

HAZİRAN/JUNE 2018 • SAYI / ISSUE: 29 • ISSN: 2630-6220

TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH
REVIEW OF
COMMUNICATION
STUDIES



İletişim Fakültesi



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

HAZİRAN/JUNE 2018 • SAYI /ISSUE: 29 • ISSN: 2630-6220

TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH
REVIEW OF
COMMUNICATION
STUDIES



İletişim Fakültesi



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ



İletişim Fakültesi

HAZİRAN/JUNE 2018 • SAYI / ISSUE: 29• ISSN: 2630-6220

TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES
(TURCOM)



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ



Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi / Turkish Review of Communication Studies

6 Aylık Hakemli Dergi / Biannual-Reviewed Academic Journal
Haziran/ June 2018 • Sayı/ Issue: 29 • ISSN: 2630-6220

Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner

Prof. Dr. Mehmet Emin Arat (Rektör • Rector)

**Derginin Sahibi / Owner of the Journal / Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına, On behalf of
Marmara University, Faculty of Communication**

Prof. Dr. Cengiz Anık (Dekan • Dean)

Editör / Editor Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz

Editör Yardımcısı / Assistant Editor Dr. Öğr. Üyesi Ergün Köksoy, Dr. Öğr. Üyesi Haldun Narmanlıoğlu, Dr. Öğr. Üyesi Yenal Gökşun, Öğr. Gör. Dr. Yusuf Ziya Gökçek, Arş. Gör. Dr. Süheyla Nil Mustafa, Arş. Gör. Fatmanur Demir, Arş. Gör. Gülen Sönmez, Arş. Gör. Seher Midilli, Arş. Gör. Yasin Aydınlik

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Ali Murat Yel (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. John Keane (The University of Sydney)
Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi)	Prof. Dr. Özhan Tıngöy (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ergün Yıldırım (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Filiz Balta Pelteköglü (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan (Marmara Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi)	Prof. Dr. Serhat Ulağı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Kalender (Selçuk Üniversitesi)	Prof. Dr. Serpil Kurel (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ayhan Biber (Kastamonu Üniversitesi)	Prof. Dr. Şahin Karasar (Maltepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Besim Dellaloğlu (Sakarya Üniversitesi)	Prof. Dr. Şükrü Sim (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Fahrettin Altun (İbn Haldun Üniversitesi)	Prof. Dr. Türkan Uğur Dai (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Himmet Hülür (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)	Prof. Dr. Yusuf Devran (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa Şeker (Akdeniz Üniversitesi)	Doç. Dr. Alev Erkilet (İstinye Üniversitesi)
Prof. Dr. Mutlu Binark (Hacettepe Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan (İbn Haldun üniversitesi)
Prof. Dr. Naci İspir (Atatürk Üniversitesi)	Doç. Dr. İhsan Karlı (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Alev Erkilet (İstinye Üniversitesi)
Prof. Dr. Peyami Çelikcan (İstanbul Şehir Üniversitesi)	Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan (İbn Haldun üniversitesi)
Prof. Dr. Rıdvan Şentürk (İstanbul Ticaret Üniversitesi)	Doç. Dr. İhsan Karlı (Kocaeli Üniversitesi)
Prof. Dr. Selma Ulus (Marmara Üniversitesi)	

Musahhah / Proofreader Arş. Gör. Deniz Kurban, Arş. Gör. Yasin Aydınlik (Türkçe); Dr. Öğr. Üyesi Alparslan NAS (İngilizce)

Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press

Adres: Göztepe Yerleşkesi 34722 Kadıköy, İstanbul
Tel/Faks: (0216) 348 43 79 E-posta: yayinevi@marmara.edu.tr

İletişim Bilgileri

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Nişantaşı Yerleşkesi 34365 İstanbul

E-mail: iletisimdergi@marmara.edu.tr

Web: http://dergipark.gov.tr/maruid

“TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ” Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli Akademik yayımdır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayın Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (eski adıyla Marmara İletişim Dergisi) ULRICH Global Serials Directory, EBSCO uluslararası alan indeksi, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) ve CiteFactor tarafından taranmaktadır.

“TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES” is a peer-reviewed academic journal of Marmara University Faculty of Communication. It is published every six months. All the opinions written in the articles are under responsibilities of the authors and it does not mean that they are adopted by the board. The Editorial Board reserves the right to make necessary changes in spelling and sentence, without distorting the essence of the text. The published contents in the articles cannot be used without being cited. Turkish Review of Communication Studies (formerly named as Marmara Journal of Communication) is indexed by ULRICH Global Serials Directory, EBSCO International Index, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBİM Social and Human Sciences Database, and Emerging Sources Citation Index (ESCI) and CiteFactor.

29. Sayının Hakem Kurulu /List of Referees

Prof. Dr. Belkıs Ulusoy (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Emel Poyraz (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ece Karadoğan Doruk (İstanbul Üniversitesi)	Doç. Dr. Esra İşmen Gazioglu (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Nurhan Tosun (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Füsün Ekşi (İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Özer (Anadolu Üniversitesi)	Doç. Dr. H. Esra Arcan (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Semra Atılğan (Marmara Üniversitesi)	Doç. Dr. Orhan Baytar (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Ali Satan (Marmara Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Soncu (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Artun Avcı (Marmara Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üyesi Ünsal Çığ (Mersin Üniversitesi)
Doç. Dr. Azize Nilgün Canel (Marmara Üniversitesi)	Dr. Öğr. Üyesi Yalçın Lüleci (Marmara Üniversitesi)
Doç. Dr. Besim Yıldırım (Atatürk Üniversitesi)	



İçindekiler / Contents

Editörden / Editorial	VII
Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner’i Yeniden Düşünmek Transformation of Media in Neoliberal Era and Rethinking Gerbner Ünsal ÇİĞ	1-20
Aile İletişim Kalıpları Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması Study on Validity and Reliability of the Turkish Version of the Family Communication Patterns Scale Ömer ERDOĞAN, Cengiz ANIK	21-46
Elektrik Dağıtım İhaleleri ve Medya Electricity Distribution Tenders and Media Şirin KARAL TEMUROĞLU, Nurşen MAZICI	47-68
Kırgızistan Örneğinde Medyanın Gündem Kurma Etkisi The Effects of Media on Agenda Setting in Kyrgyzstan Çetin Murat HAZAR, Kamışay MUHTAROVA	69-88
İmajın Kurumsal İtibara Etkisi: Giresun Belediyesi Örneği The Impact of Image on Corporate Reputation: The Case of Giresun Municipality Hasan GÜLLÜPUNAR, Tuba TEKME	89-89
II. Dünya Savaşı’nda Kadınlara Yönelik Hazırlanan Afişlerin Göstergebilimsel Çözümlemesi: “Women’s Land Army” Örneği Semiotic Analysis of the Posters Prepared Towards Women in the Second World War: “Women’s Land Army” Case Samet KAVOĞLU	111-124
Milli Mücadele Ruhunun Toplumsal Harekete Dönüşümü: Telgraf Hareketi The Transformation of the Spirit of the War of Independence into a Social Movement: Postal Telegraph Movement Gülcan IŞIK	125-148



Editörden / Editorial

Merhaba,

İnsanın kişisel ve toplumların genel tarihinde önemli dönüm noktaları olduğu gibi kurumların tarihinde de dönemlendirmeyi hak edecek düzeyde ayırt edici değişimler vardır. Önemli olan, bu tür yapısal değişimlerle beraber sürekliliği inşa etmek, korumak ve sürdürebilmektir. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kurumsal tarihinin en önemli dönüm noktalarından birisi, Basın Yayın Yüksek Okulu'ndan İletişim Fakültesi'ne dönüşümün gerçekleştiği 1992 yılıdır. Bu dönüşüm, Türkiye'deki iletişim fakülteleri açısından da yapısaldır ve kurumsallaşma açısından bir başlangıç olarak hafızalardaki yerini almıştır. Yüksekokulun fakülteye dönüşümünün getirdiği kurumsal dönüşümün değerli bir sonucu ise fakültenin akademik dergisinin yayına başlamasıdır. Aralık 1992 yılında yayımlanan ilk sayısından bu yana Marmara İletişim Dergisi, çeyrek yüzyılı aşan tarihiyle Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin olduğu kadar Türkiye'nin sosyal ve beşeri bilimler alanında birikimi ve özellikle de medya ve iletişim çalışmaları açısından, güçlü ve zayıf taraflarıyla birlikte, akademik ve entelektüel hafızamızın kayda değer bir unsurudur.

Aralık 1992 yılında yayımlanmaya başlanan Marmara İletişim Dergisi, son üç yıldaki çalışmalarının sonucunda ulusal ve uluslararası akademik indeks/dizin ve veritabanlarından aldığı kabullerle, şeffaflığı ve hesap verilebilirliği ön planda tutan editöryal ve hakemlik süreç yönetimi ile nitelikli içerikle güçlendirilmiş bir kurumsallaşmaya sahip olmuştur. Bu kurumsallaşmanın sağlandığı bir noktada, üniversitemizdeki akademik dergilerin yeniden yapılandırılması sürecinin bir parçası olarak Marmara İletişim Dergisi, 29. sayısından itibaren yeni bir isimle yayın hayatına devam edecektir: Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (Turkish Review of Communication Studies-TURCOM).

Nitelikle güçlendirilmiş bir kurumsallaşma ve özgün bilgi üretimi sorunuyla karşı karşıya olan Türkiye'deki medya ve iletişim çalışmaları alanında faaliyet gösteren akademik dergiler, Cemil Meriç'in ifadesiyle bir zekalar topluluğunun yankısı ve bir neslin vasiyetnamesi olarak önemli rol ve işlev üstlenebilecek imkana sahiptirler. Bu çerçevede önemli bir zemin olarak gördüğümüz Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, Türkiye'deki ve dünyadaki iletişim akademiasının imkan ve potansiyelinden azami düzeyde istifade ederek Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin kolektif bir çalışması olarak ikinci çeyrek yüzyılında da yayın hayatına devam edecektir. Dergimizi daha ileri noktalara taşıma hedefiyle, küresel ve bölgesel gelişmeleri ihmal etmeden, güncel

gündem ile kalıcı/yapısal olanın dengesini gözeterek dergimizde ele alınacak konuların odağında Türkiye yer alacaktır. Şimdiye kadar katkı sunan herkesi teşekkür ve hayırla anmayı bir borcun ifası olarak görüyorum. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi, değişime açık bir süreklilik ve uluslararası düzeyde bir akademik yayınlara Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin Türkiye'nin akademik ve entelektüel hayatına katkısının önemli bir mecrası olmaya devam edecektir.

Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi'nin 29.sayısında 7 makale ile okurlarımızın karşısına çıkıyoruz.

Bu sayının ilk makalesi olan “Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner’i Yeniden Düşünmek” başlıklı çalışmada Ünsal Çığ, neoliberalizmi sadece ekonomik bir teori olarak değil politik bir teori olarak da gören Harvey, Foucault, Dardot ve Laval gibi düşünürler ile George Gerbner’in teorisi ve kavramları arasında ilişki kurarak geleneksel medyanın bir teorisi olan “ekme teorisi”nin mutlu şiddet, acımasız dünya sendromu ve ikinci derece etkiler gibi bazı kavramlarını ekonomi-politik bir bağlama oturtarak tartışmaktadır.

Sayının ikinci makalesi olan Ömer Erdoğan ve Cengiz Anık imzalı “Aile İletişim Kalıpları Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması” başlıklı çalışma, McLeod ve Chaffee (1972) tarafından geliştirilen ve Ritchie ve Fitzpatrick (1990) tarafından tekrar gözden geçirilerek oluşturulan Revize Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (RAİKÖ)’nin Türkiye’deki üniversite ve ortaöğretim öğrencilerinden oluşan bir grup üzerinde geçerlik ve güvenilirliğini araştırmaktadır.

Şirin Karal Temuroğlu ve Nurşen Mazıcı imzalı “Elektrik Dağıtım İhaleleri ve Medya” başlıklı makalede ise ticari ve endüstriyel bir örgütlenme olan medyanın sahiplik yapısının ve iktidarla ilişkilerinin haber içerikleri üzerindeki etkisine odaklanılarak 2000’li yıllarda doğal tekel konumundaki Kamu İktisadi Teşebbüslerinin yeniden yapılandırılması ve özelleştirilmesi kapsamında gerçekleştirilen BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ ihalelerinin, nicel ve nitel içerik çözümlemesi temel alınarak haber, köşe yazısı ve söyleşilere yansımaları incelenmiştir.

Bu sayının dördüncü makalesi olan “Kırgızistan Örneğinde Medyanın Gündem Kurma Etkisi” başlıklı makalede Çetin Murat Hazar ve Kanışay Muhtarova, nicel yöntemlerin imkanlarından yararlanarak gerçekleştirilen ampirik bir çalışma ile medyanın gündem kurma işlevini Kırgızistan örneğinde ele almaktadır.

Hasan Güllüpunar ve Tuba Tekmen tarafından kaleme alınan “İmajın Kurumsal İtibara Etkisi: Giresun Belediyesi Örneği” başlıklı makalede ise, belediyeye dönük genel algının belediyeyi temsil makamı olan başkanlıktan ulaşım, sosyal ve kültürel faaliyetlerden üst ya da altyapı hizmetlerine kadar geniş bir alanda gerçekleşen faaliyetleri ve bunların iletişim yönetiminden etkilenip etkilenmediğiyle birlikte belediyeye ilgili oluşan genel algıya etkisini Giresun Belediyesi örneklemini üzerinden nicel yöntemlerden yararlanılarak araştırılmıştır.

Samet Kavoğlu'nun "II. Dünya Savaşı'nda Kadınlara Yönelik Hazırlanan Afişlerin Göstergebilimsel Çözümlemesi: "Women's Land Army" Örneği başlıklı makalesinde de İkinci Dünya Savaşı ortamında kadınların işgücüne katılımını sağlarken ortaya çıkan psikolojik yıkımı bertaraf etmek maksadıyla İngiltere, Avustralya ve ABD'de kurulan ve bu doğrultuda faaliyet gösteren "Women's Land Army"nin afişleri göstergebilimsel olarak incelenmektedir.

Bu sayıdaki son makale olan "Milli Mücadele Ruhunun Toplumsal Harekete Dönüşümü: Telgraf Hareketi" başlıklı çalışmasında Gülcan Işık, günümüz toplumsal hareket çalışmalarına katkı sunmak amacıyla, İzmir'in işgali sonrasında başlayan protestoların telgraflar aracılığıyla başlayan bir toplumsal hareketlenme ortaya çıkardığından hareketle Kurutuluş Savaşı esnasında 14 vilayetten çekilen telgrafların içerik analizini yapmaktadır.

Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi adıyla yayınına devam edecek olan dergimizin çeyrek asrı aşan Marmara İletişim Dergisi adıyla yaptığı 28 sayılık yayınlarını, "Marmara İletişim Dergisi Bibliyografyası (1992-2017)" başlığıyla akademik ve entelektüel hafızanın bir parçası haline getirmek amacıyla hazırlayıp bu sayıya yayımlamış olduk.

Son olarak, dergimizle ilgili duyurusunu yapacağımız bir başka gelişme de bu sayıdan itibaren tematik yayıncılığı özel sayılarla devam ettirmek olacaktır. Haziran ve Aralık aylarında normal periyodunda tema olmadan yayımlanacak birer sayının yanında mümkün olduğu oranda her yıl belli bir temaya odaklanmış bir özel sayı ile akademik ve entelektüel hayata katkı sunmaya gayret göstereceğiz. Bu çerçevede 2018 yılında Medya ve Demokrasi ile Türkiye'de Medya, Darbe ve 15 Temmuz temalarıyla iki özel sayı hazırlığımız devam etmektedir. Bu bağlamda, ilgili tüm araştırmacıları makale, değerlendirme makalesi ve kitap, akademik etkinlikler ve film analizlerini kapsayan değerlendirme yazılarıyla dergimize katkı sunmaya davet ediyoruz.

Bir sonraki sayıda buluşmak ümidiyle bu sayının hazırlanmasında emeği geçen herkesi şükranla anıyor, iyi okumalar diliyoruz.

