff Beer". http://www.wordiq.com/definition/Duff_Beer, 20.09.2005.

<http://deadlysins.com>, 21.12.2004.

<http://us.imdb.com/title/tt0114369/>, 12.09.2005, 20.09.2005.

<http://www.etymonline.com/index.php?search=duffer&searchmode=none>, 20.09.2005.

<http://www.simpsons.com>, 20.09.2005.

<http://www.snpp.com/episodes.html>, 20.09.2005.

http://www.wordiq.com/definition/The_Simpsons, 20.09.2005.

http://www.wikimirror.com/Fictional_characters_within_The_Simpsons, 20.09.2005.

The Simpsons - The Complete Second Season, DVD. Twentieth Century Fox Home Video, 1990-1991.

The Simpsons - The Complete First Season, DVD. Twentieth Century Fox Home Video, 1989-1990.

The Simpsons - The Complete Third Season, DVD. Twentieth Century Fox Home Video, 1991-1992.

The Simpsons - The Complete Fourth Season, DVD. Twentieth Century Fox Home Video, 1992-1993.

The Simpsons - The Classics -On Your Marks, Get Set, D'oh!-, DVD. Twentieth Century Fox Home Video.

The Simpsons - Cennet ve Cehennem -Heaven and Hell-, DVD. Twentieth Century Fox Home Video.

The Simpsons - Sex, Yalanlar ve Simpsons -Sex, Lies and The Simpsons-, DVD

Twentieth Century Fox Home Video.

The Simpsons - Çılgın Simpsons -Simpsons Gone Wild-, DVD. Twentieth Century Fox Home Video.



6-7 Eylül Olaylarının Ulus ve Zafer'de Yansıtılışı

The Reflection of 6 - 7 September Events in Ulus and Zafer

A. Elif Emre KAYA

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Bölümü Araştırma Görevlisi

Özet

Bu çalışma, 6-7 Eylül olayları ve ardından yaşanan gelişmeleri Ulus ve Zafer gazetelerinin yansıtma biçimlerini incelemektedir.

Bu çalışma ile amaçlanan iktidarla kurdukları ilişkileri birbirine tamamen zıt olan iki gazetenin yaşanan önemli bir olayı kamuoyuna nasıl yansıttıklarını ortaya koyabilmektir. Çalışma, iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, olayların ortaya çıkışı ve gelişimi farklı yönleriyle ortaya konulmuştur. İkinci kısımda ise, Ulus ve Zafer gazetelerinin olayları kamuoyuna nasıl yansıttıkları incelenmiştir. Bu kısımda, gazetelerin 6 Eylül 1955 - 30 Eylül 1955 tarihleri arasındaki nüshaları, nitel içerik analiz tekniğiyle taranmıştır. Bu yolla, gazetelerin iktidara karşı duruşlarının olayları kamuoyuna iletme biçimlerini etkileyip etkilemediği, hangi gazetede olayın hangi boyutunun ön plana çıkarıldığı ve gazetelerin olayı sunuş biçimlerinde benzeşen ve ayrılan yönlerinin neler olduğu irdelenmiştir.

Çalışma sonunda Zafer gazetesinin olaylarda DP politikalarını desteklediği ve olayı DP'nin tanım-lamaları ile aynı yönde sunduğu, buna karşılık Ulus gazetesinin DP'yi olaylar ve olaylara ilişkin politikalar nedeniyle eleştirdiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: 6-7 Eylül Olayları, Ulus Gazetesi, Zafer Gazetesi.

Abstract

This article occurs the reflection forms of the events and the developments of the events in Ulus and Zafer paper.

We aimed that how the newspapers, which are related with the government in two different ways, reflected the events to the public

The article has two parts. In the first part, we looked that the starting and the developing of the events by considering the different views. In the second part we analysed that the reflection of Ulus and Zafer paper to the 6-7 th September events. In this part which we evaluates the papers with qualitative content analysis, we appreciated that how newspapers made the news about the events and which parts of the events they were interested in and also we inspected the similar and different looking ways of the papers to the events.

We found by this study, the paper Zafer which supported DP, used the frames with DP and discussed the events with only DP's arguments. The paper Ulus, which is opposite the ruling party DP, used different frames from government and also it discussed the government's views and politics about the events.

Keywords: 6th - 7 th September Events, Ulus Paper, Zafer Paper.

1. Giriş

Bu çalışmanın konusu; 1955 yılının Eylül ayında Kıbrıs meselesinin görüldüğü Londra Konferansı sırasında, 6 Eylül günü Selanik'te Atatürk'ün doğduğu eve Yunanlılar tarafından bomba atıldığı yönünde çıkan haber üzerine, 7 Eylül gününün erken saatlerine kadar İstanbul, İzmir ve Ankara'da olayı protesto için toplanan grupların başta Rum azınlıklar olmak üzere tüm azınlıkların can ve mallarına yönelik gerçekleştirdikleri çeşitli şiddet hareketlerinin ve olayların ardından yaşanan gelişmelerin iktidar partisi DP'nin yayın organı Zafer ile ana muhalefet partisi CHP'nin yayın organı Ulus'ta yansıtılma biçimlerinin irdelenmesidir.

Çalışma, iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda, olayın çıkışı ve gelişimi verilmekte, böylelikle halen tartışılan bazı noktaların farklı değerlendirmelerde göz önüne alınarak, genel bir çerçeve içine oturtulabilmesi amaçlanmaktadır. Gazete analizlerini kapsayan ikinci kısımda ise; Ulus ve Zafer'in 6-7 Eylül olaylarını nasıl yansıttıklarını incelenmektedir. Gazetelerin 6 Eylül 1955- 30 Eylül 1955 tarihleri arasındaki nüshalarının, nitel analiz tekniğiyle incelendiği bu kısımda, gazetelerin olaya ilişkin hangi haberleri, nasıl verdiği, hangi olayları ön plana çıkardığı irdelenmekte, iki gazete arasında örtüşen ya da ayrışan yönlere işaret edilmektedir. Böylelikle, gazetelerin iktidara karşı duruşlarının, olayları kamuoyuna iletme biçimlerine etkisinin irdelenmesi hedeflenmektedir.

Çalışmanın amacı; iktidarla ilişkileri birbirine zıt olan iki yayın organının, 6-7 Eylül olaylarını nasıl yansıttıklarını incelemektir. Araştırmanın varsayımı ise, DP ile yandaşlık ilişkisi içinde olan Zafer'in olayın sunumunda hükümetin olayı tanımlama biçimlerinden yararlanacağı, olayı hükümetin çerçevelediği sınırlar içerisinde tartışacağı ve hükümetin olaya ilişkin olarak ürettiği politikaları destekleyeceği buna karşılık, karşıtlık ilişkisi içinde olan Ulus'un ise olaya farklı tanımlama biçimlerinden bakacağı, hükümetin ortaya koyduğu tanımlama biçimlerini sorgulayarak, olayı farklı yönleri ile tartışacağı ve hükümetin olaya yönelik politikalarını eleştireceği üzerinedir.

Bu çalışmanın, konuya ilişkin araştırmalar olmasına karşın, basın üzerinden bir incelemeye tabi tutulmasıyla ayrıldığı düşünülmekte ve çalışmayla ortaya konulacakların hem basın tarihi açısından, hem de siyasal tarih açısından önemli ölçüde katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

2. 6-7 Eylül Olaylarının Ortaya Çıkışı, Gelişimi, Olayların Toplumsal Boyutu ve Olaylara İlişkin Tartışmalar

2.1. Olayların Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Türk toplumu için siyasi, ekonomik ve toplumsal açılardan önemli olan 6-7 Eylül olaylarını ayrıntılı bir biçimde incelemeye geçmeden önce, araştırmacıların yaptıkları yorumların verilmesi, hem konunun öneminin anlaşılması bakımından, hem de olaya farklı yönlerden yaklaşılması gerektiğini göstermesi açısından yararlı olacaktır.

Tevfik Çavdar, 6-7 Eylül olaylarının azınlıkların göç etmesine yol açarak, İstanbul'un çok kültürlü mozaikini sona erdirdiğini ifade ederken (2000: 57); Hüseyin Bağcı ise, olayların o zamana kadar başarılı bir yönetim gösteren DP için, ilk büyük şok olduğunu ve bu olaylar sonrası Başbakanın popülerliğini yitirmeye başlayıp, aydınların ve subayların hükümet politikasına karşı olumsuz tepkilerinin artmaya başladığını belirtmiştir (1990:110). Sina Akşin (1998: 234) ise, 6-7 Eylül olaylarını, Tan olayında olduğu gibi devletin hukuk dışına çıkmasının üzücü bir başka örneği olarak tanımlarken, Feroz Ahmad (1996: 66) ise olayları, Türk kentlerindeki bastırılmış gerilimlerin, açığa çıkması olarak nitelmiştir.

DP'nin on yıllık iktidarının ikinci perdesi olan 1954-1957 yılları arasında yaşanan ve ülke içinde ve dışında güven kaybına uğranması nedeniyle önemli bir olay olarak nitelenen 6-7 Eylül olayları, 6 Eylül 1955'te Atatürk'ün Selanik'teki evine bomba atıldığı yönünde çıkan bir haber üzerine ağırlıklı olarak İstanbul olmak üzere, Ankara ve İzmir'de bazı grupların özellikle azınlıkları hedef tutarak giriştikleri şiddet eylemlerini içermektedir.

Yunanistan, İngiltere ve Türkiye'nin Kıbrıs'ın geleceğine ilişkin karara varmak için bir araya geldiği Londra Konferansı devam ederken, 6 Eylül günü radyo, öğlen haber bülteninde Atatürk'ün evinin bombalandığı haberini vermiş, İstanbul Ekspres'de bu haberi ikinci baskıyla halka duyurmuştur (1). Haberin duyulmasının ardından üniversite gençliği protesto için sokaklarda toplanmış ve halk da gençlerin bu eylemine geniş ölçüde katılım göstermiştir. Protesto eylemi gecenin ilerleyen saatlerinde biçim değiştirmiş ve başta azınlıklara olmak üzere bütün servet sahiplerine yönelik bir şiddete dönüşmüştür. Gazeteci-yazar Metin Toker İstanbul'un o geceki halini şu sözlerle anlatmaktadır: "... Bütün cadde kumaşlar, vitrinlerden çıkarılıp atılmış eşyalar ile doluydu. Buzdolapları, radyolar, çamaşır makineleri ortadaydı. Sonradan resmi yorumlar buna 'milletin asil heyecanı' gibi şatafatlı sıfatlar uydurmuşlardır. Fakat hareketin hiçbir asaleti yoktu. Taksim'den itibaren cadde geçilecek gibi değildi. Kumaşların üstünden Tünel'e kadar öyle gittik. Bu sırada etrafımızda elleri sopalı ve haydut kılıklı kimseler bir yandan onu bunu kırıyor, diğer taraftan amansız bir servet düşmanlığı yapıyorlardı" (1991: 144-145).

Olaylar, hükümetin İstanbul, İzmir ve Ankara'da sıkıyönetim ilan etmesine kadar bütün şiddetle sürmüştür. Emniyet güçlerinin görevlerini tam anlamıyla yerine getirmemiş olmaları nedeniyle olayların boyutunun büyüdüğü sıkça ifade edilmiştir. Gösterilerin ancak ordu birlikleri ile durdurulabildiği, ordu birliklerinin duruma hakim olmamaları halinde kanlı bir gece yaşanacağını ifade eden Hüseyin Bağcı, emniyet güçlerinin olaylara önce karışmadığını, daha sonra da önüne geçemediklerini belirtmektedir (1990: 110). Metin Toker de hükümet görevlilerinin kendilerini olayların akışına bıraktıklarını şu sözlerle aktarmaktadır: "Valinin dasında Dr. Namık Gedik bir koltuğa adeta serilmiş, şaşkın ve kararsızdı. Ankara yolunda olan Başbakan Menderes'ten sıkıyönetim ilan edildiği haberi, ben vilayette iken geldi. Harekatı bir korgeneral idare ediyordu. Askere ateş emri verilmişti. Fakat asker ateş etmiyordu (2). Zaten halk orada burada askeri alkışlıyor, onun gözü önünde tahrip ve yağma hareketini sürdürüyordu. Vali Fahrettin Kerim Gökay işi askerlere bırakmıştı. Dr. Gedik de öyle. Birkaç gün önce muhalefete şimşekler yağdıran adam şimdi süt dökmüş kedi gibiydi, bir şeye karışmıyordu" (1991: 144-145). Hasan İzzettin Dinamo da, Avrupalı gazetecilerin ve ajansların önünde polislerin kıpırdamadan dikildiklerini ve Pera Palas'ın camlarına fırlatılan taşlara hiç aldırış etmediklerini belirtmektedir (1971: 35).

Yoğun olarak İstanbul'da yaşanan, İzmir ve Ankara'da da etkisini gösteren olayların bilançosu ağır olmuştur. Kiliseler, azınlıklara ait okul, mağaza, ev vb. yerler tahrip edilmiş; Rumca yayınlanan gazetelerin bürolarına saldırmıştır. Çok sayıda gayrimüslimin yaralanmış, hatta hayatını kaybedenler de olmuştur. İzmir Fuarı'ndaki Yunan pavyonu, kilisesi ve konsolosluğu da yakılmış, limanda demirli olan iki Yunan motoru da batırılmıştır (3).

2.2. Olayların Toplumsal Boyutu

Olayların siyasiler ve basın tarafından nasıl tanımlandığına ve çerçevesine geçmeden evvel, genellikle gölgede bırakılan diğer yüzüne de bakılması gerekmektedir. Bu da gecenin ilerleyen zamanlarında olayların Kıbrıs meselesi ve Rum düşmanlığından çıkıp, "zenginlik ve refah" içinde yaşayan herkese ve herkesin malına dönüşmesidir. Erik Jan Zürcher'in (2000: 336) gecekondu sakinlerinin servete saldırısı olarak yorumladığı olaylar, DP'nin beş yıldır ürettiği ekonomi politikalarının sonucuna bağlamak mümkündür. Bu yorum, 1955'in sonlarına doğru DP milletvekillerinin ağzından dahi duyulmaktaydı. 1955 Kasımında Menderes yurt dışındayken, gizli bir oturum yapılmış, orada DP'li Emrullah Nutku şunları söylemişti: "Bu memlekette herkes aynı fedakarlığı yaparsa bir kalkınma olabilir. Fakat bir taraftan halktan fedakarlık istenirken, diğer taraftan her gün beş on milyonerin doğuşu halka ızdırap vermektedir" (Cumhuriyet'ten aktaran Gevgilili 1987: 108). Nutku'nun sözlerinin önemi yaşanan olaylarda halkın attığı sloganlar düşünüldüğünde anlaşılmaktadır.

Batı'nın eliyle ithal edilen ekonomik yapı ve tüketim alışkanlıklarının alt yapı açısından hazır olmayan bir ülkeyi bunalıma sürüklemesinin kaçınılmaz olduğunu düşünen Ali Gevgilili, kentlerin eski ve yeni sahipleri arasında oluşan gerilime değinerek 6-7 Eylül olaylarının analizine yardımcı olmaktadır: "... makineleşen kırlardan kopup gelen büyük emek orduları, kentlerin varoşlarında bulabildikleri gecekondu ve kavuşabildikleri ilk kentsel ortamı, içinden geldikleri eski dayanılmaz koşullara oranla, yeni bir uygarlık aşamasının belirtileri olarak sevinçle karşılayabiliyorlardı. Oysa kentlerin yerleşik güçleri başka bir deyişle saray ya da konak yaşamının eski alışkanlıklarını hala sürdürmeye çalışan gruplar, taşınmaz mallardan sağladıkları rantlarla keyif sürenler, çoğu orta sınıf ve ara tabakalar, ünlü bir atalar sözünde tanımlandığı gibi, "dağdan gelip bayırdakileri yerinden eden" bu yarı kırlı, yarı kentli geçiş toplumu insanlarından olağanüstü tedirgindiler. Görüyorlardı ki, kentler sadece yerleşik sınıflara ait birer kapalı alan olmaktan çıkmaktaydı. Bir yandan kapitalist üretim ilişkilerinin enflasyon, spekülasyon, vurgun koşulları içinde yepyeni ve töresiz bir varlıklılar sınıfı tüerken, öte yandan da İstanbul başta olmak üzere tüm büyük kentler adeta bir nicelik devrimine tanık oluyorlardı. Kırlardan kentlere dolup taşan yığınlar, eski kent yapısının alışılmış sahiplerini bir yana itmekteydiler. Bu, giderek modern burjuvazi ile işçi sınıfının karşılıklı etkilerini sahneye çıkaracak olan bir süreçtir"(1987:108-109).

Modern burjuvazi ile işçi sınıfının çatışması perspektifine sadık kalan Feroz Ahmad (1996:67) da, olayların İstanbul lümpen proletaryasının kentin görelisi olarak lüks ve zenginleri arasında zar zor geçinen köy kökenli kimselerin isyanı olarak nitelermekte, ayaklanan kalabalığın, "zenginlere acımasız bir düşmanlık" histerisiyle Rumlar'ın ve Türkler'in mağazalarını yağmaladığını ifade ederek, olayların DP politikalarına yönelik ilk kitlesel tepki olarak da okunabileceğinin altını çizmektedir.

Metin Toker, o geceye ilişkin olarak, insanların "on binlerce para kazanıyorlar, iki paralık malı dünya kadar pahalıya satıyorlar" sözleri ile etrafa saldırdıklarını ve duvarlara Rumlara ilişkin yazılar yazsalar da, zenginlere ve servete çatan yazıların da yer aldığını aktarmakta ve olayları 'haksızlıkla burulmuş kalplerin tahrip histerisi' olarak nitelermektedir. Yazar, Adnan Menderes'in "her mahallede milyoner" olacağı şeklinde özetlediği ekonomi politikasının halkta derin yaralar açtığına gördüğünü ifade etmektedir. Burada altı çizilmesi gereken Toker'in anlatımında vurgulamış olduğu hükümetin olaylara başta müdahale etmeyip, olayların DP'nin politikalarına yönelik bir tepkiye dönüşünce emniyet kuvvetlerinin harekete geçirildiğini ima eden "... hükümeti tedbir alınması için harekete geçmesini, rüzgarın bir anda bu yönde ters esmesiyle açıklamak mümkündür" ifadesidir (1991: 144-145). Bu yorum, emniyet güçlerinin hareketlerine ilişkin soru işaretlerine cevap olabilmesi açısından önemlidir.

Hükümet, olaylar sonrası yaptığı açıklamada, sorumlu olarak komünistleri gösteriyordu. "Dün gece İstanbul'da olanlar komünistler tarafından planlanan provokasyona ve sabotaja dayanmaktadır" yönündeki ifadenin ardından, 45 kişi tutuk-

lanıyor ve olayları provoke etmekten yargılanıyorlardı. Tutuklanan kişiler arasında tanınmış simalardan Aziz Nesin, Kemal Tahir, Hasan İzzettin Dinamo, Asım Bezirci, Hulusi Dosdoğru ve Müeyyet Boratav, Can Boratav gibi isimler yer alıyordu. Çoğu araştırmacı, yapılan tutuklamaların herhangi bir kanıtı dayanmadan yapıldığını ve siyasi polis kayıtlarından, titizlik gösterilmeden alelacele çıkarılıp uygulamaya konulan bu hareketin gayri ciddiliğinin listede yer alan isimlerin bazılarının ölmüş, bazılarının ise o sırada izinli ya da kaçak durumda olmayan askerler olmasından da anlaşılacağını ifade etmektedirler (Konuya ilişkin ayrıntılı bilgi için bkn: Akşin, 1998: 234, Ceylan, 1996: 66; Dinamo, 1971: 10; Dosdoğru, 1993: 41; Eroğul, 1998: 174).

2.3. Olaylara İlişkin Tartışmalar

Hükümetin açıklamasının sonrasında, "hiçbir delile dayandırılmadan" kendilerini hapiste bulan "komünistler", orada bulunma sebeplerini hükümetin kendi suçunu yükleme komplosu olarak değerlendirmişlerdir. Bu isimlerden biri olan Hasan İzzettin Dinamo, olaylarla hiçbir bağlantıları olmadığını aksine kendilerini hapse yollayanların olayın tertipleycileri olduğunu ve kendi kabahatlerini gizlemek için gözlerini solculara çevirdiklerini ifade ederken (1971: 43), Harbiye Zindanlarında kader birliği yaptığı Hulusi Dosdoğru da, hükümetin suçu kendilerine yıkmaya çabasında olduğunu vurgulamıştır (1993: 35).