Hediyeullah AYDENİZ



Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner’i Yeniden Düşünmek

Transformation of Media in Neoliberal Era and Rethinking Gerbner

Ünsal ÇİĞ*

Öz

Neoliberal evrede medyada yaşanan dönüşümler, demokrasilerde yaşanan dönüşümle yakından ilişkilidir. David Harvey’nin “zapt/mülksüzleştirme yoluyla birikim” olarak kavramsallaştırdığı neoliberal dönemin sermaye birikim pratikleri, medya endüstrilerinin ekonomi-politiğine ve medya teorilerine neoliberal dönüşümün çerçevesinden yeniden bakmayı gerekli kılmaktadır. Zapt/mülksüzleştirme yoluyla birikim, şiddetin neoliberal dönemde sermaye birikim pratiklerinin ve kâr maksimizasyonunun yapısal bir parçası olduğunu netleştirmektedir. Medya ve şiddet ilişkisini ele alan önemli kuramlardan biri George Gerbner’in “ekme teorisi”dir. Ekme teorisi ile Gerbner, televizyonun başat hikaye anlatıcısı olarak, dünyayla kurduğumuz ilişkiye etkilerini tartışmaktaydı. Geleneksel medyanın bir teorisi olan ekme teorisinin mutlu şiddet, acımasız dünya sendromu ve ikinci derece etkiler gibi bazı kavramları, bu makalede ekonomi-politik bir bağlama oturtularak tartışılacaktır. Bu ekonomi-politik bağlam, neoliberalizmi sadece ekonomik bir teori olarak değil, politik bir teori olarak da gören Harvey, Foucault, Dardot ve Laval gibi düşünürler ile Gerbner’in teorisi ve kavramları arasında ilişki kurularak ele alınacaktır. Bu kavramların küresel, finansal ve dijital medya çağında bugün nasıl tartışılabileceği üzerine yeniden düşünülecektir. Gerbner’in kavramlarını ekonomi-politik bir bağlamda okumak, günümüzde (ister neoliberalizmin bir krizi, istersek onun varabileceği olağan bir durak olarak okuyalım) demokrasilerdeki değişim ile birlikte ele alınması gereken ana akım medyada yaşanan dönüşümü anlamak adına son derece önemli bir kavrayış sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Zapt/mülksüzleştirme Yoluyla Birikim, Acımasız Dünya Sendromu, Mutlu Şiddet, George Gerbner, Neoliberalizm.

Abstract

The transformations of the media in the neoliberal era are closely related to the transformations of democracies. Practices of capital accumulation in the neoliberal era which David Harvey identifies as

* Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Mersin, Türkiye, unsalcig@mersin.edu.tr.

“accumulation by dispossession” necessitate to reevaluate the political-economy of media industries and media theories within the frame of neoliberal transformation. The notion of accumulation by dispossession clarifies that violence has become a structural element of capital accumulation and profit maximization processes in the neoliberal era. George Gerbner’s “cultivation theory” is one of the prominent theories on the relation between the media and violence. Gerbner, with his cultivation theory, discusses the effects of television as a storyteller on the relationship between individuals and the world. Cultivation theory, which is a theory about conventional media and its concepts such as happy violence, mean world syndrome and second order effects will be discussed within the context of political economy. This economic-political context will be discussed by juxtaposing the theories of Harvey, Foucault, Dardot and Laval – who consider neoliberalizm not only as an economic theory but also as a political one – with Gerbner’s theory and concepts. It will be reconsidered how to discuss these concepts in the era of contemporary global, financial and digital media. A reflection on Gerbner’s concepts in a economic-political context offers a crucial insight to understand the transformation in the mainstream media that needs to be addressed with the change in democracy today.

Keywords: Accumulation by Dispossession, Mean World Syndrome, Happy Violence, George Gerbner, Neoliberalism.

Giriş

Günümüzde dünyanın içinden geçmekte olduğu politik çalkantılar ile teknolojiye yaşanan değişimler, neoliberal kapitalizmin içinden geçmekte olduğu evre ile yakından ilişkilidir. Birçok düşünür tarafından radikal bir değişimin eşiği, büyük bir altüst oluş olarak tanımlanan bu evre, medya açısından da dönüşümlere ve altüst oluşlara gebe dir. Son elli yıl içinde medya sistemleri, gerek ekonomi-politik gerekse teknolojik açıdan büyük bir dönüşüm geçirmiş, 21. yüzyılın başında bu dönüşüm, internet ve küreselleşmeyi de içine alarak hızlanmıştır. Bugün medyanın finansallaşan ve holdingleşen yapısına, küresel sermayeye eklenme, dijitalleşme, prekarizasyon (emeğin esnekleşmesi, güvencesizleşmesi süreci) ve robot teknolojilerinin yaygınlaşması eşlik etmektedir. Bu nedenle medyada yaşanan dönüşümleri kavrayabilmek ve sonuçlarını öngörebilmek için neoliberal kapitalizmin sermaye birikim sürecini ve bu sürecin medyadaki işleyişini tartışmak acil ve önemlidir. David Harvey’nin (2003, 2004, 2005, 2007) “zapt/mülksüzleştirme yoluyla birikim”¹ (*accumulation by dispossession*) olarak kavramsallaştırdığı neoliberal dönemin sermaye birikim pratikleri, medya sermayesinin küreselleşmesi, finansallaşması ve holdingleşmesi ile başlayan süreç açısından da tartışmayı acil kılmaktadır. Bu kavramsallaştırma ile neoliberal döneme özgü farkları tartışmaya açan Harvey’nin (2007) de gösterdiği gibi, şiddet kâr maksimizasyonu sürecinin yapısal bir parçasına dönüşmüştür (s. 35). Küresel piyasaya eklenilen ülkelerde

1 David Harvey’nin *accumulation by dispossession* kavramı, birçok kaynakta “mülksüzleştirme yolu ile birikim” olarak Türkçeye çevrilmiştir. Mülksüzleştirme özellikle toprak rantı veya kamusal varlıkların özelleştirilmesi yoluyla sağlanan birikimi anlatmak için çok uygun bir kavramdır. Basitçe ifade edersek, neoliberalizme kadar sermaye dolaşımının biçimsel olarak dışında kalan alanların (eğitim, sağlık, vs.) da sermayenin dolaşımına dahil edilmesini anlatmaktadır. Ancak örneğin, gündelik çevrimiçi faaliyetin sermaye dolaşımına dahil edilmesini Türkçede mülksüzleştirmeden daha çok “zapt etme” veya “gasp etme” kavramları karşılamaktadır. Bu nedenle, kavramı Türkçeye “zapt yolu ile birikim” olarak çevirmeyi tercih ettik.

şiddet örüntüsünün sıradanlaşması (Berdayes ve Murphy, 2016) ve medyanın da bu sürecin doğallaştırıcısı olması (Ekman, 2014) neoliberal dönemde medya ve şiddet arasındaki ilişkiyi tartışan kuram ve araştırmalara tekrar bakmayı ve onları güncelleyerek yeni teorik ve pratik araştırmalara ulaşmayı acil kılmaktadır. Medya ve şiddet ilişkisini ele alan önemli kuramlardan biri, George Gerbner'in "ekme teorisi"dir (*cultivation theory*).

George Gerbner'in Annenberg İletişim Okulu'nda 1960'ların ortasında başlattıkları kültürel göstergeler araştırmasının verilerinden yola çıkarak geliştirdiği ekme teorisi, iletişim çalışmaları alanında günümüze dek önemini koruyagelmiştir. Lewis'e göre "medya etki okulunun reformcu kanadı" olarak nitelenebilecek Gerbner ve arkadaşlarının kültüre eleştirel yaklaşımları, ekme teorisini "Frankfurt Okulu'nun bir tür ampirik biçimi olarak anlamlandırma olasılığını" da ortaya çıkarmaktadır (aktaran Erdoğan, 1998, s. 149). Kültürel Göstergeler Projesi, televizyonu merkeze alan bir araştırmadır. Proje kapsamında televizyon programları örnekleri kaydedilmekte ve kaydedilen programlara içerik analizi yapılarak televizyon dünyasının temel karakteristikleri belirlenmektedir. Bu karakteristikler, televizyon izleyicilerine ekme istediği değerleri/görüşleri/korkuları işaret eder ve buradan hareketle, alan araştırmasında sorulacak sorular belirlenir. Bu anlamda ekme teorisi, televizyonun izleyicilerin düşünceleri üzerindeki etkisini somutlaştırmaktadır. Bu teoriyi bugün yeniden tartışırken üzerinde durmamız gereken ilk nokta, geleneksel medyanın bir parçası olarak televizyonu merkeze alan bir teorinin dijital çağda, özellikle de sosyal medya çağında, hâlâ güncelliğini koruyup korumadığıdır.

Ancak neoliberal dönemde geleneksel medyada ortaya çıkan yeni eğilimler ve sosyal medyanın endüstriyel/askeri gözetim bloğunun bir parçası haline gelmesi sonucunda, çağı özgürlükler çağı olarak kutsayan iyimser teorilerin çoğunun geçerliliğini yitirdiği açıktır. Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü'nün (RSF) son iki yılda yayınladığı Basın Özgürlüğü Endeksleri (2016, 2017), küresel olarak basın özgürlüğünün gerilediğini ve basına yönelik saldırı ve baskıların arttığını ortaya koymaktadır. Medyanın birkaç uluslararası holdingin elinde toplanması, sermaye birikim modeli ile uyumlu biçimde haber alma hakkının da zapt edilmesi, medya organlarının sayısı artsa bile, içeriklerin tek tipleşmesi, hatta Macaristan, Türkiye, Hindistan gibi örneklerde aynı başlık ve kelimelerle haberlerin çıkması, gazetecilerin medya patronları ve iktidarların baskısı ile her geçen gün özgürlüklerini yitirmesi, artık sadece birkaç ülkede görülen problemler olmaktan çıkmıştır.

Macaristan devlet televizyonunda çalışan gazetecilerin Nisan seçimlerinden sonra The Guardian'a verdiği röportajda söyledikleri, geleneksel medyanın hala hafife alınmayacak kadar etkili olabildiğini hepimize hatırlatmaktadır. İnsanları ne kadar etkileyebildiklerinin farkına vardığında çok kötü hissettiğini söyleyen bir gazeteci, seçimlerin öncesinde birçok arkadaşının kendilerini kimsenin izlemediği düşüncesiyle kendilerini avuttuğunu, ancak gerçekte ne kadar önemli olduklarının ortaya çıktığını itiraf etmiştir (Nolan ve Walker, 2018). Tüm bu eğilimlere internetin de birçok ülkede kontrol altına alınma eğilimi eklendiğinde, bugün sermaye birikim modelini, yani ekonomi-politiği tartışmadan hiçbir yere varamayacağımız açıktır. Bugün birçok ülkede basın üzerindeki devlet kontrolü, özelleştirilmiş bir medya sektörünün iktidara yakın ve enerji, inşaat, finans gibi birçok farklı alanda yatırımı olan ve iktidara yakın holding patronlarının gazete ve televizyonları satın alması yoluyla sağlanmaktadır. Üstelik eskiden

Asya tipi medya sistemlerinin sorunu olarak görülen devlet kontrolü bugün, Macaristan veya Polonya gibi Avrupa ülkelerinde de görülmektedir. Bu açıdan Harvey'nin zapt yolu ile birikim olarak adlandırdığı sermaye birikim stratejisinin medya teorileri için önemi de netleşmektedir. Harvey (2007), zapt yolu ile birikimin bileşenlerinden birinin devlet aracılığı ile yeniden dağıtım olduğunu vurgulamaktadır (s. 38-39). Devlet, neoliberal evrede servetin yeniden dağıtılması sürecinin baş aktörü ve belirleyeni olduğunda, iktidarların medya patronları üzerindeki etkisi ve bugünkü eğilim de büyük oranda açıklanabilmektedir. Bu evrede sosyal medya şirketlerinin sermaye birikim modellerine yakından bakıldığında, sorunun boyutları daha da büyümektedir. Dolayısıyla, bu eğilimleri doğru biçimde anlayabilmek ve basın özgürlüğü/demokrasi ilişkisini yeniden tartışabilmek için, sosyal medya ve geleneksel medyayı ekonomi-politik açıdan tartışan bütünlüyci bir bakışa ihtiyaç vardır.

Bugün sosyal medya çağının iletişimsel evresini yaşamakta olduğumuz bir gerçektir. Buna karşın televizyon, geleneksel medya olarak adlandırılan büyük oranda tek yönlü, endüstriyel ve kitlesel iletişim çağının iletişim araç ve biçimlerinden bir tanesiydi. Ancak her yeni iletişim çağı, önceki teknolojiyi tamamen ortadan kaldırmadığı gibi, eski teknoloji ve iletişim evreleriyle melezlenerek yeni biçimleri ortaya çıkarmaktadır. Üstelik kanımızca Gerbner'in teorisini bugün de güncel ve önemli kılan en önemli kısım, Gerbner ve arkadaşlarının (Shanahan ve Morgan, 1999) televizyon tanımlarıdır. Ekme teorisinde televizyon, merkezileşmiş bir hikaye anlatma sistemi olarak ele alınmıştır (s. 13). Bu tanımlama, bugünün iletişim teknoloji ve yeni biçimleri açısından da geçerli ve günceldir. Sosyal medya çağında merkezi hikaye anlatma sistemlerinde çatlaklar açabileceğimiz yeni, etkileşimli platformlara sahip olduğumuz söylenebilir. Ve dijital çağda hikayelerin artık merkezi/kitlesel biçimde anlatılmadığı; aksine parçalanmış kamulara hitap eden niş hikayelerin anlatıldığı söylenebilir. Ancak makalede ayrıntılı biçimde de tartışacağımız üzere, neoliberal dönemin alamet-i farikası, kitlesel/merkezi hikayeler, söylemler ve düzenekler (dispozitifler) aracılığıyla hegemonik hale gelen ve Dardot ve Laval'ın (2012) "neoliberal akıl" olarak adlandırdığı düşünme ve var olma/özyönetim(self-governmentality)/kendini kurmayı yaygınlaştırmasıdır (s. 197-217, 361-409). Sosyal gerçekliği algılama biçimlerimize odaklanan ekme teorisinin bazı kavram, yöntem ve tartışmaları bu nedenle tekrar tartışılmayı ve yenilenmeyi hak etmektedir.

Başta da belirttiğimiz gibi, çağdaş kapitalizmin sermaye birikim sürecine içkin olan şiddet örüntülerinin doğallaştırılması ve görünmez kılınması açısından medya çok önemli bir role sahiptir. Holdingleşen, küreselleşen ve finansallaşan medya sermayesi dolayısıyla medya, sadece zapt yoluyla birikim sürecinin ortaya çıkardığı şiddet biçimlerini doğallaştırmakla kalmaz, aynı zamanda bu sürecin faili haline de gelir. Dolayısıyla medya ve şiddet arasındaki ilişkiyi günümüzde tartışmak için ekonomi-politik bir bağlamdan yola çıkmak gerekmektedir. Geleneksel medyanın bir teorisi olan ekme teorisinin mutlu şiddet, acımasız dünya sendromu (*mean world syndrome*) ve ikinci derece etkiler (*second-order effects*) gibi bazı kavramlarını, ekonomi-politik bir bağlama oturarak tartışacağız. Ayrıca dijitalleşen medya ortamında bu teorinin hangi kısımlarının yeni araştırma veya kuramlar için hâlâ önemli olduğuna dair bir çerçeve çizeceğiz. Ancak burada, tartışmayı ağırlıklı olarak neoliberal küresel piyasanın ortaya çıkardığı şiddet örüntüleri ve

geleneksel/yeni medya ortamlarının buradaki rolü bağlamında ele alacağız. Salt bir (geleneksel) medya teorisi olan ekme teorisi ile Gerbner'in aşırı sağa ve faşizme kayma yönündeki uyarılarını, neoliberalizmi liberalizmin sonu olarak ele alan Dardot ve Laval, Harvey ve neo-Foucaultcu yaklaşımlarla beraber tartışmak, disiplinlerarası bir bağlamda yeni medyayı da içine alacak bir tartışmaya kapı açabilir. Aşağıdaki ilk bölümde kısaca neoliberal kapitalizmin sermaye birikim süreci ve bu süreçte medyanın rolü tartışıldıktan sonra ikinci bölümde ekme teorisi güncel bir bağlamda yeni medya ortamıyla ilişkisi açısından ele alınacaktır. Burada amacımız, ekonomi-politik ve teknolojik gelişmelerin ışığında ekme teorisini merkeze alan teorik ve pratik araştırmalar açısından yeni tartışmalar başlatabilmektir.

Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Zapt/Mülksüzleştirme Yoluyla Birikim

Neoliberal dönemde medya endüstrisi, her ülkede farklı bir yapıya ve farklı demokrasi deneyimlerine sahip olmasına rağmen belli bazı benzer eğilimlere sahiptir. 1980'ler ve 1990'larda, hatta 2000'lerin başında bile, tarihin içinden geçtiği aşamayı karakterize eden üç temel eğilim, küreselleşme, teknolojik devrim ve demokratikleşme olarak anılıyordu. Her üç eğilim için de medya, çok temel bir rol oynamaktaydı (McChesney, 2001, s. 1). Ancak demokratikleşmeye yapılan vurgu, 2000'lerin başından itibaren yerini çok daha karamsar görüşlere bırakmaya başladı. Öyle ki, kapitalizmin artık demokrasi ile ayrılmaz bir ikili olduğu iddiasıyla tarihin çatışmasız bir evreye girdiğini ve tarihin sonunu ilan eden Francis Fukuyama bile, bu tezini tekrar gözden geçirmek zorunda kalmıştır (Fukuyama, 2013). Eski hegemonyalar sarsılırken çatışma ve paylaşım savaşlarının dünya çapında arttığı, demokratik değerlerin de her geçen gün daha fazla yitirildiği günümüzü, iki dünya savaşı arasındaki evreye benzeten veya yeni bir dünya savaşının yakın olduğunu tartışan düşünür ve tarihçiler de bulunmaktadır.² Neoliberal kapitalizmin 2001 sonrası girdiği bu evreye, Georg Fülberth (2011), isabetli öngörüsüyle, *polizentrik* kapitalizm ve (sorunlu) ABD hegemonyası adını vermiştir. Bu bağlamda 2001 yılından başlayarak görülen yeni olgular; enerji kaynaklarına yönelik sürekli çatışmalar, kapitalizm içi hegemonya çatışmaları, yeni kapitalist toplumların büyüyen önemi ve finans, mal ve işgücü pazarlarının birbirinden kopuk yapılarının yerleşik hale gelmesi olarak ortaya çıkar. Fülberth'e göre bu dört olgu, neoliberal dönemde varlıklarını sürdürmeye devam ederse, toplumsal eşitsizliğin derinleştiği, gelir dağılımından kaynaklanan çatışmaların keskinleştiği ve teknolojinin aynı kaldığı veya toptan değiştiği yeni bir gelişme, yani tanıdığımız kapitalizmin sonu kaçınılmaz olacaktır (s. 288-296). Neoliberal kapitalizmin bugün içinden geçtiği evre Fülberth'in öngörülerini büyük oranda doğrulamış görünmektedir.