Sıkıyönetim mahkemelerinde yargılanmaya başlayan bu kişiler, özellikle dışarıdan gelen haberleri duydukça ve gazetelerde yazılanları okudukça cezalandırılacaklara inandıklarını ifade etmişlerdir. Hasan İzzettin Dinamo anılarında, Kemal Tahir'in eşi Semiha'nın DP organı olan Son Havadis'te fıkra yazarlığı yapan Vala Nurettin'den getirdiği sıkıyönetim komutanı Nurettin Aknoz'un "İstanbul'u yıktıran o heriflerdir. Hepsine müstahak oldukları cezayı verdireceğim. On on beşini sallandıracağım geri kalanını da yirmişer, otuzar yıl zindanda çürüteceğim" yönündeki bilginin Harbiye Zindanları'nda buz gibi estiğini ifade etmektedir (1971: 38). Hulusi Dosdoğru da yine o dönemlerde yakalanan çapulculara kendilerini kıskırtanın komünistler olduğu yönünde Nurettin Aknoz Paşa'nın baskı yaptığı ve olayların 'esas' kıskırtıcılarının bu işlerin komünistlerin başının altından çıktığı yalanına çevrelerini inandırmaya çalıştıkları yönündeki haberlerin morallerini bozduğunu ve umutsuzluğa kapıldıklarını anlatmaktadır (1993: 49-50).

Mahkeme yaklaşık on ay sürmüştür ve hükümetin suçlu olarak gösterdiği kimseler dava sonucunda beraat etmişlerdir. Hulusi Dosdoğru verilen kararı iktidardakilerin üzerine bir takım baskıların oluştuğu yöndeki sözlerini şöyle açmıştır: "Yöneticilerin 6-7 Eylül'de Rum kiliselerine, mezarlıklarına, ayazmalarına, din adamlarına yapılan çirkin saldırıların Hıristiyan Batı Bloğu'nu derinden etkilediğini, Haçlı seferlerinden kalma düşmanlıkları körüklediğini geç kavradılar. Kolluk güçlerinin ellerini kollarını bağlayıp, olaylara seyirci kalmalarını kimsenin akli almıyordu. Bütün bu olayları daha önceleri köklerini kazdık diye uluslararası anti-komünist örgütlerinden paralar aldıkları bir avuç fişli komünistin tertipleyip

yaptırıldığına, Batılılar'ın inanmaları beklememeliydi. Olaylar hemen hemen dünyanın gözleri önünde olmuştu ve Batı, tertipçiler hakkındaki hükmünü vermişti" (1993: 37). Hasan İzzettin Dinamo ise İsmet İnönü'ye bir mektup yazıldığı ve mektubu değerlendiren İnönü'nün Mecliste bu kişilerin saliverilmesi talebini ileri sürmesi ile millî emniyetin de delile dayanmadan ilk adımda attığı hareketi artık devam ettiremeyeceğini anlamış olması ihtimali birleşince, kendini ve arkadaşlarını savuran 6-7 Eylül kasırgasının dindiğini ifade etmektedir (1971: 65).

Olaylar sonrasında soruşturmaya uğrayan diğer grup ise EOKA terörünün ortaya çıkışı sonrasında, bazı Kıbrıslı Türklerin kurmuş olduğu anti terörist bir örgütlenme olan Kıbrıs Türktür Derneği olmuştur (4). Dernek üyelerinden olan Ahmet Emin Yalman'ın (1997: 1648), olayların ardından derneğin bütün mensuplarının toplatılıp, Harbiye'de en kötü şartlar içinde tutulduğunu ve ağır hakaretlere uğratıldığını ifade etmesine karşın, Hasan İzzettin Dinamo (1971:35) derneğin hükümet tarafından desteklendiğini, olaylardan sonra ise kendini kurtarma adına derneği öne sürdüğünü belirtmiş, Hulusi Dosdoğru (1993: 57) da dernek üyelerinin hapiste olsalar dahi, koşullarının komünistlerinki ile aynı olmadığını giriş çıkış dahi yapabildiklerini ileri sürmüştür.

Dönemin basını olayları "komünist tertibi" olarak ifade etmişlerdir. Basının aynı tanımlamadan hareket etmesinde sıkıyönetimin koymuş olduğu "6 Eylül olayların komünistlerden başkalarının yaptığı yolunda yazı ve yorumlar yasaktır" (Aktaran, Dosdoğru, 1993: 54; Topuz, 1996: 110) tebliğinin etkisi göz önüne alınmalıdır (5).

8 Eylül 1955 tarihli Cumhuriyet'te "Kıbrıs İçin" başlıklı yazıda; hükümetin Kıbrıs davasında başarılı olmak üzere olduğu bir anda çıkan olaylarda, komünist parmağı olduğu belirtilmiş, bu tahrikçi grupların halkın hislerini kullanarak, gösterileri başka yollara sürükledikleri ifade edilmiştir. Tahrikçileri dış çıkarlara hizmet eden kimseler olarak niteleyen yazar, bu kimselerin amaçlarını da ulusal çıkarlara kastetmek, Türkiye'yi dış ülkeler önünde zor durumda ve yalnız bırakmak olarak göstermiştir (Aydın Tarihi, 187). 9 Eylül 1955 tarihinde Kazım Şinasi Dersan tarafından kaleme alınan yazıda da, olaylar Türkiye'nin küçük düşürülmeye çalışıldığı bir tertip olarak ele alınmış, olayların haklı bir tepkinin içine sızmış başka unsurların etkisi ile bu hale geldiği belirtilmiştir (Aydın Tarihi, 186-187).

9 Eylül 1955 tarihli Tercüman'da "Efendiliğimize Yakışmayan Hareketler" başlıklı yazıda gençliğin gösterileri haklı bir coşkunun içine vatanperverlik hislerini istismar eden ve bir kısım halkın bilgisizliğinden yararlanılarak önceden hazırlanmış ve ulusal çıkarlara kasteden gizli bir tertibin karışması olarak görülmektedir (Aydın Tarihi, 84-85). 11 Eylül 1955 tarihli Milliyet'te çıkan "Türk Milletinin 6 Eylül Vakasıyla Alakası Yoktur" başlıklı yazıda da, olaylar yine haklı bir protestonun "Kızılar" tarafından istismarı olarak ele alınmaktadır (Aydın Tarihi, 87). Aynı gün Milliyet'te çıkan bir başka yazıda da olaylar aynı şekillerde tanımlanmakta, komünizmin bu olayda parmağı olduğunun ispatı olarak mülkiyete, sermayeye ve mabetlere olan saldırılar gösterilmektedir. Yazıda ayrıca solculuktan kurtulmanın

yolu olarak bir 'ava' girilmesi önerilmektedir (Aydın Tarihi, Milliyet, "Bugün değilse, hiçbir gün" 11 Eylül 1955 : 89).

Zafer'de yayınlanan 13 Eylül 1955 tarihli "Dünkü Tarihi Celse" başlıklı yazıda, Başbakanın olayları komünist tahriki olarak nitelediğine ve düşmanların başarılı olmasını ise zeminin tahrike uygun olması olarak açıkladığına dikkat çekilmektedir. Hüseyin Cahit Yalçın da aynı gün Ulus'ta, "Başlayan Tahkikat" başlık yazısında, olaylar hakkında benzer ifadeler kullanmakta, farklı olarak emniyet güçlerinin azimli davranmamalarının mutlaka açıklanması gerektiğini ifade etmektedir. Yalçın'a cevap, Yeni İstanbul'un 14 Eylül 1955 tarihinde yayınladığı "Fevkalede Toplantıdaki Konuşmalar" başlıklı yazı ile gelmiştir. Yazıda, Başbakan Menderes'in emniyet güçlerinin kitlenin karşısında haklı bir hareket mi karşındayız diyerek tereddüde düştüğü, bu nedenle hareketsiz kaldıklarını ifade ettiği aktarılmaktadır (Aydın Tarihi, 95-96). Aynı gün Hürriyet'te Şükrü Kaya'nın "Türk Polis ve Zabıtası" başlıklı yazısında da Başbakanın, zabıta ve emniyet güçleri ellerinden geleni yaptılar ifadesinin yüreklere su serptiği yorumu yapılmaktadır (Aydın Tarihi, 96). 29 Eylül 1955 tarihli Cumhuriyet'te yayınlanan Doğan Nadi imzalı "Türk umumi efkari uyanık olmalıdır" başlıklı yazıda da yerinde ve haklı bir mitingin maksatlı unsurların fırsat bulmaları ile gölgelendiğini ve asıl amacın dışına çıkıldığını ifade edilmektedir. Bu olayda saf vatandaşların kötü yollara sürüklendiğini ifade eden Nadi, azınlık düşmanlığı yaratmanın bu memleketeye yapılacak en kötü şey olduğunu vurgulamakta, bu tarz düşünenlere karşı halkın uyanık olması gerektiğini ifade etmektedir (Aydın Tarihi, 105).

Kıbrıs'ta yayınlanmakta olan 'Hür Söz' adlı bir Türk gazetesi de, 27 Aralık 1955 günlü sayısında Atina'da yayınlanmakta olan Vradini adlı gazeteye atfen hem son senelerde Kıbrıs'a yönelik hareketlerin hem de İstanbul'daki 6-7 Eylül olayların ardında Yunanistan'da meydana çıkarılan K.K.E adlı gizli bir komünist şebekesinin bulunduğu yazmakta idi (Armaoğlu 1963: 155-156 - 136).

Olayların ardından, CHP Genel Başkanı İsmet İnönü'nün 7 Eylül günü İstanbul'da basına verdiği demeçte, milli bir felaket olarak nitelediği olaylardan dolayı üzüntüsünü belirtmiş ve gerçeğin ortaya çıkarılması için hükümete yardım edilmesini istemiştir (Ulus, 8 Eylül 1955). CHP Genel Sekreteri Kasım Gülek de İzmir'de verdiği bir demeçte, yapılan hareketleri kanunsuz olarak vasıflandırmıştır (Ulus, 9 Eylül 1955). CMP de 7 Eylül'de yayınladığı bir bildiri ile hareketleri kanunsuz olarak nitelendirmiş ve olayları "bir komünist tertibi" olarak gören 7 Eylül günlü hükümet bildirisindeki görüşü aynen paylaştığını belirtmiştir (Hürriyet, 9 Eylül 1955'den aktaran Armaoğlu 1963:164- 165).