Neoliberal evrenin başlarında vaat edilen demokratik altın çağ, yerini demokrasinin dünya çapındaki büyük gerilemesine ve artan eşitsizlik ve çatışmalara bırakırken, medya sistemleri de büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Daha önce büyük oranda ulusal olan medya sistemleri, bugün yerini küresel-ticari medya piyasasına bırakmıştır. McChesney'e (2001) göre, bu küresel

2 Bkz. Traverso (2013), Hobsbawm (2008), Fülberth (2011), Wallerstein, Collins, Mann, Derlugian ve Calhoun (2014), Keleşoğlu (2018, 13 Nisan).

oligopolün birbiriyle ilişkili iki belirgin özelliği vardır. İlki, başlangıçta neredeyse hepsi Amerikan kökenli olan başat şirketlerin dünya çapında müthiş bir hızla yayılmasıdır. Burada temel amaç, Amerikan piyasası yeterince gelişmiş olduğu ve sadece belli oranlarda büyümeye izin verdiği için, ülke dışındaki büyüme potansiyelini sermayeye çevirmektir. İkincisi ise, yakınsama ve birleşmelerin çağın temel belirleyeni haline gelmesidir. Kısaca, küresel medya piyasası, müthiş bir yoğunlaşma ve tekelleşmeyi beraberinde getirmiştir. Bütün bunların sebebi konusundaki geleneksel açıklama teknolojinin gelişmesidir, ancak medyadaki yapısal dönüşümün esas itici gücü, neoliberal kuralsızlaştırma (deregülasyon) için de bir basınç oluşturan kapitalizmin devamlı kâr maksimizasyonu arayışı olmuştur. Bunun medya sistemleri açısından anlamı, ticari sömürünün ve yoğunlaşmış medya sahipliğinin önündeki engellerin gevşetilmesi veya tamamen ortadan kaldırılmasıdır. Sistemin mantığı, şirketlerin riski azaltıp kâr etme fırsatlarını artırmak için çok çeşitli alanlara yatırım yaparak büyümeleridir. Rakipleri tarafından asla yenilmemeleri için de dünyanın dört bir yanına yayılmaları gerekmektedir (s. 2-3).

Küresel medya endüstrisi, tıpkı diğer neoliberal piyasalarda olduğu gibi, sadece kısmi olarak rekabetçidir. Hatta belli açılardan rekabetçi piyasadan çok daha fazlasıyla bir karteli andırmaktadır. Bunun etkileri McChesney'nin (2001) vurguladığı gibi, sadece ekonomik alanla sınırlı kalmamıştır. Medya devleri, aynı zamanda ulusal, bölgesel ya da küresel düzlemde etkili politik lobicilerdir (s. 4). Küresel medya endüstrisi, serbest piyasanın veya doğal kanunların sonucunda değil; neoliberal sistemi mümkün kılan bir dizi devlet politikası sonucunda ortaya çıkmıştır. Medyanın yapısal dönüşümünün ortaya koyduğu manzara, Türkiye'de havuz medyası örneğinde ya da İngiltere'de yaşanan "Telekulak Skandalı" sonrasında yürütülen Leveson soruşturmalarıyla ortaya çıkan politikacılar, hükümet yetkilileri ve Rupert Murdoch arasındaki ilişkilerde görülebilmektedir. Kısaca neoliberal dönüşüm, iddia edildiği üzere devletin küçüldüğü bir piyasa sistemi değil, devlet ile piyasanın kâr maksimizasyonu amacıyla bütünleştiği bir sistem inşa etmektedir. Neoliberalizm, Loic Wacquant ve Aksu Akçaoğlu'nun (2014) da vurguladığı gibi, sadece ekonomik değil, aynı zamanda politik bir teoridir ve hatta bir devlet biçimidir (s. 68-70). Bu kadar az sayıda ve devasa şirketin ellerinde bu derece yoğunlaşmış bir medya sistemi, demokratik teori içindeki özgür basın kavramına her anlamda aykırıdır. Demokratik bir yönetim ve denetleme için geliştirilmiş en önemli araçlardan olan gazetecilik, var olan ve her geçen gün büyüyen eşitsizlikten yararlanan ve temel çıkarları statükoyu korumakta yatan kişiler tarafından kontrol edilecektir. McChesney'nin (2001) öngördüğü gibi, gazeteciliğin profesyonel özerkliğine saldırı, medya ve iletişim sistemlerinin neoliberal dönüşümünün basitçe daha geniş bir parçasıdır. Neoliberal proje için küresel ticari medya sistemi çok kullanışlı ve önemli bir araçtır, çünkü polis devleti olmadan (ihtiyaç duyulmadıkça elbet) ve büyük direnişlerle karşılaşmadan sermayenin egemenliğinin devamını (veya Harvey'nin vurguladığı gibi, sınıf iktidarının onarımı ve egemenliğini) sağlamak için sahte bir politik kültür üretmenin en önemli aracıdır (s. 5). Bugün popülist sağ siyasetçilerin ve iktidarların gazetecilere ve gazeteciliğe yönelik saldırıları ile Amerika'da ağ tarafsızlığını ortadan kaldırmaya yönelik yasa hazırlıkları gibi interneti de kontrol altına almaya yönelik örnekler, Fülberth'in (2011) bildiğimiz kapitalizmin sonu öngörüsünün gerçekleşmekte olduğunu göstermektedir (s. 297-305). Bu da, medya sistemlerinin yapısal

dönüşümünün aynı zamanda sistemin yapısal dönüşümü ile ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Yani bugün küresel ticari medya sistemi içinde yapılan gazetecilik veya internetin sağladığı bilgi paylaşım imkanları bile, iktidarlar için rahatsız edici olabilmektedir.

Küresel neoliberal sistemin bugün ulaştığı sermaye ve güç yoğunlaşması ile tetiklediği coğrafi, bölgesel veya uluslar içindeki eşitsizlik, asgari demokratik koşulları bile kaldıramayacak boyutlara ulaşmaktadır. Bu durum bildiğimiz anlamda kapitalizmin sonu olduğu gibi, bildiğimiz medyanın da sonu demektir. 2016 Oscar'larında *Spotlight* (Tom McCarthy, 2015); 2018 Oscar'larında ise *The Post* (Steven Spielberg, 2017) filmlerinin Akademi tarafından görmezden gelinememesinin altında yatan da bugün medyanın dönüşümünün, bildiğimiz gazeteciliğin sonunu getirmekte olmasıdır. Her iki film de klasik anlamda birer gazetecilik filmi oldukları gibi, aynı zamanda tam da bugün kaybettiklerimize veya (kimi ülkeler için) kaybetmeye başladıklarımıza dairdir de. Bugün gerçekleşmekte olan dönüşümü anlayabilmek ve sonuçlarını öngörebilmek için sermaye birikiminin neoliberal dönemdeki biçimlerine yakından bakmak gerekmektedir. Böyle bir yakın bakış, özellikle neoliberal dönemde sermayenin küreselleşmek için ihtiyaç duyduğu dönüşümlerin boyutu göz önüne alındığında, medyanın dönüşümünü anlamak için de elzemdir.³ Harvey'nin zapt/mülsüzleştirme yoluyla birikim olarak kavramsallaştırdığı birikim stratejileri, medya endüstrisinin dönüşümünü ve ona eşlik eden şiddet örüntülerini de açığa çıkarmaktadır. Bu da, Gerbner'in araştırması sonucunda ulaştığı kavramları yeni bir bakışla tartışmak için bize önemli bir zemin sağlamaktadır.

Zapt/Mülsüzleştirme Yoluyla Birikim

Sermayenin birikim ve dolaşım süreçleri, neoliberal evrede dönüşmekte olan medya sistemlerini anlayabilmek için çok önemli veriler sağlamaktadır. Özellikle bu süreçlere içkin şiddet ve devletlerin rolü, içinden geçmekte olduğumuz evrede yaşadığımız altüst oluşu anlayabilmek için temel önemdedir. Neoliberal evrede metalaşmaya açılan tüm alanlarda görülen şiddet pratikleri ve bu süreçte devletin oynadığı rolü açıklayan önemli kavramsallaştırmalardan biri, Harvey'nin zapt/mülsüzleştirme yoluyla birikim kavramıdır. Harvey'ye (2007) göre neoliberalizm, iddia edilen aksine, ekonomik üretkenlik veya performansı artırmakta başarısız olmuştur (s. 34). Ancak neoliberalizmin asıl başarısı, servetin yeniden dağıtılması aşamasında üst sınıflar ve güçlü ülkeler lehine önemli bir avantaj yaratmasıdır.

İşte bu süreci açıklayabilmek için kavramsallaştırdığı zapt yolu ile birikim ile Harvey, Marx'ın ilk/ilkel birikim (*original/primitive accumulation/ursprüngliche Akkumulation*) olarak adlandırdığı birikim pratiklerinin devamlı bir karakter kazanması ve neoliberal dönemde artarak devam etmesini kastetmektedir. Giovanni Arrighi, Nicole Aschoff ve Ben Scully'nin (2010) de belirttiği üzere, zapt yoluyla birikim büyük oranda ilkel birikimin eş anlamlısı olarak görülebilir. Her iki kavramın içerdiği ve farklı tarihsel dönemlerde izini sürdüğü süreçler birbirine benzemektedir: Toprağın metalaştırılması ve özelleştirilmesi sonucunda köylü nüfusun

3 Daha ayrıntılı bir tartışma için bakınız Manfred Knoche (2015): The media industry's structural transformation in capitalism and the role of the state: Media economics in the age of digital communications. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique.*, 14(1), 18-47.

zorla sürülmesi; çeşitli (kollektif, müşterek, devlet/kamu) mülkiyet haklarının ayrıcalıklı özel mülkiyet haklarına dönüştürülmesi; emek gücünün metalaştırılması ve üretim ve tüketimin alternatif ve yerli biçimlerinin yok edilmesi; varlıkların tahsisinin kolonyal, neo-kolonyal ve emperyal süreçleri; özellikle toprağın, değişim ve vergilendirilmesinin parasallaştırılması gibi. İlkel birikimi yeniden kavramsallaştırarak Harvey, bu sürecin devamlı karakterine ve neoliberal dönem de dahil, yağmacı pratiklerin sermaye birikimi sürecinde sürekli geri dönen bir karakter taşıdığına vurgu yapmaktadır (s. 411).

Kapital'in ilk cildinde Marx (2013), ekonomi-politikte de ele alınan sermaye birikiminin ilk aşamasını diyalektik ve tarihsel bir zemine oturturken, ekonomi politiğin ilk birikime yaklaşımını teolojideki ilk günah metaforu ile somutlaştırır: "Teolojinin ilk günah efsanesi, bize, kuşkusuz, insanın ekmeğini alınının teriyle kazanmaya nasıl mahkûm edildiğini anlatır; ekonomik ilk günah tarihi ise, buna ihtiyaç duymayan insanların nasıl olup da var olabildiklerini açıklar" (s. 686). İlkel birikim pratikleri, feodal düzen içindeki üreticileri ücretli emeğe dönüştüren kan ve şiddetle örülü bir süreçte ortaya çıkmıştır. Bu tarihsel süreç bir yandan özgürleştiricidir, çünkü toprak emekçilerini feodalitedeki serflikten, vassal ve senyörlere olan bağımlılıklarından veya loncaların bağlarından özgürleştirmektedir. Diğer yandan, feodaliteden kapitalizme evrilmekte olan tarihsel süreçte ilkel birikim pratikleri, sahip oldukları üretim araçları ile feodal düzenlemelerin sağladığı bütün güvenceleri ellerinden almaktadır. Bu süreç, sermaye ve sermaye ile uyumlu bir üretim biçiminin tarih öncesi aşamasını oluşturduğu için Marx tarafından ilkel birikim olarak kavramsallaştırılmıştır. Aynı zamanda bu tarihsel süreç, feodalite içinde belirlemekte olan devlet aygıtının, yasallık ve mülkiyete ilişkin tanımların da kökten değiştiği bir sürece denk gelmektedir. Bu süreçte devletin ve devlet şiddetinin rolü, neoliberal dönemdeki sermaye dolaşımı ve devletin dönüşümünü tartışmak açısından da hala çok önemlidir.⁴

Glassman'ın (2006) da vurguladığı gibi, Marksizm içinde yüzyılı aşkın bir zamandan beri devam eden ilkel birikim tartışmaları, hangi politik veya teorik bağlılığa sahip olduklarından bağımsız olarak, akademisyenlerin büyük bir kısmı için çok önemli olmalıdır. Glassman'a göre, bunun en azından iki nedeni vardır. İlki, yukarıda vurguladığımız gibi, bu tartışmaların günümüzü açıklamaktaki yetkinliği/isabetidir. İlkel birikim etrafında örülen eski veya yenilenmiş tartışmaların hepsi, çağdaş dünyanın dönüşümlerini anlamak adına çok dikkat çekici olan süreç ve konulara odaklanmaktadır. Marksist analiz, ilkel birikime yönelik sadece tanımlayıcı kavram ve yorumlar değil, teorilerle desteklenmiş yorumlar da içermektedir. Bu teorik yorumlara itirazı olanlar bile, küresel kapitalist gelişimin ayrılmaz bir parçası olan dönüşümleri anlamaya katkıda bulunacak tartışmalar bulabilirler. İkinci neden, özellikle Harvey'nin de odaklandığı küresel kuzey ülkelerinde süregiden sermaye birikimi pratiklerini açıklamaya odaklanan feminist teori, politik ekoloji veya post-Marksizm içindeki güncel tartışmaların, kapitalist ekonomik süreçler içinde kapitalist toplumların karmaşıklığını ve heterojenliğini ele almakta oluşudur (s. 609). İlkel birikim tartışmaları, tam da bu nedenlerden ötürü, bugün medya üzerine çalışan akademisyenler açısından da önemlidir. Medya sistemlerindeki dönüşümü açıklayabilmek için, devletin bu süreçteki rolünü ve sürecin coğrafyadan coğrafyaya değişen karmaşık ve heterojen yapısını göz

4 Bkz. Wacquant (2016), Dardot ve Laval (2012), Foucault, (2015).

önüne almak gerekmektedir. Marx'ın prekapitalist ilişkiler kapitalist üretim biçimine evrilirken zor ve şiddet içeren mülksüzleştirme sürecini kavramsallaştırdığı ilkel birikim süreci ve bu sürece odaklanan tartışmalar, iktidar ilişkilerini, devlet gücünü ve yeni bir toplumu doğuran güçleri de ele almaktadır.

Bu süreç, Marx tarafından meta analizinde de olduğu gibi, toplumsal ilişkilerin bir dönüşümü olarak analiz edilmektedir (aktaran Glassman, 2006, s. 610). Tam bu nokta, Gerbner'in hikaye anlatımı ve kültürel rol üzerinden yürüttüğü tartışma açısından da çok önemlidir. Üretim biçimi, arzuları, yaşam biçimlerini, niyetleri yani özneliği kurmakta ve aynı öznelik tarafından da yeniden kurulmaktadır. Medyanın neoliberal dönemde geçirdiği dönüşümün karmaşıklığı ve heterojenliği, Harvey, Marx, Foucault, Dardot ve Laval ile Gerbner'in teorik açıdan tartışılabileceği düğümde, yani çağdaş üretim biçiminin, tarihsel bir çerçeveye oturtulduğunda, toplumsal ilişkiler bileşkesi olmasında yatmaktadır. Kapitalist üretim biçiminin oluşumuna ve devamına, sermayenin dolaşımı kadar bu dolaşımı mümkün kılan arzular, düzenekler (dispozitifler)⁵ veya söylemler, yani kültürel hikaye anlatımı da dahildir (Read, 2014, s. 42-49).