Sıkıyönetim süresinin belirlenmesi için toplanılan 12 ve 13 Eylül 1955 tarihli Meclis oturumlarında olayların karanlık yönleri aydınlatılmaya çalışılsa da, hükümetin çelişkili açıklamaları ve Meclis oturumunun bir an önce bitirilmesi yönündeki çabaları bir sonuca varılamamasına yol açmıştır. Hatta, Başbakan Adnan Menderes'in ve Dışişleri Bakanı Fuat Köprülü'nün yaptıkları konuşmalarda

(Bağcı 1990: 111- 112, Ulus, 13 Eylül 1955), bir protesto olayının gerçekleşeceğinin bilindiği, fakat olayların bir anda patlak vermesi sonucu polisin bir tereddüt yaşadığı olaylara müdahale edilmediği açıklamalarını getirmeleri kafalardaki soru işaretlerinin daha da artmasına neden olmuştur. Bunun üzerine İsmet İnönü, soruların cevaplarının bulunabilmesi için Medisin çalışmasına devam etmesi gerektiğini belirtmiş ve bir önerge vererek, hükümetin sorumluluğu meselesinin incelenmesi istemiş, fakat her iki isteği de reddedilmiştir. Oturumda CMP adına konuşan Kırşehir milletvekili Ahmet Bilgin ve Kırşehir bağımsız milletvekili Osman Alişiroğlu da olaylarda hükümetin sorumluluğuna dikkat çekmişlerdir (Ulus, 13 Eylül 1955). Hatta Alişiroğlu hükümetin çekilmesi, başbakanın istifaya etmesi gerekliliğini ifade etmiştir (Armaoğlu 1963:169 ; Aydemir 2000: 190; Dosdoğru 1993: 90).

Hükümetin olaylardaki sorumluluğu konusu 1955'de dillendirildiği gibi, günümüzde de halen pek çok araştırmacı tarafından ileri sürülmektedir (6). Hükümetin, Türk halkının Kıbrıs'ın Yunanistan'la birleştirilmesine karşı olduğunu göstererek, Londra'da güç kazanmak istediği, bu nedenle de bu olayları düzenlediği ifade edilmektedir (Ahmad 1996: 67; Aydemir 2000:55; Bağcı 1990: 110; Eroğul1998: 174-175; Zürcher 2000: 336). Devlet erkanının olayların çıktığı sırada Ankara'ya gitmeye kalkması ve olayların örtbas edilmek istenmesi, olayların üç şehirde aynı zamanda, aynı saatlerde olmasının zihinlerde olayların önceden tertiplenmiş olduğunu ve böylesi geniş bir tertibin ancak her tarafa ulaşabilecek makamlar tarafından düşünülebileceği görüşleri (Aydemir 2000:181; Eroğul 1998:174-175) olayların hükümet tarafından düzenlemesinin delilleri olarak ortaya konmaktadır.

Hükümet olaylar sonrasında, görevli olan generallerden bazılarına işine son verilmesi, bazı vali ve emniyet güçlerinin yerlerinin değiştirilmesi ve İçişleri Bakanı Namık Gedik'in istifa etmesi yoluna gitmiş, bunların dışında olayın kapatılması yoluna gidilmiştir.

3. 6-7 Eylül Olaylarının Ulus ve Zafer'de Yansıtılışı

3.1. 6-7 Eylül Olaylarının Zafer'de Yansıtılışı

7 Eylül 1955 tarihli Zafer'in ilk sayfası yaşanan olaylara ayrılmıştır. Manşet, İstanbul ve İzmir'de sıkıyönetimin ilanını haber vermektedir. Haberde olay şu sözlerle aktarılmaktadır: "Selanik'teki tecavüz hadisesi yüzünden, İstanbul ve İzmir'de dün çok müessif kargaşalıklar oldu. Akşam saat 19.00'da Taksim Meydanı'nda başlayan bir nümayiş anide büyüyerek şehrin her tarafına sirayet etti. Yer yer yangınlar çıkarıldı. Mağaza vitrinleri tahrip edildi. Yaralananlar var". Gazetede olaya ilişkin ilk bilgiler, olayın sebebi olarak Selanik'teki bombalama hadisesini göstermekte olup, hükümet açıklamaları ile aynı çizgidedir.

Aynı günkü "Selanik'te Menfur Bir Tedhiş Hadisesi" başlıklı haberde ise; İstanbul Ekspres'ten farklı olarak, bombanın Atatürk'ün doğduğu evde değil, evin yanındaki bahçede patladığı ve sadece binaların camlarının hasar gördüğü belirtilmektedir. Yunan hükümetinin tedbir alacağına ve zararları ödeyeceğine dikkat çekilen haberde, Yunan yetkililerinin olayın hiçbir Yunanlı'nın işi olamayacağı yönündeki açıklamaları verilerek, Yunanistan 'olumlu' bir çerçeve içine yerleştirilmektedir. Başbakan Menderes'in 6-7 Eylül olayları ardından Yunanistan'a dostluk elini tekrar uzatması dikkate alındığında, Zafer'in hükümet politikaları ile paralelligi netleşmektedir. Haberin devamında, İstanbul'un dağınık ve büyük bir şehir olması ve olayların her tarafa bir anda yayılması, müdahalede geç kalınmasının mazereti olarak sunulmakta, ardından ordunun harekete geçirildiği ifade edilerek, hükümetin gerekeni yaptığına inandırılmaya çalışılmaktadır (7).

"Gizli ve Kirli Ellerin Tertibi" başlıklı haberde ise, olaylar "kızıl ajanlarla kara taassubun" işbirliği olarak açıklanmaktadır. Haberde, ulusal heyecan ile oluşan ortamda, gizli ve kirli ellerin ve yabancı çıkarların rahatlıkla hareket imkanı elde ettiği, coşkuya kapılan halkın, olayların içine sürüklendikleri vurgulanmaktadır (7 Eylül 1955). Olaylar sonrası, hükümet yetkililerinin yaptığı açıklamalar ile Zafer'in olayın faillerine ilişkin verdiği bilgi de aynı yönde olup, sıkıyönetim kararının isabetli bir karar olarak nitelenmesi de, hükümete her konuda tam destek verildiğini göstermektedir. Ayrıca, gazetenin kendisi gibi halkın da hükümetin yanında olduğu fikrini yerleştirmeye çalıştığı görülmektedir (8).

"Hükümetin Tedbirleri" başlıklı başyazıda, hükümetin açıklamalarından yola çıkılarak, olayların komünist tahriki sonucu olduğu, olayların mal ve mülk düşmanlığı şeklinde gelişmesinin komünist amaç ve tekniklere uyduğunun altı çizilmektedir (8 Eylül 1955). Olayları hükümetin ekonomi politikalarından doğan eşitsizliklere bir tepki duyanların gerçekleştirdiği yorumlarına karşıt olarak, olaylar komünizmin mal ve servet düşmanlığı şeklinde gösterilmeye çalışılmaktadır. Benzer amaçla, 9 Eylül 1955 tarihli, Zafer imzalı "Zararın Bilançosu" ve 10 Eylül 1955 tarihli Orhan Seyfi Orhon imzalı "Bir Bakıma Tahrikçilik" başlıklı yazılarda da komünistlerin memleketin itibarını kırmak ve iktisadi hayatını mahvetmek amacıyla olduklarını, buna da ulaştıkları belirtilmektedir.

Zafer, 12 Eylül günü 43 "kızılın" yakalandığı bildirmekte idi. Olayların tahrikçileri olarak gösterilen bu kimselerden bir kısmının bir müddet önce meydana çıkarılan gizli komünist partisine mensup kimseler olduğu ve olay gecesi Beyoğlu'nda buldukları vurgulanmaktadır. Ayrıca göz altına alınan komünistlerden yedi tanesinin çeşitli sol hareketlere katılmadan sanık olarak pek çok kez cezaevine girip çıktıkları bilgisi eklenerek suçlanan isimlerin olaylara etken oldukları sabitleştirilmeye çalışılmaktadır.

13 Eylül 1955 tarihli Zafer'de, Meclisin hükümetin aldığı tedbirleri onayladığı (9) ve sıkıyönetimi altı ay olarak belirleyen Meclisin tekrar tatile girdiği aktarılmaktadır. Haberde, ilk olarak Menderes'in yaptığı konuşmaya yer verilmekte,

Menderes'in konuşması samimi ve tatminkar olarak nitelenmektedir. Menderes'in olayları haklı bir coşkunun içine tahrikçi unsurların karışması olarak açıkladığı, mesullerin ortaya çıkarılacağı ve zararların telafi edileceği güvencesi verdiği ve olayların Türk eseri olmadığının bütün dünyaya ispat edileceği yer almaktadır. Daha sonra da Prof. Fuad Köprülü'nün, konuşmasında olayları komünist tertibi olarak yorumladığı vurgulanmaktadır. Meclis müzakerelerinden aktarılan diğer konuşmalar da söz alan bütün milletvekillerinin 6 Eylül hadiseleri dolayısıyla duyulan üzüntüyü belirterek, hükümetin yerinde kararının övüldüğü yönündedir.

16 Eylül 1955 tarihli Zafer'de Sıkıyönetim Mahkemeleri'nde duruşmaların başladığı haber verilmekte, ardından sonuçlanan davalarda Ankara'da bir kişinin bir aya, bir kişinin de 15 gün hapse mahkum olduğu, İzmir'de sıkıyönetim kararlarına aykırı yayında bulunan bir gazetenin kapatıldığı bildirilmekte idi. Haberde kapatılan gazetenin adının Sabah Postası olduğu ve kapatılmasına ilişkin bir zaman sınırlaması verilmediği belirtilmekte, Sabah Postası adlı gazetenin yeni bir isimle yayına devam etmek için başvuru yapması üzerine ise Sıkıyönetim Komutanlığı'nın bir tebliğ daha yayınlayarak, kapatılan gazetelerin süresi ne olursa olsun yeni bir isimle çıkmalarını yasakladığı belirtilmektedir.