Mülkiyet tanımları değiştiğinde, yani metalaşma, özelleştirme, proleterleşme veya bugün farklı bağlamlarda tartışılan prekerleşme süreçleri⁶ ya da varlıkların tahsisinin kolonyal neo-kolonyal veya emperyalist süreçleri, devletin apriori varlığı ile her hayata geçtiğinde, bu sürece eşlik eden şiddet de doğallaştırılmakta, görünmez kılınmakta ve yasalaşmaktadır (Harvey, 2004, s. 74). Michel Foucault, *Hapishanenin Doğuşu*'nda (2000) ilkel birikimin yasadışı olana ve mülkiyete ilişkin tanımları dönüştürmesini de tartışmaktaydı (s. 396-398). Toprak mülkiyeti mutlak mülkiyete dönüşürken köylülerin elde ettiği, muhafaza ettiği ve hak olarak tanımlanan toprağı kullanma biçimleri yeni mülk sahipleri tarafından reddedilmekte ve hırsızlık olarak nitelenmekteydi. İlkel birikim, şiddet ile hak arasındaki geçiş noktasını oluşturmaktaydı. İlkel birikimin şiddeti, kendinin oluşturmakta olduğu yasa ve yeni toplum içinde erimektedir. Aynı zamanda şiddet dönüşmekte ve devlet şiddeti biçiminde ortaya çıkmaktadır. Feodalizme özgü şiddet biçimleri hukukun evrenselliğine tercüme edilirken ikinci bir dönüşüm de şiddetin yasanın mümkün kıldığı gündelik ilişkilerin içerisinde kaybolmasıyla yaşanmaktadır (Read, 2014, s. 52-53). Neoliberal dönemde süregiden zapt yoluyla birikim pratikleri de benzer süreçlerle devlet

5 Foucault'nun dispozitif kavramı, Revel'in (2012) sözlüğünde "düzenek" olarak çevrilir. Foucault bu kavramı, 1970'li yıllarda kullanmaya başlamıştır. Kavram, iktidar tarafından kullanılan uyruklaştırma tekniklerini, stratejilerini ve formlarını göstermektedir. Düzenek kavramı, Foucault'nun 1960'lı yılların sonuna kadar kullanmış olduğu episteme kavramının yerini almıştır. Episteme, söylemsel bir düzeneği ifade etmekteydi. Dispozitif/düzenek ise, kurumları ve pratikleri, yani söylemsel olmayan her toplumsalı içermektedir (s. 64-66).

6 Prekaryaya (*precariat*); istikrarsız, riskli, Türkçeye güvencesiz olarak çevrilebilecek "precarious" sıfatı ile proleterya (*proleteriat*) isminin birleşmesi ile oluşturulmuş yeni bir kavramdır. Prekerleşme de, tıpkı proleterleşme gibi prekaryaya dönüşme sürecini anlatmaktadır. Neoliberalizm temas ettiği ve uygulandığı her coğrafyada emek piyasasını esnetmektedir. Sonuç olarak da küreselleşmenin daha iyimsen bir söylemi benimsediği yıllarda iddia edildiği gibi sınıf ortadan kalkmamaktadır. Eşitsizlikler giderek artarken parçalı bir küresel sınıf görünümü ortaya çıkmaktadır. Standing (2014) prekaryayı yeni bir sınıf olarak tanımlamaktadır (s. 21-26). Makale, prekaryanın yeni bir sınıf mı yoksa işçi sınıfının bir parçası mı olduğu tartışmasını yürütmemektedir. Daha çok emeğin prekarize edildiği, işsizlik ve güvencesizlik tehdidi ile felç edildiği, sömürüyü içselleştirdiği süreç ve koşulları merkeze almaktadır. Marx'ın ilkel birikim sürecinin proleterleşme ile bağlantısına benzer biçimde zapt yolu ile birikim süreci ile emeğin prekarizasyonu arasında da önemli bağlantılar bulunmaktadır.

şiddetini doğallaştırmakta, meşrulaştırmakta ve gündelik ilişkiler içinde görünmez kılmaktadır. Bu süreç için, günümüzün başat hikaye anlatıcısı olan medya ve bu hikayelerle öznelliğini kurduğu kadar öznelliği ile hikayeleri de kuran bireylerin bugün günlük yaşamlarının bir parçası olan sosyal medya çok önemlidir.

Zapt yoluyla birikim, günümüzde medya/iletişim sistem ve teorileri açısından da tartışılmaktadır. Bu tartışmalarda kanımızca iki ana hat çok önemlidir. Bunlardan ilki, Mattias Ekman'ın (2014) haber medyasına yaptığı vurgudur: Haber medyasının finansallaşmış olan yapısı, medya içeriklerinin ideolojik unsurunu belirlemektedir (s. 99). Haber medyasının finansallaşmış yapısının neoliberal dönemde, devlet ile birlikte sermaye birikimi ve dolaşımı açısından oynadığı önemli role, Harvey (2003) de Yeni Emperyalizm'de Rupert Murdoch örneği ile değinmektedir. 1973'te yaşanan krizi aşabilmek için petrol fiyatlarının düşürülmesi gerekmiştir. Gazete baronu Rupert Murdoch'ın bütün gazetelerinin Irak'a karşı yürütülen savaşın coşkulu destekçileri arasında olması, şaşırtıcı olmadığı gibi Ekman'ın vurgusunu da doğrulamaktadır (s. 149-150). Haber endüstrisinin yanı sıra, kültür endüstrisinin de finansallaşmış yapısı benzer bir etki yaratmaktadır ki, Adorno ve Horkheimer bunu 20. yüzyılın kapitalizmi bağlamında tartışmış ve kavramsallaştırmıştı. Gerbner'in özellikle televizyonun kurgusal içerikleri ve bu içeriklerin etkileri bağlamında yaptığı kavramsallaştırmalar, aynı duruma dikkat çekmektedir. İkinci önemli hat ise, Thatcher, O'Sullivan ve Mahmoudi'nin (2016) zapt yoluyla birikim aracılığı ile veri kolonyalizmi ya da zapt yoluyla veri birikimi olarak kavramsallaştırdıkları süreçtir. İnternet kullanıcıları ve onların verilerinin zaptı yoluyla gündelik yaşam ve ilişkilerin metalaşmaya açılması, sosyal medyanın yığın veri işleme ve analiz kapasitesinin sermaye birikimini ve dolaşımını kolaylaştıran ve ileri bir boyuta taşıyan biçimde kullanılması anlamına gelmektedir (Ekman, 2014, s. 99; Thatcher, O'Sullivan ve Mahmoudi, 2016, s. 4-9).

Zapt yoluyla birikimin sosyal medyanın yığın veri işleme ve analiz kapasitesi bağlamındaki tartışma, Foucault'nun (2013, 2015) neoliberalizmi tartışırken de kullandığı düzenleyici ve biyopolitik iktidar tartışması bağlamında da çok önemlidir. Güvenlik paradigmasının tarihselliğinin neoliberalizmle beraber okunması, Gerbner'in kavramlarının bugün de tartışılabileceği zemini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda da bugün yaşamakta olduğumuz aşırı sağın tüm dünyada yükselişe geçtiği aşama açısından da önemlidir. Kısaca zapt yoluyla birikim pratiklerinin sonucunda ortaya çıkan çelişkiler, çok boyutlu, karmaşık ve heterojendir. Bu çelişkileri ve uzun dönemli etkilerini kavrayabilmek için, Levien'in (2013) de vurguladığı gibi, zaptın politikasına yakından bakmak gerekmektedir. Zapt yoluyla birikim, birçok ülkedeki çağdaş politik eğilimleri ve çağdaş medya politikalarını tartışmak ve anlamak için kullanışlı bir bakış açısı sağlamaktadır (s. 354). Aşağıdaki bölümde, medyanın ve medya politikalarının zapt yoluyla birikim sürecinde geçirdiği dönüşümü merkeze alarak Gerbner'in kavramlarını yeniden düşünmekte ve tartışmaktayız.

Gerbner’in Kavramlarına Yeni Bir Çerçeveden Bakmak

Gerbner’in ‘klasik’ ekme teorisi, özellikle ‘televizyon şiddetini’ temel alan, televizyonun başat medya olduğu ve ‘kitlesele’ medya tüketiminin gerçekleştiği dönemin bir ürünüdür.⁷ Bu nedenle teoriye ilişkin güncel tartışmalarda, televizyon ve kitlesele medya tüketimi çağının geride kalması göz önünde tutularak, teorinin de geçerliliğini yitirdiği yönlü değerlendirmeler yapılabilmektedir. Tartışmaların bir diğer yönü ise, Gerbner’in teorisinin televizyon gibi bir kitle iletişim aracı hakkında değil, genel anlamda kültür üzerine olduğuna dikkat çekmektedir. Bu açıdan, Gerbner’in iletişim ve kültür üzerine gerçekleştirdiği argümanların, tersine, hiç olmadığı kadar güncel olduğudur. Ekme teorisinin çağdaş iletişim araştırmaları açısından işlevselliğini, ekonomi politik bir perspektiften değerlendirmek çalışmanın konusudur. Bu noktada, Gerbner’in salt televizyon aracının çok ötesinde gerçekleştirdiği teorik ve kavramsal katkıları değerlendirmek gerekmektedir.

Ekme teorisi, üç ayaklı bir araştırma modeli sunar: Medya içeriğinin üretildiği kurumsal süreçlerin analizi (kurumsal süreç analizi), medya içeriğinin genel imgelerinin analizi (içerik analizi) ve medyaya maruz kalma ile izleyici inanç ve davranışları arasındaki ilişki analizi (ekme analizi) (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 679-680). Böylesi geniş bir perspektif, ekme teorisinin kimi zaman ekonomi-politik, eleştirel, kültürel ya da ampirik bir yaklaşım olarak değerlendirilmesinin sebebidir. Ancak Gerbner’in orijinal literatürüne baktığımızda, tüm bunların birbiriyle ilişki içinde olduğu görülür ve bu açıdan teori, eleştirel ve davranışçı medya teorileri arasında bir köprü kuran bütüncül bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca bu üç ayak, değinildiği üzere televizyon aygıtını çok aşan, genel olarak kültüre ve iletişim sistemlerine yönelik orijinal kavramların ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Özünde ‘ekme’ kavramı, ‘hikaye anlatımının’ kültürel rolü⁸ ile ilgilidir (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 698). Gerbner kültürü, bir hikayeler toplamı olarak değerlendirmektedir. Kainatın doğası, başlangıcı ve işleyişi hakkında bilgilerimizin çoğu, aslında bire bir tecrübe edilmeyen fakat aktarılan hikayeler ile oluşmaktadır. Hikayeler, belirli bir zaman ve mekanda neden sonuç ilişkileri kurmakta, doğru ve yanlış tanımları getirmekte ve yaşamın nasıl yaşanması gerektiği hakkında telkinlerde bulunmaktadır. Ona göre çağdaş iletişim ortamlarında kültür ve hikaye anlatımı bağı aynı kalmış, fakat çok önemli bir değişikliğe uğramıştır. Yüz yüze, katılımlı gerçekleşen hikaye anlatımı ve kültürel oluşum, özellikle kitle iletişim çağında tek yönlü hale

7 Klasik dönem ekme teorisi ve tartışmaları için bkz. Çığ (2011).

8 Bu noktada Erdoğan (1998), özellikle televizyon ve kültürel rolü ilişkisini kuran Gerbner’e yönelik temel eleştiriyi şöyle özetlemektedir: Yapısal etkenler açısından bu ilişki, daha geniş bir kuramsal çerçeveye oturtulması gerekmektedir. Bu eleştiri, Gerbner’in hala etki okulu paradigması içinde kalmasıyla ilişkilidir: Mesaj içeriği ve bireyin algısı, içerik ve algıya etki eden tarihsel, ekonomik ya da politik etkilerden soyutlanmaktadır. Ekonomi-politik eleştiri, Gerbner’in kuramında yetersizdir. Yine Erdoğan, Gerbner’in fazla toptancı bir yaklaşımla, izleme pratiğini öne çıkarırken izleyenlerin farklı kültürel ve alt-kültürel niteliklerinin yeterince göze almadığı, bu niteliklerin farklı algılamalara yol açabilecek varyasyonlarını incelemediği yönlü eleştirileri hatırlatmaktadır. Bu da ekme teorisi oluşturulurken kullanılan veri toplama tekniklerinin – alan araştırması ve içerik analizinin – ister istemez bireyi soyutlayan yöntemini benimsemiş olmasından ileri gelmektedir. Ancak tüm bu eleştirilere karşın, ekme teorisinin bütüncül yaklaşımı ile mesaj sisteminin hegemonyacı rolünü ifşa edebilme kabiliyetini vurgulamakta ve hakkını teslim etmektedir (s. 159-160).

gelerek profesyonel hikaye anlatıcılarının tekeline geçmiştir ve onlar kültürün başat belirleyicileri haline gelmiştir (aktaran Çığ, 2011, s. 31). Yine çağdaş iletişimsel çevremizin giderek karmaşıklaşan görünümünde, aygıtlar değişse ya da gelişse de hikaye anlatmanın kültürel rolü değerinden hiçbir şey kaybetmemiştir. Gerbner (1995), televizyonun hikaye anlatıcısı olarak başat rolünü, onun aygıt olarak gücüne değil, kurumsal süreç analizinde bulguladığı üzere, medya sahipliğindeki yoğunlaşmasına borçlu olduğunu önemle vurgulamaktadır (s. 554). Bu vurgu, neoliberal dönemde medyanın dönüşümü açısından Gerbner'in kavram ve tartışmalarının hala güncel olduğuna da işaret etmektedir. Gerbner'in tartışması, yukarıdaki bölümde zapt yoluyla birikim süreci bağlamında tartıştığımız mülksüzleştirme ve zapt süreçlerinin aynı zamanda toplumsal ilişkilerin dönüşümü süreci olarak da analiz edilmesi gerekliliği ile de uyumludur. İlkel birikim pratiklerine odaklanan tartışmalar, iktidar ilişkilerine, devletin rolüne ve toplumsal dönüşümleri doğallaştıran süreçlere odaklanmaktaydı. Toplumsal hikaye anlatma süreçleri ve bu süreçlerin başat aktörü olarak medyanın rolü, neoliberal dönüşümü anlamak açısından hala işlevlidir. Kanal sayısının artması, içerik analizinin gösterdiği üzere, mesajların verilme biçiminde gömülü olan karakterlerin sınıfsal, ırksal, toplumsal cinsiyete dair vb. nitelikleri üzerinden gerçekleşen güç ilişkilerinin yeniden üretimine benzer şekilde katkı vermektedir. Son olarak ekme analizi, televizyon aygıtına maruz kalan kitlenin dünya görüşü ve dünyaya verdiği tepkiler üzerindeki varsayılan etkileri saptamak için sahaya inmektedir.

1980'li yıllarda video teknolojisinin ve eğlence sistemleri içine yerleşmesi, ekme teorisinin güncelliği üzerinde benzer bir tartışma yaratmıştır. İzleyicinin televizyon kanalının inisiyatifinde belirlenen içerik ve yayın saatinin boyunduruğundan kurtulması, kitle iletişiminin temel belirleyenindeki değişim olarak görülmüştür. Gerbner özellikle televizyonda şiddet gösterimi üzerinde durur. Video teknolojisinin getirdiği çeşitlilik ve seçme özgürlüğünün, belli stereotiplerin yeniden üretimini kırarak bir fırsat sunacağı varsayılmıştır. Ancak ortaya çıkan bulgular, video ürünlerinde standart yayıncılık ürünlerinden çok daha fazla kimlik stereotiplerinin yeniden üretildiğini göstermektedir. Yaygın kanı videonun televizyonun bir uzantısı haline geldiği, hatta izleme biçimlerini çoğaltarak ekme etkisini arttıran bir iletişimsel ortam ürettiği yönündedir. Söz konusu olan, aynı olanın çoğalmasındır (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 692).

Günümüzde televizyon izleme pratiğinin online 'streaming' servislerine doğru kayması, Amazon, Netflix, HBO gibi hem üretici hem de dağıtımçı roller üslenen, küresel ölçekte yayıncılık yapan sistemlerin hakim olduğu bir gelişme ortaya çıkarmıştır. Klasik televizyonun hakimiyeti bir taraftan sürerken, video teknolojisi sürecine benzer bir tartışma, online platformlar hakkında da sürmektedir. Ancak televizyon aygıtı olarak değil, içerik olarak değerlendirildiğinde, söz konusu olan hala televizyondur. Profesyonel yapımcıların üretimleri gerek yapım süreçlerindeki yatırım maliyetleri gerekse episodik kurgusal ürünlerdeki format açısından, tüketimdeki esneklik dışında, geleneksel televizyondan farklı değildir. Tüketim aygıtının, biçiminin ya da zamanının değişmesi (evde ya da mobil halde izlenmesi, gündüz ya da gece tüketilmesi, tablet ya da akıllı televizyon sistemleri kullanılması), söz konusu içeriğin özünde televizyon olduğu gerçeğini ortadan kaldırmamaktadır (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 687).

Gerbner, dünya hakkındaki tutarlı bir görünüm ortaya koyan mesaj sisteminden bahsederken, izleme aygıtının biçimini aşan bir şekilde, içeriğe bakılmasını salık vermektedir. Ve bu içerik, hala belirli sayıda çok uluslu şirketin denetiminde ve mülkiyetinde gerçekleşmektedir. Gerbner'in çıkarımlarını yaptığı 1986 yılında ABD televizyon pazarının %70 oranında ABC, NBC ve CBS'in tekelinde olduğunu vurgulamaktaydı (aktaran Çiğ, 2011, s. 63). Benzer şekilde, internetin ilk dönem özgür doğasına yönelik söylemlerin aksine, yeni medya mecralarının kapsamı ve içinde gerçekleştirilen etkinliklerin kontrolü günümüzde büyük ölçüde 'dörtlünün' elinde yoğunlaşmıştır. Google, Facebook, Amazon ve Apple, sadece bilişim ve iletişim sektöründe değil, farklı sektörlerden en büyükler ölçümü yapan Standart&Poor's'un ilk 500 şirketi içerisinde %24'lük bir payı kapsamaktadır. Dörtlü, 2.8 trilyon dolar sermayesiyle habercilikten reklamcılığa, alışverişten yaratıcı endüstrilere doğrudan ya da dolaylı etkisiyle ağ yapısında dahil olmadığı alan yok gibidir (Galloway, 2018). Aynı zamanda da bu dörtlü, yukarıda tartıştığımız 'zapt yoluyla veri birikimi'nin devletlerle beraber de baş faileri arasındadır. Kamuoyunda Facebook/Cambridge Analytica Skandalı ile tartışılmaya başlanan zapt yoluyla veri birikimi, aslında sosyal medya çağının sermaye birikimi modelinin bir sonucudur. Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'in ABD Kongresi'ndeki sorgulamasında Facebook'un nasıl para kazandığına ya da bir monopol olup olmadığına dair sorular olması ve bu sorulara Zuckerberg'in verdiği yanıtlar, bugün skandal olarak adlandırılan bu durumun aslında başında beri açık bir gerçek olduğunu kanıtlamaktadır. Zapt yoluyla veri birikimi ve toplanan verilerin ekonomik açıdan olduğu kadar politik açıdan da kötüye kullanılma olasılığı, kanımızca haber alma hakkının zaptı ile beraber ele alınması gereken bir eğilimdir. Her iki eğilim de demokrasinin geleceği açısından düşündürücüdür. Bu noktada, yeni medya olanakları sayesinde, kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin (*user-generated content*) varlığı, ekme analizcileri tarafından dikkate alınması gereken bir farklılık göstermektedir. Değindiğimiz üç ayaklı araştırma modelinin bu noktada uygulanabilir olup olmadığı mutlaka tartışılması gereken bir konudur. Ancak geleneksel televizyon üretim ve tüketim modelinin, online platformlarda özünden bir şey kaybetmeden yeniden belirdiği açıktır.

Hikayelerin alımlanması değişse de içerik homojenleşmektedir. Hangi ortamda tüketilirse tüketilsin, medya küresel holdinglerin tahakkümü altında izleyici oranı kapma ve karlarını arttırma hedefini korumaktadır. Daha fazla ürün ve daha fazla kanal, gittikçe daha az elde toplanma eğiliminde olmaya devam etmekte, ulusaşırı şirket sayısı azalmaktadır. Televizyon içeriğini laptop, tablette, cep telefonunda veya başka bir teknolojiye izlemek, 'hâlâ televizyon' izlemektir (Signorielli, 2015, s. 463-465). Dolayısıyla izleme ve tüketim pratiğinin, mesaj sisteminin tutarlı içerik yapılandırılmalarıyla kümülatif bir etki üretip üretmediğini gözlemleyecek kültürel alan artık televizyonla sınırlı değildir. Şiddet, kurbanlaştırma, toplumsal cinsiyet, güç, sınıf, ırk ve diğer konularda sosyal olarak üretilmiş mesaj ve ders taşıyıcı hikayelerin aktığı mecralar çoğalıp çeşitlenmiştir.

Gerbner, özellikle televizyonda kendine yer bulan içeriklerdeki şiddet ve etkileri ile ilgili araştırmalar yürütmüştür. Ancak Gerbner'in alana katkısı, "etki okulunun" sıkça ilgilendiği şekliyle şiddet gösteriminin izleyicilerde agresif davranışları ve şiddet uygulama eğilimini tetiklediğini bulgulamak değildir. Belirtildiği üzere Gerbner, teknolojik olarak dolaylanılmış mesaj üretim

ve iletim sistemlerimizin kültürel rolü üzerinde durmakta, bu rolün hikaye anlatıcılığı olduğunu söylemekte ve hikaye anlatıcılarının kapitalist pazar sisteminde nihayetinde birkaç devasa şirket elinde olduğunu vurgulamaktadır. Hikayeler şiddet yoğundur. Ancak önemli olan salt şiddet eyleminin gösterimi değil, şiddet eylemine hangi karakterlerin (ırktan, cinsiyetten, sınıftan vb.), hangi ortam ve bağlamda katıldıkları, kimin şiddet eyleminden galip ya da mağlup çıktığı, kimin kahraman kimin mağdur olduğu ve bu güç paylaşımı oyununun yayıncılık ve kültürel ortamda ne kadar uzun süre kendini benzer şekilde tekrar ettiği, sonucunda da uzun dönemli kümülatif bir dünya portresi ürettiğidir (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 681). Şiddet sadece şiddet olarak değil, hikayeler dolayısıyla toplumsal rolleri ve toplumsal korku mekanizmasını düzenlemektedir. Cinsiyet, sınıf, ırk, yaş vb. toplumun güç yapısını tanımlamaktadır. Kendilik ve ötekilik tanımları, azınlıklar yeniden üretilmektedir. Önemli olan şiddetin sayısı değildir. Şiddet içeren eylemlerin içinde, bir kurban-şiddet oranı görülebilir, bu oran kimin güçlü olduğunu ortaya koyar. Genç erkek ve kadınlar en çok kurban olanlardır. Kadınlar erkeklere göre, azınlıklar çoğunluğa göre kurbandırlar. Hayatının en verimli çağında olan beyaz bir erkeğin şiddet eylemine karışma sıklığı çok fazla, ama olaydan kurban değil de galip çıkma oranı çok yüksektir (Çığ, 2011, s. 49).

İzleyiciler, böyle bir dünya karşısında şiddet içeren davranış gösterme eğilimi göstermez, aksine bu dünyadan korkar ve endişe ederler. Ayrıca bu tanımlanmış, kimden, hangi durumda korkmanın bir haritasıdır. Tehlike, güvensizlik ve kurban olma konusunda çarpıtılmış bir zihinsel harita oluşur ve izleyici suç ve onun önlenmesinde görevli güvenlik güçleri ve mekanizması ile ilgili doğru olmayan inançlar geliştirir. Bu ekme süreci sonucu ortaya çıkan olguya Gerbner, Acımasız Dünya Sendromu (ADS) adını vermektedir. Bu dünyaya aşırı maruz kalma, insanlar hakkında ne kadar tetikte olunursa yeğdir düşüncesi yerleştirmektedir. Herkesin kendini düşündüğü ve kimseye güvenilemeyeceği algısı pekişir. Ayrıca güvenlik kurumlarında çalışan insanların sayısının, gerçek hayat istatistiklerinden fazla olduğu yanılması yaratılır (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s. 682).

ADS kavramı belirli etkileri belgelemek, şiddeti taklit ve tetikleme üzerindeki geleneksel vurgudan uzaklaşır. Dolayısıyla geleneksel olarak belli şiddet olaylarının etkisi ve sonuçlarına yoğunlaşan odak, eleştirel bir konum benimseyerek mesaj sistemlerinin bir bütün olarak etkisine kayar (Shanahan ve Morgan, 1999, s. 42). Gerbner, hikaye anlatımı ve kültür arasındaki bağı vurgularken belirttiği üzere, tek tek mesajlar ya da programlar üzerinde durmamakta, hikaye anlatma tekelleri eliyle oluşan bir mesaj sistemine dikkat çekmektedir. Üretim, dağıtım ve alımlama aşamalarının her biri, bakış açılarını sınırlandıran ve yönlendiren endüstrilemiş bir hikaye anlatımı sistemi içerisinde hayat bulmaktadır (aktaran Ruddock, 2017, s. 101). Böylesi bir teknoloji yoğun iletişimsel ortam, başat medyası ister televizyon ister internet olsun, mülkiyet ilişkilerine tabidir ve dolaşımdaki bütün mesajlara yapısal bir etki bırakmaktadır. Dolayısıyla mesaj sistemi vurgusu, ekme teorisi içinde yapılanan ADS kavramının kullanışlılığını belli bir 'medyanın' ötesine geçirmektedir.

Bu anlamıyla ADS kavramı, günümüz neoliberal ekonomi politik süreçlerin ve akılsallığın hüküm sürdüğü dünyayı analiz etmekte işlevseldir. Bu işlevselliği açıklamak için ADS kavramına,

ekme teorisi içerisindeki belirleniminden yola çıkarak daha yakından bakmak gerekmektedir. Gerbner, ekme kavramının “birinci derece etkiler” ve “ikinci derece etkiler” olarak iki boyutu olduğunu belirtmektedir. Buna göre birinci derece etkiler, mesaj sistemine maruz kalmanın bilişsel mekanizmadaki rolüne odaklanır, olgular veya demografi hakkındaki enformasyon üzerindeki etki önemlidir (Örneğin, günlük hayatta ne kadar şiddet eylemi gerçekleşmektedir ya da toplumda güvenlikle ilgili işlerde ne kadar insan çalışmaktadır gibi sorulara verilen cevaplar mesaj sistemindeki temsile göre mi yoksa gerçek hayattaki istatistiki bilgilere göre mi şekilleniyor gibi soruların cevapları aranmaktadır). İkinci derece etkiler ise mesajlara maruz kalmanın değer sisteminde ürettiği durumu odağına yerleştirir (Örneğin, kişilerin kendilerini şiddet eylemine maruz kalma riski altında görüp görmediği, kişisel güvenlikleri ile ilgili kaygıları ya da diğerlerine yönelik güvensizlik duygusu artıyor mu gibi soruların cevapları aranmaktadır). Ekme teorisine göre mesaj sistemine düzenli ve yoğun olarak maruz kalma, sadece dünya hakkındaki olgular hakkında üretilmiş bilgilere yönelik ilk derece etkiler üretmez, bu doğru varsayılan olgulardan yol çıkararak daha genel görüşler oluşmaktadır ki bu da ikinci derece etkiler olarak adlandırılır. ADS, ikinci derece etkiler sonucu oluşur (aktaran Shanahan ve Morgan, 1999, s. 175).

Bu noktada, ikincil etkiler ve sonrasında oluşan ADS ile, neoliberal güvenlik toplumu arasındaki benzerlikler dikkat çekici derecede fazladır ve aşağıda özetlenen Gerbner’in öngörülleri korkutucu derecede doğrulanıyor gibi görünmektedir: Şiddet gösteriminin nicel çokluğu, zihinleri militarize etmektedir. İzleyicileri Gerbner’in ADS dediği olguya götüren temel durum budur. Dünyanın olduğundan çok daha kötü bir yer olduğuna dair düşünce; tedirginlik, kaygı, yalıtılmışlık, korunmasızlık ve kızgınlık üretmektedir. ‘Yabancıya’ yönelik korku körüklenmekte, hoşgörü dibe vurmaktadır. Güvensizlik duygusu da eşit dağıtılmamakta, temsillere, kurban-galip güç dağıtımını oyununa göre korku ve öfke yönlendirilmektedir. Acımasız bir dünyada karanlık güçlere yönelik cezalandırıcı ve intikam alıcı eylem teklifleri, acil sonuç getiren vaatleri ile güvenlik duygusunu pekiştiren bir çekiciliğe sahip olmaktadır. Yoksulluğu azaltan uzun dönemli politikaların yerini, yoksulları hapse atmak ve gözden uzak tutmak almaktadır. Eğitim ve işsizlik gibi uzun vadeli çözümler görünmez kılınmakta, suçla “savaş” politikaları kısa vadeli çözümler olarak, bütçelerden gittikçe fazla pay almaktadır. Bu ortam otoriterliğe, kapalı topluluklara ve polis-devleti uygulamalarına destek vermeye gönüllü kitleler yaratmaktadır. Hapishane kapasitelerinin artması, ağır hapis, ölüm cezası; güvenlikle ilgili personelin artması, artan kamera sayısı, ev kilit ve güvenlik sistemleri vb. gözetim ve güvenlik sistemlerine yönelik ilgi ve pazar büyümesi gözlenmektedir (Çığ, 2011, s. 50-55).

Kamusal mekanlara yönelik üretilen temsiller, kamusal görünürlükten tedirgin olma duygusunu ve yalıtılmış mekanlara yönelik ilgiyi arttırmaktadır. Politikacılar, bu şiddetle ekilmiş duyarlılığı, en iddialı politika önerilerini saldırgan ve askeri terimlerle (suça, uyuşturucuya vb. karşı savaş) ifade ederek sergilemektedirler (Bu noktada Gerbner (1995), önerilen politikaların “suçu asla azaltmadıklarını, ama oy kazandırmakta asla başarısız olmadıklarını” vurgulamaktadır (s. 553)). Gerbner (1995, s. 550), “mutlu şiddet” olarak adlandırdığı, şiddetin eğlence ve komik bir sunumu içerisinde, toplumların hızlı bir şekilde neo-faşizme doğru yönlendirildiklerini ifade etmektedir. Naziler de, Gerbner’e göre, böylesi bir güvensizlik ve kaygı ortamında yükselmiştir.

Mesaj sisteminin çeşitli formlar altında, temelde sömürülmeye uygun bir korku atmosferi üretmesinde, yayın tekellerinin hikaye anlatımında çeşitliliğe imkan vermeyen reyting odaklı yapısının rolü büyüktür. Bu tekelden bahsederken, Birleşik Devletler medya sistemi ile ilgili genel kabulün dışında, devletin değil, denetlenmeyen “serbest piyasa”nın dayattığı sansürden bahsetmektedir. Gerbner’e göre bu durum monopolleşme ve politik diktatörlüğe yol açmaktadır. Zira Amerikan kentlerinde, nüfusun büyük bölümünü oluşturan yerleşim birimlerinde polis konuşlanmaları yoğundur, öyle ki adeta bir iç savaş yaşanmaktadır. Ancak bu toplumsal kesimlerin monopol yayınlar içerisindeki temsili %1 civarındadır, temsiller de ancak suç veya uyuşturucu bağlamında gerçekleşmektedir. Bu yönlendirilmiş öfkeye temel örneklerden biridir (Çığ, 2011, s. 66).

Foucault’nun (2015, s. 197-217), Dardot ve Laval’ın (2012, s. 403-408), Harvey’nin (2005, s. 87-120) ve Wacquant’ın (2016, s. 114-134) farklı bağlamlarda işaret ettiği gibi, neoliberalizm kendi sürdürülebilirliği için suç ve suçlu kategorilerinin esnekleştirilmesini öngören bir denetim mantığı inşa etmektedir. Bu bağlamda neoliberal yaratıcı yıkım ve şiddet politikalarına yönelik rızayı medyanın rolü açısından ele alırken, ikinci derece etkiler ve ADS kavramları açıklayıcı güce sahiptir: Kötünün kaynağı olarak görülen kişi, grup, organizasyon ya da mekânlara karşı üretilen politikaların lehine destek, bir güvenlik paradigması içerisinde ele alınmaktadır. Neoliberal ekonomik hedefler, toplumsal bir kötülüğün ortadan kaldırılmasına yönelik cezalandırıcı ve güven tesis edici bir politikaya dönüştürülür ve örgütlenirken, ADS oldukça işlevseldir.

Neoliberalizmin farkı, zapt yoluyla birikim bağlamında yukarıda da tartıştığımız üzere, sürekli kıldığı ‘yaratıcı yıkım’da yatmaktadır (Harvey, 2007, s. 33-39). Foucault’nun ‘harcanabilirliği’ önce ırkçılık ve faşizmle ilişkilendirirken (2002, s. 245-269), kısa bir süre sonra liberalizmle bağını kurması (2013, s. 3-77) ve oradan da neoliberalizme yönelmesi, (2015, s. 63-260) bu bağlamda önemlidir. Güvenlik paradigmasının tarihselliğinin neoliberalizmle beraber okunması, neoliberalizm ile ırkçılık arasındaki ortak paydanın belli bir harcanabilirlik rasyonalitesi olduğunu ortaya koymaktadır. Foucault’nun analizi, modern devletin hukuk ve meşruluğa dayanan egemenlik paradigması ile güvenlik paradigması arasındaki fark ve çelişkileri ortaya koyar. Güvenlik, hukukun ve hakların muğlaklaştırılmasını rasyonelleştirmektedir. Güvenlik, egemenlik paradigmasına içkin olan devlet şiddetini yeniden işlevsel kılar. Güvenlik, egemen devleti biyopolitik alana polis devleti olarak geri çağırır (Gambetti, 2009, s. 158). Kriz, şiddet, terör, savaş, yoksulluk veya işsizlik güvenlik paradigmasından bakıldığında birer sorun değildir. Aksine, neoliberalizmin sürdürülebilirliği için varlıkları şarttır.