21 Eylül 1955 tarihli Zafer, Başbakan Menderes'in Amerika Dışişleri Bakanının Dulles'a gönderdiği mesajı yayınlıyordu. Mesajda; Türkiye Yunanistan'a "müşterek emniyet mevzuu" nedeniyle elini uzatmakta, dünyanın içinde bulunduğu durum nedeniyle Türk-Yunan dostluğuna barış ve emniyet bakımından ihtiyaç olduğu belirtilmektedir. Ayrıca Kıbrıs meselesi nedeniyle Türk halkının gerildiği, fırsat kolayan komünist teşkilatın da bundan yararlandığını, olayların bu şekilde oluştuğu ifade edilmiştir. Türk milletinin duyduğu üzüntünün vurgulandığı yazı da, zararların telafisi ve suçluların bulunması için gereken her şeyin yapıldığının altı çizilmektedir.

28 Eylül 1955 tarihli Zafer'de yayınlanan "Millet İtimadından Şaşmamıştır" başlıklı yazıda, İl Genel Meclisi seçimlerine hazırlanıldığı günlerde, bireylerin kafalarında 6-7 Eylül olaylarının yer aldığını, olayların olumsuz bir tesir yapmasının beklenebileceği bu durumda dahi halkın hükümete duyduğu güvenin görüldüğü ifade edilmektedir. Zafer'e göre bunun sebebi, iç politikada uyarılan seri fırtınaların Türk kamuoyunu etkileyememesidir. Vatandaşların çıkarlarını bilen, DP iktidarının hizmetlerinden memnun kimseler olduğunu belirten yazar, memleketin yapmayı, politika yapmaya tercih ettiğine işaret etmektedir (10).

3.2. 6-7 Eylül Olaylarının Ulus'ta Yansıtılışı

7 Eylül 1955 tarihli Ulus'un manşeti "İstanbul ve İzmir'de Örfi İdare"dir. Haberde, sıkıyönetimi gerektiren olayların nasıl başladığını anlatmak için Selanik'teki bombalamanın duyulmasına kadar gidilmektedir. Ulus olayın Kıbrıs Konferansı'nın devamı sırasında Yunanlılar'ın Atatürk'ün evine bomba attıklarını, bahçeye atılan iki bombadan birinin patladığını, evin 17, konsoloshanenin 40 camının parçalandığı ve olay üzerine başlayan aramalar sonucunda polislin isimleri

açıklanmayan altı kişiye tutuklandığını ifade etmektedir. Zafer'den farklı olarak burada bombanın Atatürk'ün evine ve Yunanlılar tarafından atıldığının kesin bir ifade ile aktarılmış olduğu görülmektedir. Zafer'in temkinliliğinin Ulus'ta olmadığını gösteren benzer ifadeler, Şinasi N.Berker'in "Dolmuş" adlı köşesinde de yer almaktadır.

"Selanik Hadisesinin Tepkileri" başlıklı haberde, İstanbul ve İzmir'de bazı olayların yaşandığı bildirilmekte, bombalama ile gösteriler arasında neden sonuç ilişkisi kurulmaktadır. Gazete, "Dün Yapılan Nümayişler" ara başlığı altında, İstanbul ve İzmir'de meydana gelen zarara ilişkin olarak temkinli ifadeler kullanılırken, kamuoyunun hassas olduğu dönemde 'Kıbrıs Türktür' haberlerinin yer almasına devam ederek tutarsız bir politika sergilemektedir.

Gazetede yer alan 'son dakika' haberinde ise, Ankara'da da olaylar olduğu belirtilmektedir. Haberde, gazete baskıya verileceği sırada Ankara'da da gösterilerin başladığı, Siyasal Bilgiler ve Hukuk Fakülteleri öğrencilerinden bir grubun Cebeci'de toplanarak, Yunanistan aleyhinde gösteriler yapıp, Yenişehir'e yürümek istedikleri fakat emniyet güçlerince önlendikleri haber verilmektedir. Bu haber, dönemin teknolojik koşulların göstermesi ve özellikle de İstanbul Ekspres'in kısa zamanda ikinci baskıyı nasıl yapabildiğinin sorgulanmasının önünü açması bakımından anlamlıdır.

8 Eylül 1955 tarihli Ulus'un manşetinde, İsmet İnönü'nün olaylara ilişkin açıklaması yer almaktadır. İnönü'nün halka sakinlik tavsiye ettiği ve her vatandaşın asayişin sağlanabilmesi için hükümete ve sıkıyönetime yardım etmeleri gerektiğini vurguladığı aktarılmaktadır. Ulus'ta yer alan diğer haberler ise; Cumhurbaşkanı'nın Medisi topladığı ve bir tebliğ ile Ankara, İstanbul ve İzmir'de sıkıyönetim ilan edildiği ve kamu huzuru için sıkıyönetim kapsamına Ankara'nın da dahil edildiği bildirilmesi ile Londra Konferansı'nın ertelenmesi ve İngiliz tekliflerinin reddine ilişkindir.

9 Eylül 1955 tarihli Ulus'ta sıkıyönetim tebliğleri yer almakta, tebliğ üzerine, CHP'nin yıldönümü toplantılarının ertelendiği veya iptal edildiği haberi verilmektedir. Üçüncü sayfada ise; gösteriler hakkında üç ilde geniş bir araştırmaya girildiği ve buna bağlı olarak tutuklananların sayısının gittikçe arttığı bildirilmektedir. Kısa kısa verilen haberlerde İstanbul piyasasının durgun olduğu, kimliği meçhul cesetler bulunduğu - olaylar sonucunda verilen bilgi aslında üç kişinin öldüğüne ilişkindir fakat bu ifade ile resmi sonuçlarda belirtilenden daha fazla ölü olduğunu ima edilmektedir - ve son olarak da İzmir'de iki komünistin yakalandığı ifade edilmektedir. Bu noktada önemli olan, olaylarla komünistler arasında ilk kez bağ kurulmasıdır.

10 Eylül 1955 tarihinde Ulus'ta çıkan haberde, açılan tahkikatta üç generalin işine son verildiği, içlerinde siyasi polisin sabıkalı saydığı 33 komünistin olduğu, 2200 kişinin de tutuklandığı bilgisi verilmektedir. 11 Eylül 1955 tarihli Ulus'ta da

İçişleri Bakanı Namık Gedik'in istifa ettiği bildirilmekte, ardından da olaylar dolayısıyla idare amirlerinin değiştirildiği haber verilmektedir. Bu değişime göre; Kemal Aygün Emniyet Genel Müdürlüğü'ne, Beyoğlu Kaymakamı İstanbul Emniyet Müdürlüğüne, Konya Valisi de Ankara Valiliği'ne getirilmiştir.

Hüseyin Cahit Yalçın'ın "Son Olaylar" başlıklı yazısında, yaşanan olaylar "milli bir felaket" olarak tanımlamakta, olayların Türklere yararı olmayıp, aksine ülke itibarına zararlı olduğunu, Türkiye'nin itibarını tekrar kazanabilmek ve özellikle Yunan kiliselerinin yaydığı olumsuz propagandayı silmek için soğukkanlı olunması ve milli birlik ve dayanışma gösterilmesi gerektiğini ifade edilmektedir (12 Eylül 1955). Yalçın'ın ifadeleri İsmet İnönü'nün değerlendirmeleri ile aynılık taşımaktadır.

Aynı gün "Günün Işığında" köşesinde, Bülent Ecevit'in "6 Eylül Neden Oldu?" başlıklı yazısında, 6-7 Eylül "felaket günü" olarak tanımlamakta, gösterilerin farklı yerlerde aynı anda çıkışını, olayların kasıtlı ve tertipli olmasına bağlamaktadır. Ecevit yazısında, hükümetin yaptığı 'komünist tahriki' vurgusunun bu ihtimal üzerinde yoğunlaşılacağını gösterdiğini, kendisinin de Rum vatandaşlarına ve milli servet aleyhinde yapılan gösterilerin, tertibinde ya da oluştuğu anda komünist parmağı ihtimali olduğunu düşündüğünü vurgulamakta ve bunun aynı zamanda halkın sorumlu olmaması anlamına geldiği için 'sevindirici' olduğunun altını çizmektedir. Olayda ortaya çıkan kötü sonuçlardan ilkinin, emniyet teşkilatının zayıflığı olduğunu belirten Ecevit, ikincisinin ise komünistlerin memlekette geniş bir yer altı faaliyeti imkanı bulmalarına bağlamaktadır. Yazar, komünistlerin Batı demokrasilerinde bu hareket serbestisini bulmamalarını insan hakları anlayışı, birey özgürlüğünün, düşünce ve ifade özgürlüğünün, karşılıklı tolerans ve saygı geleneklerinin kök salmasına bağlamakta ve Türkiye'nin de bu gibi durumlara düşmemek için aynı yolu takip etmesi gerektiğine işaret ederek, hak ve özgürlüklerin halen yerleşmemişliğine dikkat çekmektedir. Yazısında emniyet teşkilatının da kuvvetlendirilmesi gerektiğini belirten Ecevit, emniyet üyelerinin fedakarlığından ve görev bilincinden şüphe edilmediğini, fakat zaman zaman da eksiklikleri gidermenin iyi olacağını hatta sıkıyönetimin böyle düzenlemelerin yapılabilmesi için uygun bir dönem olduğunu belirtmektedir.

"Tahrikçilerden 8'i dün yakalandı" başlıklı haberde, olay gecesi yapılan gösterilerin kötü sonuçlara ulaşmasında 'komünistler'in rolleri olduğunun anlaşıldığı ve komünistlikle itham olunanların (11) yakalandığı bildiriliyor, ardından olayın 'elebaşlılarının' isimleri açıklanıyordu (12). Haberde ayrıca, bu isimlerin 'meşhur 167'ler' arasında buldukları ve askeri mahkeme tarafından haklarında verilen cezaları tamamladıktan sonra, tahliye oldukları ifade edilerek, kamuoyu gözünde bu kimselerin suçlu oldukları sabitlenmeye çalışılmaktadır (12 Eylül 1955).

13 Eylül 1955 tarihli Ulus, İnönü'nün Medis konuşmasında, ulusal bir felakete uğrandığını ve bunda emniyet kuvvetlerinin devreye girmemesinin payı olduğunu, tahkikat sonunda hakikatlerin mevdana çıkmasını vetkililerden millete bekledik-

lerini ifade ettiği ve Meclisin toplantılarına devam etmesini ve eğer bilinmeyen sebepler yoksa sıkıyönetimin Ankara'dan kaldırılmasını istediği aktarılmaktadır. Konuşmada önemli olan olaylarda fevri hiddetlerde, dış ilişkilerdeki gerginliklerin etkisi olduğu kadar, toplumsal derinlerin de etkisi olduğunun altını çizmesidir. İnönü bu ifadesi ile olayın toplumsal yanını da göz önüne alınması gerektiğine işaret etmekte, böylelikle DP'nin topluma yönelik ürettiği politikalara da bir tepki olabileceğine dikkatleri çekmeye çalışmaktadır.