Gerbner’in ADS kavramsallaştırması ile tartıştığı süreç, bu bağlamda hem harcanabilirlik rasyonalitesi hem de suç ve suçlu kategorilerinin esnekleştirildiği denetim mantığı açısından bir çerçeve sunmaktadır. Medyada görülen şiddetin salt bir şiddet eylemi olmasının ötesinde, kimin kime ne yapabileceğine yönelik bir kılavuz işlevi gördüğü saptaması, ADS kavramının önemli bir yönüdür. ADS, zayıf ve ‘harcanabilir nüfus’ kavrayışına katkıda bulunur. Göçmen kitleler, çağımızda harcanabilir nüfusun en önemli örneğini teşkil eder. Sınır boylarında, toplama kamplarında, sosyal hayat içerisinde ‘gerçek vatandaşlarla’ karşılaşmalarında, çalışma hayatı, siyasi hayat vb. süreçlerde bireysel ya da kurumsal şiddet içeren uygulamalarla karşılaşmaktadırlar. ADS

açısından, kişilerin belirli bir göçmen kimliğine karşı tutumlarını açık şiddet olarak göstermesi gerekmez (ki fiziksel saldırı, linç girişimleri de görülebilmektedir), daha çok şiddetin yasal ya da en azından meşru olarak kurumsallaşmasına yol veren siyasal yaklaşımları destekleme eğiliminde olduklarını vurgular.

Hall (2007), medyanın en önemli ideolojik maharetlerinden birinin, belli bir öznel çıkarı kamusal ya da ulusal çıkar olarak gösterebilme kapasitesi olduğunu belirtmektedir. Buna göre, neoliberal politikaların egemen paradigma olarak hâkim olduğu ülkelerde ulusal çıkar, neoliberal akıl tarafından tanımlanacaktır. Gerbner, ikinci derece etkiler altında tanımladığı şiddet içeren politikalara destek yöneliminin; “X’e karşı savaş” söylemi ile sıkça dile geldiğini belirtmekteydi (Çığ, 2011). Savaş, genel politik tavrın yoğunlaştığı göstergedir. Açıkça zor yoluyla, belirli bir tarihsel ve mekânsal alandaki “X” ne ise, ona karşı kısa dönemli çözüm vaadi ve yollarını belirtir. Ancak temel yapısal problemlerin ve uzun erimli çözüm yöntemleri gerektiren süreçlerin kökenlerine yönelik politika üretmeyi içermemekte, hatta onları olanaksız kılmaktadır. Örneğin göçmenlere yönelik engelleme, bastırma ya da gözden uzak tutmaya yönelik uygulamalar, iç ya da dış göçün yapısal nedenlerine yönelik bir çözüm değildir.

Sonuç Yerine

Özellikle son yıllarda, klasik siyasal pozisyon olarak “neoliberal” adlandırmasını kimse üzerine almamaktadır, çünkü neoliberalizm ideolojik varlığını rasyonel bir görünüm altında görünmez kılmak ister. Bu nedenle Dardot ve Laval’ın (2012) ayrıntılı bir biçimde tartıştıkları üzere, neoliberalizm, ‘dünyanın yeni aklıdır’ (s. 1-17, 243-295, 361-409). Harvey’nin (2007) de işaret ettiği gibi, neoliberalizm kendisini herkesin yararına olacak bir dizi toplumsal ilişki, düşünme biçimi, yaşam biçimi vs. altında meşrulaştırmaktadır (s. 22). Yani salt bir ekonomik teorinin çok ötesinde, rasyonalite, söylem ve düzeneklerle yaşamın bütün alanlarına nüfuz etmektedir. Bu çerçeveden baktığımızda neoliberalizmi analiz edebilmek için sermaye birikimi ve dolaşımının yanı sıra, birikimin politikasına ve toplumsal ilişkiler bileşkesine etki eden süreçlere de odaklanmak şarttır. Örneğin Sean Phelan (2014), bir akılsallık olarak neoliberalizmin izlerini şu alt kategorilerde sürmektedir: Anti-entelektüalizm, anti-akademi, anti-kamu ve anti-kolektivizm. Bu kategoriler, neoliberallerin sıklıkla kullandığı başlıklardır (s. 144-145). Şiddet ve zor kullanmayı meşrulaştıran neoliberal politikaların, bu bağlamda ADS ile kurduğu ilişki daha anlamlı hale gelmektedir. Yukarıdaki alt kategoriler, bir yönüyle uzun vadeli çözüm politikalarının karşıtıdır. Uzun erimli çözümler üretme potansiyeli olan yapılar (ki neoliberalizmin hedefinde olan basın, akademi, sivil toplum kuruluşları, muhalif hareketler, vb. tarafından temsil edilir), popülist politikaların etkisindeki kitlelerin korku ve paranoyalarından faydalanarak güvenlik politikalarıyla kolaylıkla baskı altına alınmaktadır. Bu anlamda “anti-X”, Gerbner’in “X’e karşı savaş” formülasyonundaki işaret ettiği politik kullanıma denk düşmektedir. “Anti-X” veya “X’e karşı savaş” formülasyonları, yukarıda da tartıştığımız zapt yoluyla birikim politikasının (ve bu politikaya eşlik eden medya politikalarının) en temel formülasyonlarıdır. Bu çerçevede, günümüzde yaşanan aşırı sağın yükselişini açıklamakta işlevli olduğu kadar, bu yükselişin farklı coğrafyalardaki heterojenliğini ve karmaşıklığını

anlamlandırmak için de işlevlidir. Bu yolla dünyanın farklı coğrafyalarındaki farklı kültürel, toplumsal ve siyasal yapı ile tarihsel art alanlara rağmen, medya ve demokraside yaşanan dönüşümü ortak yönleri ve birbirinden tamamen farklı, çelişik yönleri ile eş zamanlı olarak tartışmak mümkündür.

Bu çalışmada, Gerbner'in başat kültürel hikaye anlatıcısı olarak televizyon önermesi, finansallaşan, küreselleşen ve dijitalleşen medya sistemleri bağlamında yeniden tartışıldı. Özellikle neoliberal dönemde sermaye birikiminin eğilimlerine yakından baktığımızda, medyaya dair geliştireceğimiz teorik veya ampirik çalışmaların mutlaka medyanın sermaye yapısını veya en azından kâr maksimizasyonu eğiliminin ürettiği çelişkileri göz önüne alması gerektiği açıktır. Gerbner'in araştırmasının bulgularından yola çıkarak geliştirdiği kimi kavramlar, bugün neoliberal eğilimlerle birlikte okunduğunda bize medyanın neoliberal dönüşümü ve günümüzde ortaya çıkan kimi eğilimler hakkında düşünme fırsatı vermektedir. Son olarak şunu da belirtmek gerekir ki, medyadaki dönüşüm ve ortaya çıkan yeni eğilimler, teorik ve ampirik birçok yeni araştırmaya da kapı aralamaktadır. Ancak dönüşüm sonucunda ortaya çıkan eğilimlerin yönü ve kapsamı, medya ve iletişim çalışmalarının eskiden olduğundan daha fazla disiplinlerarası çerçevelere ihtiyaç duyacağına işaret etmektedir. Bu bağlamda, medya teorilerinin ve araştırmalarının sosyolojik, ekonomik, politik veya hukuki yeni çerçevelerle tartışılması, bu yönde atılması gereken adımlardan biridir.

Kaynaklar

- Arrighi, G., Aschoff, N. ve Scully, B. (2010). Accumulation by dispossession and its limits: The Southern Africa paradigm revisited. *Studies in Comparative International Development*, 45(4), 410-438.
- Berdayes, V. ve Murphy, W. J. (2016). Introduction: Language, social order, and neoliberal violence. V. Berdayes ve W. J. Murphy (Ed.), *Neoliberalism, Economic Radicalism, and the Normalization of Violence* içinde (s. 1-14). Cham: Springer.
- Çığ, Ü. (2011). George Gerbner. *Kadife karanlık II* içinde (s. 11-89). İstanbul: Su Yayınları.
- Dardot, P. ve Laval, C. (2012). *Dünyanın yeni aklı: Neoliberal toplum üzerine deneme*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ekman, M. (2014). Birikimi anlamak: Marx'ın İlkel Birikim Kuramı'nın medya ve iletişim çalışmaları açısından önemi. V. Vosco, C. Fuchs ve F. Başaran (Ed.), *Marx geri döndü: Medya, meta ve sermaye birikimi* içinde (s. 83-117). Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in ekme tezi ve anlattığı öyküler üzerine bir değerlendirme. *Kültür ve İletişim*, 1(2), 149-180.
- Foucault, M. (2000). *Hapishanenin doğuşu: Gözetim altında tutmak ve cezalandırmak*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Yayınları.
- Foucault, M. (2002). *Toplumu savunmak gerekir*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, M. (2013). *Güvenlik, toprak, nüfus: College de France dersleri 1977-1978*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2015). *Biyopolitikanın doğuşu: College de France dersleri 1978-1979*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fukuyama, F. (2013, 28 Haziran). The middle-class revolution. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/SB10001424127887323873904578571472700348086> adresinden 01 Mart 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Fülberth, G. (2011). *Kapitalizmin kısa tarihi*. İstanbul: Yordam Yayınları.
- Galloway, S. (2018, Mart). Silicon Valley's tax-avoiding, job-killing, soul-sucking machine. *Esquire*. https://www.esquire.com/news-politics/amp15895746/bust-big-tech-silicon-valley/?__twitter__impression=true adresinden 25 Şubat 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Gambetti, Z. (2009). İktidarın dönüşen çehresi: Neoliberalizm, şiddet ve kurumsal siyasetin tasfiyesi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (40), 143-164.
- Gerbner, G. (1995). Television violence: The power and the peril. G. Dines ve J. M. Humez (Ed.), *Gender, race and class in media* içinde (s. 547-557). California: SAGE.
- Glassman, J. (2006). Primitive accumulation, accumulation by dispossession, accumulation by "extra-economic" means. *Progress in human geography*, 30(5), 608-625.
- Harvey, D. (2003). *The new imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2004). The "new imperialism": Accumulation by dispossession. *Actual Marx*, (1), 71-90.
- Harvey, D. (2005). *A history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2007). Neoliberalism as creative destruction. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 610(1), 21-44.
- Hobsbawm, E. (2008). *Yeni yüzyılın eşğinde*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Keleşoğlu, E. (2018, 13 Nisan). Erhan Keleşoğlu: Mevcut Durum I. Dünya Savaşı Öncesini Andırıyor. [Söyleşi yapan: İ. Aktan]. 13.04.2018 tarihinde <https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2018/04/13/erhan-kelesoglu-mevcut-durum-i-dunya-savasi-oncesini-andiriyor/> adresinden edinilmiştir.

- Knoche, M. (2015). The media industry's structural transformation in capitalism and the role of the state: Media economics in the age of digital communications. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique.*, 14(1), 18-47.
- Levien, M. (2013). The politics of dispossession: Theorizing India's "land wars". *Politics & Society*, 41(3), 351-394.
- Marx, K. (2013). *Kapital Cilt:1* (7.Baskı). İstanbul: Yordam.
- McChesney, R. W. (2001). Global media, neoliberalism, and imperialism. *Monthly Review*, 52(10), 1-19.
- Morgan, M., Shanahan, J. ve Signorielli, N. (2015). Yesterday's new cultivation, tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674-699. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1072725>.
- Nolan, D. ve Walker, S. (2018, 13 Nisan) Hungarian journalists admit role in forging anti-migrant 'atmosphere of fear'. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2018/apr/13/hungary-journalists-state-tv-network-migrants-viktor-orban-government> adresinden edinilmiştir.
- Phelan, S. (2014). *Neoliberalism, media and the political*. London: Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137308368>
- Read, J. (2014). *Sermayenin mikropolitikası: Şimdiki zamanın tarihöncesi ve Marx*. İstanbul: Metis.
- Reporters Without Borders (RSF). (2016, 2017). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/actions/reports-and-statistics> adresinden 3 Mayıs 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Revel, J. (2012). *Foucault sözlüğü*. (V. Urhan, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Ruddock, A. (2017). *Exploring media research: Theories, practice, and purpose*. London: Sage.
- Shanahan, J. ve Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Signorielli, N. (2015). Cultivation in the twenty-first century. L. D. Rosen, N. A. Cheever ve L. M. Carrier (Ed.), *The Wiley handbook of psychology, technology, and society* içinde (s. 453-468). West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118771952.ch26>
- Standing, G. (2014). *Prekarya: Yeni tehlikeli sınıf*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hall, S. (2007). Encoding/decoding. S. During (Ed.), *The cultural studies reader* içinde (s. 90-105). London: Routledge.
- Thatcher, J., O'Sullivan, D. ve Mahmoudi, D. (2016). Data colonialism through accumulation by dispossession: New metaphors for daily data. *Environment and Planning D: Society and Space*, 34(6), 990-1006.
- Traverso, E. (2013). *Savaş alanı olarak tarih: 20. yüzyılın zorbalıklarını yorumlamak*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Wacquant, L. (2016). Bourdieu, Foucault, and the penal state in the neoliberal era. D. Zamora ve M. C. Behrent (Ed.), *Foucault and neoliberalism* içinde (s. 114-134). London: Wiley.
- Wacquant, L. ve Akçaoğlu, A. (2014). Loic Wacquant ile söyleşi: Kentsel marjinallik, devletin sağ eli. *Birikim Dergisi*, (298), 67-72.
- Wallerstein, I., Collins, R., Mann, M., Derlugian, G. ve Calhoun, C. (2014). *Kapitalizmin geleceği var mı?* İstanbul: Metis Yayınları.



Aile İletişim Kalıpları Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması*

Study on Validity and Reliability of the Turkish Version of the Family Communication Patterns Scale

Ömer ERDOĞAN**
Cengiz ANIK***

Öz

Son kırk yıl boyunca aile iletişim kalıpları, çeşitli alanlarda ve kültürlerde birçok araştırmaya konu olmuştur. Bu çalışmaların büyük bir bölümünde Revised Family Communication Patterns (RFCP) (Revize Aile İletişim Kalıpları Ölçeği-RAİKÖ) ölçeği kullanılmıştır. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı Türkiye’de Aile İletişim Kalıpları Ölçeği’nin (AİKÖ) gözden geçirilmiş formunun geçerliliğini ve güvenilirliğini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda 2016-2017 eğitim döneminde Kastamonu Üniversitesi’nin farklı fakültelerinde eğitimlerine devam etmekte olan 741 öğrenciyle, Kastamonu Merkez İlçede ortaöğrenimine devam eden 272 öğrenci seçkisiz atama yöntemi kullanılarak çalışılmıştır. Veriler ışığında hem açılımlayıcı hem de doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve AİKÖ’nün psikometrik özelliklerinin, ölçeğin Türk öğrenciler için geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kullanılabileceğini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Aile İletişim Kalıpları, Aile İletişim Kalıpları Ölçeği, Aile İletişimi.

Abstract

Throughout the last four decades, family communication patterns have been the subject of many researches in various fields and cultures. In a large part of these studies, Revised Family Communication Patterns (RFCP) scale is used. Thus, the aim of this study is to test validity and reliability of RFCP in Turkey. To this end, in the academic year 2016-2017, 741 students who are continuing their education

* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir

** Doktora öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, oerdogan1969@hotmail.com.

*** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, canik@marmara.edu.tr.

in different faculties of Kastamonu University and 272 students attending secondary education in Kastamonu Central District are selected for research as a result of random sampling method. In the light of the data received, both descriptive and confirmatory factor analysis are conducted and psychometric properties of RFCP indicated that the scale is valid and reliable to be used for Turkish students.

Keywords: Family Communication Patterns, Family Communication Patterns Scale, Family Communication.

Giriş

Bireyin hayatında merkezi bir konuma sahip olan ve aynı zamanda insanlığın en kalıcı ve en temel sosyal kurumu olan aile, beş baskın sosyalizasyon aracı arasında (aile, okul, akran, çevre ve kitle iletişim araçları), çocukların ebeveynlerinden inanç, tutum ve bilgi geliştirdikleri temel sosyalizasyon bağlamıdır (Baldwin, 1992; Gecas, 1992). Dolayısıyla uzmanlar, aile dinamiklerinin çocukların büyüme döneminde kişilik gelişimleri üzerinde önemli rol oynadığını ve yetişkinlik döneminde bazı bireylerin yaşamış oldukları sorunların, içinde yetiştikleri aile sistemiyle ilişkili olabileceğini belirtmektedir (Beck ve Ledbetter, 2013; Conlin, 2004; Elwood ve Schrader, 1998; Fitzpatrick ve Koerner, 2005; Gecas, 1992; Huang, 2010; Koerner ve Fitzpatrick, 2002a; Ledbetter, 2009). Özellikle ebeveyn-çocuk iletişimi, bireysel özellikleri ve kişilik gelişimini etkileyebilecek en önemli güçlerden biri olarak düşünülmektedir (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994; Huang, 1999; Infante, Rancer ve Womack, 1997; Koerner ve Fitzpatrick, 2002b).