Hüseyin Cahit Yalçın'ın, "Başlayan Tahkikat" başlıklı yazısı, İnönü'nün görüşleriyle aynı yöndedir. Emniyet güçlerinin olayı önemsemediklerini ifade eden Yalçın, bu durumun ispatının da olayı hükümet yetkililerine hafif göstermeleri, bu nedenle de yetkililerin Ankara'ya hareket etmesi olduğunu belirtmektedir. Aslında emniyetin yetersiz olması gibi bir şey söz konusu olamayacağını, çünkü daha önce yaşanan deneyimlerin polis bu kuvvette olduğunu gösterdiğini söyleyerek, emniyet güçlerine eleştiride bulunan Yalçın, böylesi güce sahip kuvvetlerin nasıl "acz" içinde kaldığının karanlık olduğunu, bu karanlık noktanın açıklanmasına gerek olduğunu belirtmiştir. Ayaklanmanın tertipli olduğunu ifade eden Yalçın, yapılanların Türkün şerefini ve hakkını korumak ve saldırıyı protesto etmek çerçevesini çoktan aştığını ve aydın Türk vatandaşının bu gibi hareketlere girmeyeceğini, Atatürk sevgisinin Türkü coşkuya sevk etse dahi, yıkılığa ve yağmacılığa yönelmeyeceğini vurgulamaktadır. Son olarak Yalçın, bu hareketin sadece Rumlara yönelik alınamayacağını, görünüşte Kıbrıs davası olsa da, bunun bir bahane olup, bütün azınlıklara saldırı olduğunun göz önüne alınması gerektiğini belirtmektedir (13 Eylül 1955).

Ulus'ta ayrıca Meclisteki oturumlarda yapılan konuşmalara yer verilmiştir. Haberde Fuat Köprülü'nün konuşmasında; muhalefet adına konuşan kişilerin hükümeti töhmet altında gösterdiklerini, bu sözlerin söylenmemesi gerektiğini ifade ettiği aktarılmaktadır. Haberde ayrıca, Menderes ve Köprülü'nün konuşmalarından olayların takip edildiğini ve 150 çapulcunun yakalandığı ve hükümetin olaylardan önceden haberi olmasına ve gereken tedbiri almasına karşın, saati belli olmadığı için olayların bu şekli aldığı yönündeki açıklamaları yer almaktadır. Meclisten aktarılan diğer konuşmalar ise, sıkıyönetimin devamının sakıncalı olduğunu belirten CMP milletvekili Ahmet Bilgin'inki ve olaylardaki tavrını lakayt bulması nedeniyle hükümeti istifaya davet eden Kırşehir Milletvekili Osman Alişiroğlu'nunkidir (13).

"O haber daha başka gazetelerde de vardı" başlıklı haberde ise, TBMM'nin olağanüstü toplantısında İstanbul milletvekillerinden Aleksandros Hacopulos'un basın vatandaşı tahrir ettiğini ifade edip, Ulus'un bir haberini örnek gösterdiğini, oysa bu haberin başka gazetelerde de olduğu belirtilmekte, milletvekilinin belki muhalefet gazetesi olmasından ötürü Ulus'tan bahsetmiş olabileceğini fakat aynı haberin 'kendi' yayın organları Zafer'de de yer aldığına işaret edilmektedir (13 Eylül 1955). Bu haber, dönemin basın politikalarında muhalif ve yandaş basın ayrımını ortaya koyan bir örnek olması açısından önemlidir.

Ulus'ta 14 Eylül 1955 tarihli "En Tehlikeli Cephe" başlıklı yazıda, olaylar geniş anlamda ilk kez toplumsal boyutuyla ele alınmaktadır. Yalçın yazısında, düşmanlığın bomba atan Yunanlılara değil, zengin olan, refah içinde yaşayan zümreye karşı olduğunun altını çizmekte, olaydaki düşmanlığın siyasi değil, toplumsal olduğunu vurgulamaktadır. Olaya bu yönde karışanların planlı ve tertipli olmadıklarını, oluşan uygun zeminde zenginliğe hücum ettiklerini vurgulayan yazar, bu kargaşalığın da komünistlerin istifadesine yaradığına işaret etmektedir. Yalçın, komünistliğin gelişimine zemin hazırladığını düşündüğü bu hareketlerin, komünistlerden bile daha tehlikeli olduğunu dile getirmekte, bu kitlenin patlamaya hazır bomba gibi durdukça, komünistlerin elinde de daima koz olacağını ifade etmektedir. Komünist tehlikesini önlemenin yolunun zenginliğe karşı olan şikayetleri hafifletmek olduğunu belirten Yalçın, pahalılık ve darlığın kağıt üzerinde ortadan kalkmayacağını aksine bunun yıkıcı sonuçları olabileceğini belirterek, hükümet politikalarının olaylar üzerindeki etkisini ortaya koyup, düzeltilmesi yoluna gidilmesini istemektedir.

15 Eylül 1955 tarihinde Hüseyin Cahit Yalçın'ın yazdığı "Meclis Grubu'nun Kararı İle" başlıklı yazıda, Cumhuriyet'te çıkan haberde; Meclis toplantısından önce DP Meclis Grubu'na sıkıyönetimin süresine ilişkin izahat verildiği ve grubun altı ay üzerinde anlaşmasının ifade edildiği belirtilmektedir. Grup kararının, kararın katılaşması anlamına geldiğini belirten Yalçın, Meclise sadece onaylamanın kaldığına işaret etmekte, Anayasanın vazifelendirdiği Meclisin bu görevinin grup kararı alma yoluyla engellendiğinin altını çizmektedir. DP içinde grup kararı alınmaması halinde oylamanın sonucunun değişebileceğine işaret eden Yalçın, farklı sonuçların alınmasının bu yolla engellendiğini belirtmektedir.

Hüseyin Cahit Yalçın, "Parti Faaliyetleri" başlıklı yazısında ise , sıkıyönetim ilanını değerlendirmektedir. Üç büyük ilde sıkıyönetim ilanının olduğunu, bunun dışında kalan bölgelerde de memleketin ortak sorunlarıyla ilgilenen gazetelerin bulunmadığını, bu nedenle siyasi hayata ve fikir faaliyetlerine son verilmiş olduğunu ifade eden Yalçın, zaten kısıtlı olarak imkan tanınan siyasi toplantıların sıkıyönetim ilanı ile tamamen daraldığını belirtmekte, demokratik faaliyetlerin önüne set çekilmiş olduğunu vurgulamaktadır. Anayasa da bir ay olarak önerilen sıkıyönetimin altı ay olarak ilanını DP'nin muhalif yıllarındaki 'haklı' tepkilerini unutmamasına bağlayan Yalçın, sıkıyönetim ilanını gerektiren olayların her zaman olmayacağını, bu nedenle bu halin devamının gereksiz olduğunun altını çizmektedir.

19 Eylül günü Ulus'ta "Çetin İmtihan" başlığı ile yayınlanan yazıda Meclis toplantısının hükümetin sorumluluğu konusunda yeteri kadar tartışmalara imkan vermediği, hükümetin yeteri kadar hesap vermeden ve özellikle güvenoyu olmadan Meclis ile bağlantısını kestiğini belirterek şöyle deniyordu: "Bir defa toplantının konusu ilan olunan Örfi İdarenin tasdikidir. Bu dar çerçeve içinde karar verme ameliyesi mesuliyete muhatap olanların hareketlerini muhakeme etmek hududuna genişletilmemiştir. Böyle bir genişletme itimat meselesini ortaya kovma ve tabii acık ova basurma. hulusa ilk önce hükümet durumunu

aydınlatma keyfiyeti olurdu. Böyle bir mesele ortaya gelmedi: çünkü herkesten evvel iktidar grubu böyle bir duruma hazırlanmamıştı. Bu sebeple Örfi İdare kabulünün itimat meselesi ile münasebeti yoktur". Metin Toker, bu yazının Mediste konuşma fırsatı verilmeyen İnönü'nün sesini duyurmak istemesi üzerine ortaya çıktığını söyler (1991: 149). Yazının yayınlanmasından bir gün sonra Anadolu Ajansı bülteninde yayınlanan bildiri ile süresiz olarak kapatılmış, hatta aynı tarihli Hürriyet ve Tercüman gazeteleri de Ulus'ta çıkan makaleyi alıntılardıkları için 15 gün süre ile yayınları durdurulmuştur".

Sıkıyönetimin gazete kapatmaları bununla sınırlı kalmamıştır. Hergün "Amerika'nın bir tavsiyesi" başlıklı bir yazısı nedeniyle 15 gün; Ankara'da çıkan Medeniyet "Batı Trakya Türkleri ve Acıklı Durumları" başlıklı makalesi nedeniyle süresiz, 8 Aralık 1955 tarihli Dünya'nın "DP grubundaki huzursuzluk arttı" yazısı, Vatan'ın da "Bu Böyle Gidemez" başlıklı yazısı kışkırtıcı nitelikte görüldüğünden 15'er gün kapatılıyorlardı (Aydın Tarihi, No: 262: 42-45; Topuz 1996: 110- 112).

4. Sonuç ve Değerlendirme

6-7 Eylül olaylarının Ulus ve Zafer tarafından yansıtılışının değerlendirildiği bu çalışmada, ilk olarak 6-7 Eylül günü gerçekleşen olaylar farklı yönleriyle, farklı bakış açılarıyla sunulmaya çalışılmıştır. Olaylar hakkında ilk söylenebilecek olan, olaya ve olayın gelişimine ilişkin kesin bir tanım yapılmasının konuya ilişkin verilen bilgilerdeki tutarsızlıklar nedeniyle sağlıklı bir biçimde yapılamadığıdır.