Aile iletişim yaklaşımını benimseyen bilim adamları, aile üyeleri arasında iletişim yoluyla ilişkilerin kurulmasının, aile kimliğinin yaratılması, sürdürülmesi ve ailenin toplumsal gerçekliğinin oluşturulması sürecinde merkezi bir role sahip olduğunu düşünmektedir (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994; Koerner ve Fitzpatrick, 2002c; Ritchie, 1991; Zhang, 2007). Başka bir deyişle, aile içinde iletişim temel unsurdur ve aile toplumsal dünyasını iletişim aracılığıyla kurar. Bu görüşe göre, olayların gerçek anlamda somut anlamları yoktur; bunun yerine, aile içinde anlam yaratma süreci, üyelerin olaylara tepkisi ve birbirlerinin sözlü ve sözsüz iletişim davranışları ile bu davranışların ailenin sosyal dünyasında ne anlama geldiği söz konusudur. Yani bir süreç olarak iletişim, devam eden, karmaşık ve değişen bir faaliyettir (Dance ve Larson, 1976). Dolayısıyla her ailenin iletişimi, benzersiz bir geçmiş, şimdiki zaman ve gelecek ile süreklilik gösterir. Böylece anlam, aile üyeleri arasında zamanla iletişim yoluyla oluşturulur ve uzun vadeli, kalıcı iletişim şekillerini etkileyerek aile içi iletişimin çalışma modelleri olarak hizmet eder (Sussman ve Steinmetz, 1987, s. 347). Aileye yeni katılan çocuklar, aile üyelerinin sözlü ve sözsüz mesajlarını ve diğer aile üyelerinin davranışlarını nasıl yorumlayacaklarını, ailenin sahip olduğu iletişim modellerine dayalı olarak öğrenirler (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 276).

Aile iletişim kalıpları üzerine yapılan çalışmalar, 1970'lerin başında, kitle iletişimi ve benzer alanlarda çalışan bilim adamlarının, ilgilerini kanallar ve mesajlar yerine bilişsel süreçler üzerine yoğunlaştırmasıyla başlamıştır (Reeves, Chaffee ve Tims, 1982). Wisconsin Üniversitesi'nden kitle iletişimi alanında çalışan Jack M. McLeod ve Steven H. Chaffee'in ebeveynlerin ve çocukların dışsal

bilgiyi özellikle de kitle iletişim araçları aracılığıyla gelen mesajları nasıl işlediğini, çocukların gelişim dönemlerinde iletişim ortamının, toplumsal gerçeklik hakkındaki görüşlerini ve kavram öğrenimlerini nasıl etkilediğini açıklamaya yönelik yapmış oldukları çalışmalar bu konudaki öncü çalışmalar olmuştur. Bu çalışmalar başlangıçta büyük oranda sosyolojide aile ilişkilerini demokratik ve otokratik güç boyutları açısından kavramlaştıran çalışmalardan etkilenmiştir. McLeod ve Chaffee, gücün aile iletişim ortamında kendini göstermesi gerektiğini düşünmüş ve buna göre, aile uyumu, hiyerarşik veya eşitlikçi karar verme, çoğulculuk ve beklenen toplumsal sonuçlara ilişkin duyulan kaygının ölçülmesinin, aile farklılıklarının ortaya konulmasında etkili olan kriterler olarak değerlendirmiştir (Akt. Tims ve Masland, 1985, s. 36).

Toplumsallaşmadaki ebeveyn gücünün rolünü ölçmek amacıyla başlatılmış olan bu çalışmalarında kullanılmak amacıyla Chaffee, McLeod ve Wackman (1966), 10 maddeden oluşan Aile İletişim Kalıpları Ölçeği'ni (*Family Communication Pattern*) geliştirmiş, fakat elde edilen ilk bulgularda, her iki yönelimin belirgin olduğu ve hiçbir yönelimin vurgulanmadığı aile ortamlarının bulunması ebeveyn gücüne ilişkin beklentiyi doğrulamamıştır (Akt. Ritchie, 1991, s. 550). Bunun üzerine McLeod ve Chaffee (1972), ailenin bilgi işleme sürecini açıklamak için eş-yönelim (*co-orientation*) (Newcomb, 1953, s. 395) kuramından yararlanmışlardır. İlk olarak Newcomb (1953) tarafından tanımlanan, eş-yönelim kavramı psikolojide temel bir kavram olup iki veya daha fazla bireyin sosyal ya da fiziksel ortamlarında bulunan aynı nesne üzerine bilişsel olarak dikkat kesilme durumunu ve bu nesne üzerine inançlarını ve tutumlarını oluşturmalarını ifade eder. McLeod ve Chaffee, aile iletişimi stillerini, başkalarına (A-B ilişkileri) yönelik ve nesnelere/fikirlere (A-X ilişkileri) yönelik, yönelimler olarak geniş bir şekilde sınıflandırılabileceğini kabul ederek aile iletişimi tarzının yeterince temsil edilen iki boyutlu bir açıklamasını yapmışlardır. Böylece McLeod ve Chaffee, aile üyelerinin medya iletilerini, bu iletilere eş-yönelimde bulunarak ve iletiler hakkında birbirleriyle iletişime geçerek işlemelerinin sabit ve kestirilebilir sonuçlara neden olduğunu göstermişlerdir (Akt. Ritchie, 1991, s. 551).

Bu ölçeğin kullanılmasıyla elde edilen veriler ışığında araştırmacılar, aile üyelerinin mevcut durum ya da nesneye ilişkin tutumlarını belirlerken iki farklı anlaşma yolu uyguladıklarını göstermiştir. Birincisi, aile üyeleri çevredeki bir nesne hakkındaki inançlarını algılayan özelliklerine dayanarak paylaşma yoluna gidebilirler. Bu özellikler açıkça belirgin değilse (örneğin renk veya koku gibi gözlemlenebilir özelliklere dayalı değilse), aile üyeleri bu nesneye ilişkin karakteristik özellikleri ve sonuçları tartışarak ortaklaşa keşfedebilirler. Bu süreç, nesne üzerine odaklanmayı ve aile üyelerinin kavramsallaştırma biçimini vurguladığı için McLeod ve Chaffee (1972) tarafından *kavramsal yönelim* olarak adlandırılır. İkincisi ise aile üyeleri bir aile üyesinin kendileri için bu nesneyi tanımlamalarına izin vererek tutum nesnesi hakkında anlamaya varabilirler. Bu süreç, nesnenin kendi nitelikleri yerine aile üyeleri arasındaki ilişkileri vurguladığından, McLeod ve Chaffee tarafından *sosyo-yönelim* olarak adlandırılmaktadır (Akt. Ritchie, 1991, s. 552).

Toplumsal gerçeklik nihai olarak aile üyelerinin bireysel olarak bilişlerinde yer alsa da sosyo-yönelim ve kavram yönelimi stratejileri, aile üyelerinin ve dolayısıyla bunların aile ilişkilerindeki iletişim davranışlarında kendini doğrudan göstermektedir. McLeod ve Chaffee (1972) ailelerin

anlaşmaya varmak ve ortak bir sosyal gerçeklik yaratmak için bu iki stratejiyi kullanarak sistematik ve tahmin edilebilir şekilde değişiklikler gösterdiğini belirtmiştir. Bazı aileler kavram yönelimini sosyo-yönelimden daha fazla tercih ederken diğer aileler tersini tercih etmektedir. Buna ek olarak, bazı aileler her iki stratejiden de sıklıkla yararlanırken, diğer aileler bu stratejileri nadiren kullandıkları için bu ailelerin paylaşılan bir toplumsal gerçekliğe ulaşma ihtimalleri daha düşüktür (s. 55).

Orijinal Aile İletişim Kalıpları Ölçeği'nin (AİKÖ) metodolojik ve kavramsal problemlerini belirten L. David Ritchie (1989), bu iki kavram hakkındaki anlayışımızı genişleterek Mary Anne Fitzpatrick'le birlikte Revize Aile İletişim Kalıpları Ölçeği'ni (*Revised Family Communication Pattern*) geliştirmiştir. Bu amaç doğrultusunda Madison, Wisconsin'deki devlet okullarına kayıtlı, biri çocuk ve en az biri ebeveyn olmak üzere 308 görüşme ve biri çocuk ve her iki ebeveynle de yapılan 168 görüşme gerçekleştirir. Çalışma grubu, 7. sınıfa giden 110 çocuk, 9. sınıfa giden 82 çocuk ve 11. sınıfa giden 116 çocuktan oluşturulmuş; toplamda 283 anne ve 211 baba görüşmelere katılmış olup, görüşmeler önce ebeveynlerle daha sonra ise çocuklarla gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya çocukların ve ebeveynlerinin birlikte alınmasının ve ayrıca farklı yaş gruplarından çocukların seçilmesinin amacı hem aile üyeleri arasındaki korelasyonu hem de ölçeğin farklı yaş gruplarına uygulanabileceğini göstermektir (Ritchie ve Fitzpatrick, 1990, s. 528).

Hem orijinal ölçeği hem de Ritchie'nin (1989) teorik katkılarını esas alan Ritchie ve Fitzpatrick (1990), bu çalışmada orijinal ölçeğin 10 maddesine ilaveten 16 yeni madde ekleyerek genişletilmiş 26 maddelik yeni ölçeği kullanmıştır. Aile tiplerini belirlemek üzere ise klasik yöntem kullanılmıştır. Buna göre, iki boyutun her birinde ortanca bölme kullanılarak aileler dört temel aile tipinden birinde sınıflandırılmıştır. Çalışmada, her iki iletişim yöneliminde tüm aile bireylerinin cevaplarını dikkate almak için küme analizi kullanılmıştır. Tüm küme analizleri, her bir ailenin üyelerinin yanıtlarının aynı ailenin diğer üyelerinin cevaplarıyla ilişkili olduğu bağlantılı bir veri kümesi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Böylece her aile, biri çocuk, diğerleri ise anne ve baba için olmak üzere üç diyalog-yönelimi puanı ve üç uyum-yönelimi puanı ile temsil edilen bir birim olarak ele alınmıştır (s. 525).

Elde edilen sonuçlar, hem ebeveynlere hem de çocuklara yönelik olarak, sosyo-yönelimin, çocuğun ebeveynle olan uyumunu zorla uygulamak için ebeveyn gücünün kullanımını, kavram yöneliminin ise ebeveynlerin çocukların konuşmasını teşvik etmesi ve fikirlerin ve duyguların açık bir şekilde değiş tokuşu anlamına geldiğini göstermiştir. Bu kapsamda Ritchie (1991), sosyo-yönelim ve kavram yönelimi boyutlarının yeniden yapılandırılması ve yeniden adlandırılmasını önermiştir. Revize Aile İletişim Kalıpları Ölçeği (RAİKÖ) maddelerinin üzerinde yaptığı analizlerde uyum yönelimi boyutunda yer alan maddelerle (önceden sosyo-yönelim) ölçülenin aslında ebeveynlerin bir çocuğu ikna etmesi ya da buna zorlaması düzeyinin olduğunu, diyalog yönelimi boyutunda yer alan maddelerle ise (daha önce kavram yönelimi) ebeveynlerin çocuklarını açık iletişime ne ölçüde cesaretlendirdiğinin ve desteklediğinin ölçüldüğünü bulmuştur (s. 540).

McLeod ve Chaffee (1972) tarafından yapılan araştırmalara dayanarak, Fitzpatrick ve Ritchie (1994) ailelerde diyalog ve uyum yönelimlerini, aile üyelerinin bilgi alış verişinde bulunma ve

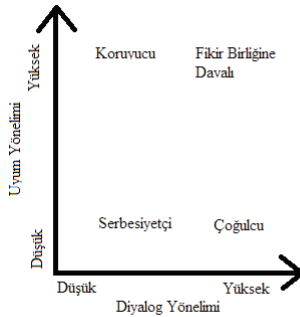
gizlemeye yönelik aile iletişim biçimini belirleyen temel boyutlar olarak kavramsallaştırmıştır. Diyalog yönelimi boyutu, ailelerin, tüm aile üyelerinin çok çeşitli konular hakkında sınırsız etkileşime girmenin, yaşanan çatışmalarla yüzleşmenin ve aynı zamanda ebeveynlerin evliliklerinde açık paylaşımın, bağımsızlığın ve özerkliğin teşvik edildiği bir iklim yaratma derecesi olarak tanımlanır. Bu boyutun üst ucunda yer alan ailelerde aile üyeleri, etkileşimde veya tartışılan konularda harcanan zaman konusunda hiçbir sınırlama olmaksızın serbestçe, sıklıkla ve kendiliğinden etkileşime girer. Bu aileler birbirleriyle etkileşim kurmaya yönelik daha fazla zaman harcar ve aile üyeleri bireysel aktivitelerini, düşüncelerini ve duygularını birbirleriyle paylaşırlar. Bu ailelerde, ailenin grup olarak katılmayı planladığı eylemler veya faaliyetlere ilişkin kararlar aile içinde tartışılmaktadır. Öte yandan, diyalog yönelimi boyutunun en düşük düzeyindeki ailelerde, aile üyeleri birbirleriyle daha az sıklıkta etkileşime girerken aile üyelerinin tamamının katıldığı çok az tartışma konusu vardır. Bu ailelerde özel düşünce, duygu ve etkinlikler karşılıklı olarak daha az paylaşılır ve grup olarak girilen faaliyetler genellikle ayrıntılı olarak tartışılmaz ya da herkesin aile kararlarına yönelik bilgilendirilmesine gerek duyulmaz. Diyalog yönelimi boyutundan yüksek puan alan ailelerde genel olarak, açık ve sık iletişimin eğlenceli ve tatmin edici bir aile yaşamı sunduğuna yönelik bir inanç vardır. Bu görüşü savunan aileler, fikir alışverişini önemser ve bu inanç sahibi ebeveynler, çocukları eğitmenin ve onları sosyalleştirmenin başlıca aracı olduğunu düşündükleri için onlarla sık sık iletişim kurarlar. Tersine diyalog yönelimi boyutundan düşük puan alan aileler ise, genel olarak ailenin işleyişi ve özellikle çocukların eğitimi ve sosyalleşmesi için hem açık iletişimin hem de fikir, düşünce ve değer paylaşımının gerekli olmadığına inanırlar (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 296-297).

Aile iletişimi ile ilgili diğer önemli boyut, uyum yönelimidir. Uyum yönelimi, aile iletişiminde tutum, değer ve inançların homojenliğini vurgulama derecesini belirtir. Bu boyutun en üst seviyesindeki aileler, geleneksel değerlerin önemini, otoriteye saygıyı, inanç ve tutumların tekdüzeliğini vurgulayan etkileşimler ile karakterizedir. Aile içi etkileşimler genellikle uyuma, çatışmayı önlemeye ve aile üyelerinin birbirine bağlılığına odaklanır. Kuşaklar arası değişimlerde, bu ailelerdeki iletişim, ebeveynlere ve diğer yetişkinlere itaat etmeyi öne çıkarır. Uyum yönelimi boyutundan yüksek puan alan ailelerin, geleneksel aile yapısı olarak adlandırılabileceğine inanılmaktadır. Bu görüşe göre, aileler birbirine bağlı ve hiyerarşiktir. Yani, aile üyelerinin, aileye olan ilişkilerini, ailenin dışındaki ilişkilerden daha fazla tercih etmesi ve mekân ve para gibi kaynakları, aile üyeleri arasında paylaşılması üyeler tarafından beklenir. Bu aileler üyelerinden, aile ile geçirdikleri zaman dilimlerini en üst düzeye çıkarmak için bireysel programların, aile üyeleri arasında koordine edilmesi gerektiğini ve aile üyelerinin kişisel çıkarlarını ailenin hedefleri doğrultusunda kullanmasını beklerler. Ayrıca ebeveynlerin aileleri için kararlar vermeleri ve çocukların da ebeveynlerinin kararları doğrultusunda hareket etmesi beklenir. Bunun tersine, uyum yöneliminde düşük puan alan aileler geleneksel bir aile yapısına inanmazlar. Bunun yerine, birbirine daha az bağlı ve hiyerarşik olarak örgütlenmemiş ailelere inanırlar. Uyum yöneliminin düşük ucundaki aileler, aile dışı ilişkilerin aile ilişkileri kadar önemli olduğunu ve aile yapısının zayıflamasına yol açsa bile üyelerinin kişisel gelişiminin teşvik edilmesine gerektiğine inanırlar. Ayrıca bu aileler aile üyelerinin bağımsızlığına inanırlar ve aile çıkarlarının kişisel menfaatlerin

önüne geçmesine izin vermezler. Bu ailelerde kuşaklararası alışverişlerde, iletişim, tüm aile üyelerinin eşitliğini yansıtır ve çocuklar genellikle karar alma sürecinde yer alırlar (Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 296-297).

Ailelerin iletişimiyle ilgili bu iki temel boyutun gerçek aile iletişimi üzerindeki etkileri genellikle birbirine bağlıdır. Yani, aile iletişimi üzerinde ana etkilerinin olmasından ziyade, bu iki boyut genellikle birbirleri ile etkileşim halindedir. Dolayısıyla, bir boyutun aile iletişimi üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu tahmin etmek için yalnızca bu boyutu bilmek yeterli değildir, diğer boyutun bilinmesi de gereklidir. Örneğin, bir ailenin iletişim kalıplarını tahmin etmek için, bu ailenin uyum yönelimi boyutunda yüksek puan aldığını bilmek yeterli değildir, çünkü bunun aile iletişimi üzerindeki etkisi, o ailenin diyalog yönelimine ve bunun tam tersine bağlıdır (Koerner ve Fitzpatrick, 1997, s. 60). Başka bir deyişle, aile iletişimi üzerinde doğrudan etkilere sahip olmanın yanı sıra, uyum ve diyalog yönelimi boyutları birbirleriyle etkileşime girerek birbirlerinden niteliksel olarak farklı dört aile türü oluşturur (Şekil 1).