Olaylar, iktidar tarafından bir komünist hareketi olarak tanımlanmış, dönemin basını da hükümetle aynı görüşü paylaşmıştır. Her ne kadar, komünistlerin dışında kimse olayın faili olarak gösterilemeyecek şekilde sıkıyönetim tebliği var olsa da, bu durumun bu yönde yayın yapmaya zorunlu oldukları anlamına gelmeyeceği düşünülmektedir.

Olayın faillerinin hükümet tarafından komünistler olarak gösterilmesi, hem bizzat bu suçlamayı yaşayan kişilerce, hem de dönemi araştıran kimseler tarafından kendi sorumluluklarına bir başkasına yıkma çabası olarak yorumlanmıştır. Olayların Londra Konferansı'nda güç elde edebilmek için hükümet eliyle hazırlanmış bir tertip olduğu pek çok kaynak tarafından ileri sürülmüş, bununla birlikte Yassıada mahkemelerinde yapılan yargılamada, hükümet ileri gelenleri bu yönde suçlu bulunmuşlardır.

Olayların Zafer'deki değerlendirme biçimlerine bakıldığında, gazetenin hükümetin tanımlamalarını aynı şekilde benimsediği ve yayınladığı haber ve yazılarla hükümetin ileri sürdüğü görüşleri desteklediği görülmüştür. Gazetede, DP hükümetinin olaylarda gereken her türlü gereği yerine getirdiği, herhangi bir görev ihmali olmadığını sürekli altı çizilmiştir. Hükümetin olayların ardından ürettiği politikalar, gazete tarafından tamamen desteklenmiş ve politikaların yerindeliğine ve gerekliliğine kamuoyunun da inandırılmasına çalışılmıştır. Zafer'de.

Ulus'ta da olduğu gibi halkı provoke edici nitelikte yazılar ve özellikle de karikatürler sıkça yer almış, bununla birlikte dış ilişkilerin nabzını tutan temkinli bir yayın izlenmeye de dikkat edilmiştir. Zafer'de, Ulus'a ve CHP muhalefetine yönelik eleştiriler de devam etmiştir. Ulus'un ve CHP'nin olaya ilişkin olarak ortaya koyduğu eleştirileri kamuoyu gözünde puan toplamak olarak yorumlanmış, bu nedenle de önemli toplumsal meseleleri parti çıkarına alet etmekle suçlanmışlardır.

6-7 Eylül olaylarında Türk Milleti'nin suçu olmadığı vurgusu her iki yayın organında vardır. Zafer de Ulus'tan farklı olarak sıkıyönetim kararı oldukça destek bulmuştur. Zafer'in hükümete yönelik olumsuz nitelikteki gelişmeleri ve hükümete yöneltilen eleştirileri ise sütunlarına taşımadığı tespit edilmiştir.

Ulus, 6-7 Eylül olaylarını yansıtırken temkinli davranarak, hükümetin olaya ilişkin tanımlamalarını destekler şeklinde değil de, daha çok aktaran rolünde verdiği görülmüştür. Yazı ve yorumlarda farklılaşılsa dahi, haberlerde özellikle de sol görüşlü kimselerin yakalanışına ilişkin ifadeler, hükümetin yorumları ve Zafer'in ifadeleri ile birebir örtüşmüştür. Ulus'ta ayrıca Zafer'den farklı olarak dış ilişkilerinin zedelenmesine ilişkin kaygılar olmadığı, olayın Yunanistan ile kurulan bağında ortaya çıkmıştır. Ulus'ta Zafer'den farklı olarak olayın sorgulanmaya çalışıldığı, hükümetin genel politikası ile bağlantı kurulmaya çalışıldığı ve hükümetin olaylardaki tutumuna dair eleştiriler getirip, olaylardaki sorumluluğuna işaret ettiği görülmüştür. Sıkıyönetim ilanının sorgulanması bu açıdan önemli bir örnektir. Ulus'un 6-7 Eylül olaylarına ilişkin olarak genellikle İsmet İnönü'nün açıklamalarını benimsediği görülmüştür. Hüseyin Cahit Yalçın'ın dışında olayların "toplumsal" yanına yer verilmemiş olup, yine de genel anlamda Zafer'de vurgulanmayan noktalara dikkat çekildiği gözlenmiştir.

Notlar

(1) İstanbul Ekspres'in olaya ilişkin yaptığı ikinci baskıya dair bazı soru işaretleri vardır. Radyo, haberi 13:00'de vermiş, gazete 13:30'da baskıya hazırlanmıştır. 16:30'da bütün kopyaların dağıtılmış olduğu göz önüne alındığında (Aktaran Ceylan, 1996:43-44) ve dönemin teknolojik koşulları ile birlikte düşünüldüğünde baskının daha evvel hazırlanmış olabileceği düşüncesi gündeme gelmektedir ki, bu iddia beraberinde gazetenin DP milletvekili Mithat Perin'e ait olması sebebiyle olayların hükümetin önceden planlandığı bir eylem iddialarını güçlendirir. Konunun ele alındığı "Güz Sancısı" adlı romanda da hem gazetenin önceden baskıya hazır durumda olduğu görüşü desteklenmekte, hem de haberin sunulduğu biçimindeki kısırtıcılığa işaret edilmektedir (Karakoyunlu, 1992; 154).

(2) Şevket Süreyya Aydemir, olayların çığırından çıktığı vakit İçişleri Bakanı, Vali ve Başbakanın ordu birliklerinin harekete geçirilmesi için Komutan Nurettin Aknoz'a emir verdiklerini ifade etmekte, fakat herhangi bir yazılı metne dayanmayan bu emrin ileride sorumluluk yaratabileceğini düşünen komutanın, emri yerine getirmedeğini, böylelikle ordunun korkunç bir gece yaşanmasının önüne geçtiğini ifade etmektedir (2000: 184- 185).

(3) Olaylardaki zarara ilişkin olarak farklı rakamlar telaffuz edilmesi nedeniyle burada yanılıcı olmamak için özellikle rakam verilmemiştir. Konuya ilişkin zarar tablolarını görmek için bkn: Demirel'den aktaran Ceylan, 1996: 101; Dosdoğru, 1993: 100 ;Güzel: 997: 163).

(4) Derneğe Adnan Menderes hükümetinin destek olduğu ve kurulmasına teşvik ettiği ifade edilmektedir (Ceylan, 1996: 19, Dinamo, 1971: 35).

(5) Sıkıyönetimin basına ilişkin aldığı diğer tedbirler şunlardır: Basın "ağırbaşlı" olduğu müddetçe sansür ya da kapatma gibi sınırlamalara gidilmeyecekti. Gazeteler günde bir defa çıkacak, ilave baskı ve ilanlar yapmayacaklardı. Nato devletleri ve sıkıyönetim ile ilgili yayın yasaktı. Basınca dağıtımına imkan bulunmayan "işitme, tahayyül etme, hissetmeye" dayanan yayınların sıkıyönetimin yayınlarına temas ettiği takdirde sorumluların o günün şartlarına göre kanuni işleme tabi tutulacaklardı (Aydın Tarihi, No: 262: 15- 29). Kararları daha ayrıntılı görmek için bkn, Topuz, 1996: 110- 112.

(6) DP Hükümeti, Yassıada duruşmalarında, 6-7 Eylül olaylarından dolayı yargılanmış ve suçlu bulunmuştur.

(7) Hükümetin olaylar sonrasında halka yaptığı yardımlar sürekli gündemde tutulma yoluyla hükümetin sorumlu davranışlarına dikkat çekilerek , kamuoyu gözünde puan kazandırılmaya çalışılmaktadır. Örneğin 11 Eylül 1955 tarihli Zafer'de, olaylarda zarar görenlere banka ticaret ve sanayi odalarının 600 bin liraya yakın yardım yaptığı ve başbakanlığın 50 bin, Menderes'in şahsen 5 bin, Kızılay'ın da 100 bin liralık yardım yaptığı belirtiliyordu.

(8) Örneğin Cumhurbaşkanı ve Başbakana gönderilen teşekkür telgraflara yer verilmekte idi (11 Eylül 1955).

(9) Zafer haberde, hükümete yönelik eleştirileri göz ardı etmekte, olaylara ilişkin muhalefetin görüşlerine yer vermeyerek, hükümetin tam destek aldığı görüşünü yerleştirmeye çabalamaktadır.

(10) 1954 seçimleri öncesi CHP'nin mallarının hazineye devredilmesi sürecinin sonunda eleştiri yöneltildiğinde gelecek seçimlerin yaptıklarının haksız olup olmadığını göstereceği açıklamasını yapan hükümetin bu olaylar sonrasındaki seçimlere de aynı yaklaşımı göstermesi ile kendi içinde tutarlılığa sahiptir.

(11) Olayların komünistlerce işlendiğinin 'anlaşılması' üzerine harekete geçilip sol görüşlü kimselerin göz altına alınmasına gidilmesi, suç ile kimliğin örtüştürüldüğünü yani kişinin o görüşe sahip olması halinde suçlu olarak nitelenmesi için yeterli sebebe dönüşebildiğini göstermektedir.

(12) Haberde belirtilen isimler şunlardır: Faik Muzaffer Amaç, Mustafa Börkücü, Asım Bezircioğlu, Veli Dolu, İlhan Berktaş, Sami Büyük, Suavi ve Ali Akça.

(13) Olaylara ilişkin CMP'nin Genel Başkanı Osman Bölükbaşı'nın ilk açıklaması, "vaki tecaüzleri takbih eden hükümet görüşüne tamamen iştirak ederiz" yönünde idi.

Kaynakça:

Ahmad, Feroz (1996). **Demokrasi Sürecinde Türkiye (1945-1980)**. Çev., Ahmet Fethi. İstanbul: Hil Yayınları.

Akşin, Sina (1998). **Ana Çizgileriyle Türkiye'nin Yakın Tarihi**. Ankara: İmaj Yayınevi.

Aydemir, Şevket Süreyya (2000). **İkinci Adam (1950-1964)**. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ayın Tarihi, No:262 , Eylül 1955.

Bağcı, Hüseyin (1990). **Demokrat Parti Dönemi Dış Politikası**. Ankara : İmge Kitabevi.

Çavdar, Tevfik (2000). **Türkiye'nin Demokrasi Tarihi (1950 -1995)**. Ankara : İmge Yayınları.

Dosdoğru, M.Hulusi (1993). **6/7 Eylül Olayları**. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Eroğul,Cem (1998). **Demokrat Parti**. Ankara: İmge Yayınevi.

Gevgilili, Ali (1987). **Yükseliş ve Düşüş**. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Güzel, Şehmus (1997). **Türk Usulü Demokrasi**. Ankara: Doruk Yayınevi.

Karakoyunlu, Yılmaz (1992). **Güz Sancısı**. İstanbul: Simavi Yayınları.

Toker, Metin (1991). **Demokrasimizin İsmet Paşalı Yılları 1944- 1973 - DP Yokuş Aşağı 1954-1957**. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Topuz , Hıfzı (1996). **100 Soruda Başlangıçtan Bugüne Türk Basın Tarihi**. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Yalman, Ahmet Emin (1997). **Yakın Tarihte Gördüklerim ve Geçirdiklerim (1922- 1971)**. İstanbul: Pera Yayınları.

Zürcher, Erik Jan (2000). **Modernleşen Türkiye'nin Tarihi**. İstanbul: İletişim Yayınları.

Gazeteler

Ulus'un 6 Eylül 1955-17 Eylül 1955 tarihleri arasındaki tüm kopyaları ve Zafer'in 6 Eylül 1955- 30 Eylül 1955 tarihleri arasındaki tüm kopyaları Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi arşivinden yararlanılarak taranmıştır.

Yayın İlkeleri

- **kilad**'da yayınlanmak üzere gönderilecek çalışmaların, iletişim veya iletişimle interdisipliner ilişkisi olan konuları ele alan, Türkçe, İngilizce veya Almanca, bilimsel, özgün çalışmalar olması gerekmektedir.
- Gönderilen çalışmaların başka bir yayın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması gerekmektedir.
- Kongre, toplantı, sempozyum gibi etkinliklerde bildiri olarak sunulmuş çalışmalar ve alana katkı sağlayacağı düşünülen tercümelemler de **kilad**'da yayınlanabilir.
- Tüm çalışmalar önce Yayın Kurulu'nca incelenir ve daha sonra konularına göre üç kişilik Danışma Kurulu'na gönderilir.
- Danışma Kurulu tarafından yayınlanması uygun bulunan çalışmaların telif hakkı **kilad**'a aittir; başka bir yerde yayınlanamaz. Yazar(lar)a telif ücreti ödenmez.
- Düzeltme istenen yazıların, en geç bir ay içinde editörlüğe tekrar gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar, **kilad**'ın daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilir.
- Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar geri gönderilmez. Yazar(lar)a sadece bilgi gönderilir.

Yazı Teslim Kuralları

- Çalışmalar 6000 kelimeyi geçmemelidir. 2000-3000 kelimelik daha kısa yorum yazıları veya tercümelemler de kabul edilmektedir.
- Çalışmalar A4 kağıdının bir yüzüne, sol ve sağ taraftan 2'şer cm.'lik boşluk bırakılarak, 12 punto harf karakteri, Times New Roman fontu ve 1,5 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır. Çalışmalar alt başlıkları, ana başlığa göre bir küçük punto ve küçük harf kullanarak koyu ve sola bitişik şekilde yazılmalıdır.
- Yazar/yazarların isimleri çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik

şekilde verilmeli ayrıca yıldız dipnot şeklinde (*) yazarın kurumu, unvanı sayfanın en altında dipnotta belirtilmelidir.

- Girişten önce 200 kelimeyi geçmeyecek şekilde çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi özetleyen İngilizce özet verilmelidir. İngilizce ve Almanca çalışmalarda ise aynı şekilde Türkçe özet hazırlanmalıdır.

- Giriş bölümü büyük harfler ile "1. Giriş" şeklinde belirtilmelidir. Alt bölümler her bölüm içinde bölüm numarası kullanılarak "1.1.", "1.2." şeklinde numaralandırılmalıdır. Son bölüm sonuç/tartışma bölümü olmalı ve bunu sırasıyla notlar, kaynakça ve varsa ekler kısmı takip etmelidir.

- Çalışmalar, birisi orijinal, üçü de kopya olmak üzere toplam dört nüsha halinde ve ayrıca 3,5 inçlik 1.44 DOS formatlı diskete çekilerek gönderilmelidir. Disketin üzerindeki etikette yazarın adı, dosyanın adı ve kullanılan programın adı belirtilmelidir.

- Çalışmalar Microsoft Word kelime işlemcisi ile yazılmalıdır. Resim, fotoğraf, şekil ve grafikler için Windows Metafile (.WMF) ya da JPEG (.JPG) formatı kullanılmalıdır. Tüm çizimler, şekiller, grafikler ve fotoğraflar şekil olarak değerlendirilmelidir. Şekiller uygun bir başlık ile ardışık olarak numaralandırılmalıdır. Aynı şekilde tablolara da başlık ve numara verilmelidir.

- Türkçe yazılarda Türk Dil Kurumu'nun Yazım Kılavuzu, İngilizce yazılarda Oxford English Dictionary ve Almanca yazılarda da Duden örnek alınmalıdır. Türkçe çalışmalarda yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır.

- Yayınlanmak üzere gönderilen yazıların sadece bir nüshasına çalışmanın tam adını, içerik hakkında bilgi veren üç anahtar kelimeyi, yazar/yazarların bağlı oldukları kurumu, unvanlarını, kendilerine ulaşılabilecek adres, telefon, faks numaralarını ve e-posta adreslerini belirten bir kapak sayfası konulmalıdır.

Kaynak Gösterme Kuralları

- Tüm referanslar metin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve gerekiyorsa sayfa numaraları yazılarak verilmelidir. Aynı kaynaklara yapılan göndermelerde de bu yöntem uygulanmalı ve "a.g.e.", "ibid.", "op. cit." gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır.

- Metin içinde numaralandırılan notlar metnin sonunda numara sırasına göre ve kaynakça bölümünden hemen önce verilmelidir.

- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba atıf yapılıyorsa, yazarın soy-

adı ve tarih verilmelidir (Jarvick 1996).

- Yazarın adı metinde geçmiyor ve belli sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası verilmelidir (Jarvick 1996: 111).

- Yazarın adı metinde geçmiyor ve birbirini takip etmeyen sayfalar söz konusuysa, yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir (Jarvick 1996: 111-3).

- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada yazarın birden fazla eseri mevcutsa sadece bahis konusu olan kitabın yayın tarihi ve sayfa numarası (1996: 111).

- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir (111).

- İki yazarlı kitaplarda her iki yazarın da soyadları yazılarak verilmelidir (Frantzich ve Sullivan 1996: 89).

- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra "ve diğerleri" anlamında "v.d." ibaresi kullanılmalıdır (Caroline Pauwels v.d. 2000: 89).

- Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine gönderme varsa, basım yılına a. b. c gibi harfler eklenerek kaynaklar birbirinden ayrılmalıdır (Noam 1991a: 34).

- Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Jarvick 1996: 234; Noam 1991: 45; Dörr 2000: 456).

- Metin içindeki alıntılar için çift tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimededen uzun alıntılar, tırnak işaretleri kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir küçük punto ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap, film isimleri gibi özel nitelermeler italik harfler ile, yazarın vurgu yapmak istediği sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.

Kitap

Çaplı, Bülent (1995). **Televizyon ve Siyasal Sistem**. Ankara: İmge Kitabevi.

İki Yazarlı Kitap

Frantzich, Stephen ve John Sullivan (1996). *The C-Span Revolution*. Oklahoma: Oklahoma University Press.

Üç veya Daha Fazla Yazarlı Kitap

Brett, P. D. v. d. (1986). *Mastering String Quartets*. San Francisco: Amaiti Press.

Çeviri Kitap

Sennett, Richard (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çev., Serpil Durak ve Abdullah

Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çeviri Makale

Gayet, Joel (1998). "Le monde n'est plus ce qu'il e'tait. Le consommateur." Çev., Serra Görpe. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 10: 269-280.

Dergiden Makale

Hellman, Heiki (2000). "Public Service Television and The Tendency Towards Convergence: Trends in Programme Structure in Finland, 1970-1992." *Media Culture and Society* 1 (16): 47-69.

Jackson, Richard (1979). "Running Down the Up-escalator: Regional Inequity in Papua New Guinea." *Australian Geographer* 14 (May): 175-184.

Editörlü Kitaptan Makale

Tekinalp, Şermin (1996). "Mainstream-Centering Political Views in Turkish Elections." *Political Communication Research-Approaches, Studies and Assessments*. David Paletz (der.) içinde. New Jersey: Ablex: 47-67.

İnternetteinden Makale

Oreja, Marcelino (2001). "To The Spanish Parliamentary Subcommittee on the RTV." <http://www.europa.int/comm/dg10/aupolicy/key-doc>, 3.3.2001.

Kitaptan Bölüm

Kaiser, Ernest (1964). "The Literature of Harlem." *Harlem: A Community in Transition*. J. H. Clarke (der.) içinde. New York: Citadel Press.

Bildiri

Özkan, Tuncay (2000). "Haberleşmede Çağdaş Yaklaşımlar." Birinci İletişim Kongresi, 1-3 Mart 2000. İstanbul.

Derleme Kitap

Paletz, David (der.) (1996). *Political Communication Research-Approaches, Studies and Assessments*. New Jersey: Ablex.

Yazar Olarak Kurum Adı

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (2001). *Genel Yayın Planı 2002*. Ankara: Basın Yayın Müdürlüğü.

Gazete

(Yazarlı)

Tortop, Nuri (1990). "Halkla İlişkilerin Önemi ve Ülkemizdeki Gelişmeler." *Milliyet*. 3.11.1990: 11.

(Yazarsız)

"Uzayda İlk Kez Ateş Yakıldı." *Hürriyet*. 21.01.2003: 40.

Yasal Düzenlemeler

“Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun (3984 S.K).”

Açıklamalı Basın Kanunu ve İlgili Mevzuat. Erman Özek (der.) içinde. İstanbul: Alfa Yayınları. 2000: 991-1002.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. 1982. Md: 11.

 **Tüpraş**'ın katkılarıyla yayımlanmıştır.

kilad

ISSN 1303-2771

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
ARAŞTIRMA DERGİSİ

Kocaeli Üniversitesi Umuttepe Merkez Yerleşkesi
Eski İstanbul Yolu 10. Km.

41380 Üçtepe Mevkii / İzmit / Kocaeli

Tel: 0262 303 18 02 Fax: 0262 303 18 03

<http://if.kou.edu.tr/kilad/index.htm>