Şekil 1:



Şekil 1: Diyalog ve uyum yönelimi ile oluşturulan kavramsal çerçevede dört aile türü.

Önce McLeod ve Chaffee'nin (1972), daha sonra Fitzpatrick ve Ritchie'nin (1994) yapmış oldukları sınıflandırmaya göre, hem diyalog yönelimi hem de uyum yönelimi boyutlarından yüksek puan alan aileler *fikir birliğine dayalı aileler* olarak adlandırılmıştır. Bu ailelerin iletişim şekli, bir tarafta mevcut hiyerarşiyi kabul etmeye ve korumaya yönelik bir baskı ile diğer yandan açık iletişim ve yeni fikirleri keşfetme arasında bir gerilim ile karakterize edilir. Yani, bu ailelerdeki ebeveynler çocuklarıyla ve çocuklarının ne söyleyecekleriyle ilgilenirler, ancak aynı zamanda aileleri ve çocukları adına karar vermeleri gerektiğine de inanırlar. Bu gerginliği, çocuklarını dinleyerek ve kararlarını çocuklarına anlatmaya yönelik zaman ve enerji harcayarak çözerler. Çocuklarına, kararlarının ardındaki mantık, inanç ve değerleri anlamalarına yönelik umutlarını dile getirirler (s. 118).

Diyalog yönelimi boyutundan yüksek puan alan ancak uyum yönelimi boyutunda düşük puan alan aileler *çoğulcu aileler* olarak adlandırılmıştır. Çoğulcu ailelerde iletişim, açık ve sınırsız tartışmalarla karakterize edilir ve bu tartışmalar tüm aile üyelerine açıktır. Bu ailelerdeki ebeveynler, çocuklarının kontrolleri altında olmasına ya da onlar adına tüm kararları vermeye

ihtiyaç duymazlar. Bu ebeveyn tutumları, aile üyelerinin kendilerinin desteklediği düşünceleri değil, aksi bile olsa bu düşünceleri destekleyen kanıtlara göre değerlendirdiğinden sıklıkla aile içi tartışmalar söz konusudur. Yani, ebeveynler çocuklarının görüşlerini kabul etmeye ve ailenin karar verme sürecine eşit olarak katılmalarına izin vermeye isteklidir (McLeod ve Chaffee, 1972, s. 54; Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 118).

Diyalog yönelimi boyutundan düşük puan alan ancak uyum yönelimi boyutundan yüksek puan alan aileler *koruyucu aile* olarak adlandırılmıştır. Koruyucu ailelerdeki iletişim, ebeveyn otoritesine itaat ve kavramsal konularda veya aile içinde açık iletişim için az bir endişe ile vurgulanır. Bu ailelerdeki ebeveynler, aileleri ve çocukları için karar vermeleri gerektiğine inanırlar ve çocuklarına düşüncelerini açıklamaları konusunda çok az isteklidirler (McLeod ve Chaffee, 1972, s. 54; Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 118).

Hem diyalog yönelimi boyutunda hem de uyum yönelimi boyutunda düşük puan alan aileler ise, *serbestiyetçi aile* olarak adlandırılmıştır. Bu ailelerin iletişimleri, çoğunlukla sınırlı sayıda konuyu ilgilendiren, aile üyeleri arasında az sayıda ve genellikle etkilenmeyen etkileşimlerle karakterizedir. Serbestiyetçi ailelerde bulunan ebeveynler, tüm aile bireylerinin kendi kararlarını verebilmeleri gerektiğini düşünmektedir, ancak çoğulcu ailelerde olduğu gibi ebeveynlerin aksine çocuklarının kararlarına çok az ilgi duymakta ve onlarla iletişim kurmaya isteksizdirler. Serbestiyetçi ailelerin çoğunun ebeveynleri duygusal olarak hem bir birlerinden hem de çocuklardan kopuktur. Aile üyeleri arasındaki duygusal katılım genellikle düşük olduğu için üyeler duygusal bağlantı kurmaya yönelik olarak aile dışına yönelme eğilimindedirler (McLeod ve Chaffee, 1972, s. 55; Fitzpatrick ve Ritchie, 1994, s. 118).

AİKÖ'yü kullanan araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda, ölçeğin aile davranışlarını ve sonuçlarını önemli derecede tahmin etme ve açıklama kabiliyetine sahip olduğuna dair yeterince kanıt sağlamıştır. Son zamanlarda yapılan araştırmalarda, örneğin, Terrisa D. Elwood ve David C. Schrader (1998) diyalog yöneliminin grup içi ve kişiler arası bağlamda iletişim kaygısının önemli ve negatif yordayıcısı olduğunu göstermişlerdir. Yuan Huang'ın (1999) araştırması ise benlik saygısı, kendini açığa vurma, kendini denetleme ve kontrol, sosyal isteklilik, utangaçlık ve sosyal arzulanma da dâhil olmak üzere çocukların kişilik özellikleri seti ile aile iletişim kalıpları arasındaki ilişkilere odaklanmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, diyalog yöneliminin yüksek olmasının, bireyin kendini açıklama, kontrol isteği, benlik saygısı ve sosyal olma özelliklerini geliştirmeye yardımcı olduğu, buna karşılık uyum yöneliminin yüksek olmasının yüksek derecede utangaçlık ve düşük benlik saygısına neden olduğunu göstermiştir. Theodore A. Avtgis (1999) iletişimsel durumlara yaklaşma veya kaçınma eğilimi ile aile iletişim kalıpları arasındaki ilişkiyi araştırmış ve yüksek diyalog yönelimli ailelerde büyüyen çocukların iletişimi ödüllendirici olarak görme eğiliminde olduğunu bildirirken buna karşılık daha düşük düzeyde diyalog eğiliminde olan ailelerde büyüyen çocukların ise iletişimden kaçınma eğiliminde olduğunu bildirmiştir. Craig Fowler (2007) ise yaptığı çalışmada, serbestiyetçi ve aşırı korumacı aile iletişim tarzlarının çocuklarda özellikle benlik saygısı, yakınlık ve ilişkisel doyum, şefkat alanlarında çoğulcu ve fikir birliğine dayanan aile iletişim şekillerinden daha fazla olumsuz etki yarattığını ortaya koymuştur. Bunların yanında, Schrodt, Witt, ve Messersmith (2008) bu teorinin faydalı olduğuna dair en

güçlü kanıtı, AİKÖ'yü kullanan 56 çalışmanın yeni bir meta-analizi çalışmasıyla elde etmiştir. Bu analizle araştırmacılar, aile iletişimi kalıplarının bilgi işleme, davranışsal ve psiko-sosyal sonuçlar üzerine etkilerini araştırmış ve diyalog yöneliminin psiko-sosyal çıktılar üzerinde özellikle güçlü etkilere sahip olduğunu, buna karşın davranış ve bilgi işleme üzerinde daha düşük etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Uyum yönelimi ve aile tiplerine yönelik olarak da biraz daha küçük etkiler söz konusu olsa da üç sonuç çeşidi için de etkisinin olduğu bulunmuştur (s. 260-261).

Böylece AİKÖ'nün aile iletişimi alanında çalışan araştırmacılar için geniş bir değişken yelpazesini güvenilir bir şekilde ölçebilme yeterliliğinde olduğu gösterilmiştir. Örneğin her iki yönelim de televizyonda şiddet, müzik videoları, reklam, siyaset, alışveriş, dini yönelim hakkındaki ebeveyn-çocuk etkileşimlerinden aile üyelerinin sevgi, aldatma, güç kullanımı, saldırganlık, kişiler arası iletişim ve etkileşim becerisine kadar uzanan sonuçlarla ilişkilendirilmiştir (Ledbetter, 2010; Moore ve Moschis, 1981; Rueter ve Koerner, 2008; Schrodt, Witt ve Messersmith, 2008; Shearman ve Dumlao, 2008; Sillars, Koerner ve Fitzpatrick, 2005). Sonuçlar toplu olarak değerlendirildiğinde, bulguların aile iletişim kalıpları teorisi tarafından ileri sürülen iddiaların pek çoğunu doğruladığı görülmektedir. Buna göre, diyalog yönelimi a) uyum yöneliminin psiko-sosyal sonuçlarının daha güçlü bir öngörüsünü sağlar yordayıcısıdır, b) psiko-sosyal çıktıları, bilgi işleme ve davranışsal sonuçlardan daha iyi öngörmektedir. Ayrıca, Çin (Zhang, 2007), İran (Koroshnia ve Latifian, 2008), Japonya (Shearman ve Dumlao, 2008) ve Malezya (Omar, Mustaffa, ve Nordin, 2007) gibi Batı dışı kültürlerde ölçeğin başarıyla uygulanması teorisinin evrensel uygulanabilirliğini de desteklemektedir.

Aile iletişimini ölçmeye yönelik Türkiye'de kullanılan ölçüm araçlarından birisi, Robin, Koepke ve Moye (1990) tarafından Davranışsal Aile Sistemleri Yaklaşımına dayandırılan ve Türkçe geçerlilik, güvenilirlik çalışması Gül N. Eryüksel (1996) tarafından yapılan Ana-Baba ve Ergen İlişki Envanteri (PARQ)'dir. Ölçek ana-baba-ergen ilişkilerindeki problem ve çatışmalar konusunda davranışsal kuramın, aile sistemleri kuramının ve bilişsel kuramın kavram ve tekniklerini birleştiren bir değerlendirme ve tedavi programının parçasıdır. Bu üç kuramdan hareketle geliştirilmiş olan PARQ, problem çözme/iletişim becerileri, bilişler/içselleştirilmiş inançlar ve aile sistemindeki yapı ve fonksiyonlarla ilgili üç temel boyutu içermektedir. Bilişsel-davranışsal yaklaşımdaki tanım ve kavramları değerlendirmek için geliştirilmiş olan problem çözme-iletişim becerileri boyutu genel distres, iletişim, problem çözme becerileri, yakınlık/düşmanlık, okul çatışması ve kardeş çatışması olmak üzere altı alt ölçekten oluşmaktadır. Bilişler/İçselleştirilmiş İnançlar, bilişsel yaklaşımdaki kavramların ana-baba ve ergen arasındaki ilişkilere aktarılması sonucunda geliştirilmiş biliş ve inançların değerlendirilmesini içeren boyut olup, ana-baba ve ergenin birbirleri hakkında sahip olabilecekleri beş bilişsel çarpıtmayı içerir. Ergenler için özerklik, haksızlık ve onaylanma; ana-babalar içinse itaat, kötü niyet ve kendini suçlama alt ölçekleri bulunmaktadır. Aile yapısı boyutu, aile sistemleri kuramına özgü olan üç kavramı değerlendirmek amacıyla oluşturulmuştur: koalisyonlar, üçgenleşme ve bütünlük. Toplam 16 alt ölçekten oluşan PARQ'da ergenler için 284, ana-babalar için 250 doğru/yanlış şeklinde yanıtlanan madde bulunmaktadır (Eryüksel, 1996, s. 204). PARQ'ın tek bir değerlendirme aracıyla aile ilişkilerini sistem yaklaşımı çerçevesinde çok boyutlu değerlendirilebilmesine olanak tanınması,

ana-baba ve ergenler için hazırlanmış paralel formlarının olması ve sosyal beğenirlik eğilimini değerlendirmeye yönelik bir alt ölçeğinin bulunması nedeniyle PARQ oldukça kullanışlı olmakla birlikte mevcut çalışmada kullanılan ölçekten aile tipolojisini belirleme ve aile iletişimine belirli bir örüntü dahilinde bakma açısından ayrılmaktadır.

Ülkemizde aile içi iletişimi araştırmalarında kullanılan bir diğer ölçüm aleti ise 2006 yılında Inge B. Wissink, Maja Dekovic ve Anne Marie Meijer tarafından geliştirilmiş olan ve Türkçe geçerlilik, güvenirlik çalışması Ayşegül Durak Batıgün ve Gülen Say tarafından yapılan, Ebeveyn-Ergen İlişki Niteliği Ölçeği'dir (*Quality of Parent-Adolescent Relationship Scale*). Toplam 18 maddeden oluşan 5 dereceli Likert tipi bir ölçek olup, ölçekte her bir madde, hem anne hem de baba için ayrı ayrı değerlendirilmekte ve her iki ebeveyn için de ayrı puanlar elde edilmektedir. Ölçek hem anne hem de baba değerlendirmesi için "olumlu ebeveyn-ergen ilişkisi", "olumsuz ebeveyn-ergen ilişkisi" ve "açıklama" olmak üzere üç boyut oluşmaktadır (Durak Batıgün ve Say, 2015). Bu bağlamda Ebeveyn-Ergen İlişki Niteliği Ölçeği hem anne hem babaya ilişkin ayrı ayrı değerlendirme yapabilme olanağı sunması açısından mevcut çalışmada kullanılan ölçekten farklılaşmaktadır. Buna karşın mevcut ölçeğin aileyi bütünsel bir yapı içerisinde görmesi ve katılımcıyı belirli bir aile tipine yerleştirmesi açısından yordama kolaylığı sağlamaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda ülkemizde aile iletişimi alanında çalışan bilim adamlarının kullanmasına yönelik olarak aile iletişim kalıpları ölçeğinin gözden geçirilen formunun geçerlilik güvenirlik çalışmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Yöntem

Çalışma Grubu

Orijinal ölçeğin geçerlilik ve güvenirlik çalışması 13-18 yaş arasında yer alan katılımcılarla gerçekleştirilmiş olmakla birlikte daha sonra yapılan farklı çalışmalarda ölçeğin 13 yaş ve üstü bütün gruplarda kullanılabilirliğine yönelik sonuçlar elde edilmiş olması nedeniyle, çalışmada ölçeğin farklı yaş gruplarına uygulanabilirliğini test etmek amacıyla iki farklı yaş grubuyla çalışılmıştır. Birinci grupta Kastamonu İli Merkez İlçe'de bulunan ortaöğretim okullarında 2017-2018 eğitim öğretim yılı içerisinde öğrenimine devam eden (13-18 yaş aralığı) 166'sı kadın 106'sı erkek olmak üzere toplam 315 katılımcı yer almıştır. Bu grupta yer alan katılımcıların ölçeklerinin analiz aşamasında değerlendirilmesinde 42 ölçeğin hatalı doldurulma ve ölçek maddelerinin boş bırakılmasından dolayı değerlendirmeden çıkarılarak 272 katılımcıyla analizler gerçekleştirilmiştir. Birinci grupta yer alan katılımcıların 60'i (37 kadın-23 erkek) 13 yaşında, 40'i (25 kadın-15 erkek) 14 yaşında, 43'ü (22 kadın-21 erkek) 15 yaşında, 39'u (20 kadın-19 erkek) 16 yaşında, 49'u (30 kadın-19 erkek) 17 yaşında ve 41'i (21 kadın-20 erkek) ise 18 yaş grubunda yer almış olup, hem kadın hem de erkek katılımcıların yaş ortalaması 15'dir. Çalışmaya katılan ikinci grup ise, Kastamonu Üniversitesi'nde 2016-2017 eğitim öğretim yılı içerisinde öğrenimlerine devam eden, 507'si kadın, 234'ü erkek olmak üzere 741 öğrenciden oluşmaktadır. İkinci grupta yer alan 741 katılımcının 180'i (145 kadın-35 erkek) 19 yaşında, 157'si (107 kadın-50 erkek) 20 yaşında, 161'i (104 kadın-57 erkek) 21 yaşında, 122'si (78 kadın-44 erkek) 22 yaşında ve 121'i (73

kadın-48 erkek) ise 23 yaş ve üstünde yer almış olup, bu grupta yer alan hem kadın hem de erkek katılımcıların yaş ortalaması 21'dir.

Araçlar

Aile İletişim Kalıpları Ölçeği: Çalışmada, McLeod ve Chaffee (1972) tarafından geliştirilen ve Ritchie ve Fitzpatrick (1990) tarafından tekrar gözden geçirilerek Revize Aile İletişim Kalıpları Ölçeği adıyla tekrar oluşturulan ölçek formu kullanılmıştır. Ölçeğin uyarlama çalışmasının yapılması için gerekli izin, bu konuda yetkili olduğu saptanan Ritchie ve Fitzpatrick'ten elektronik posta yoluyla alınmıştır.

Buna göre, aile iletişim kalıpları ölçeği aile üyeleri arasında vurgulanan uyum ve diyalog düzeylerini belirten iki boyuttan oluşmaktadır. AİKÖ 26 maddeden oluşmakta olup, diyalog yönelimi boyutu ilk 15 maddeyi (Örneğin, "Hemen her şeyi ebeveynlerime söyleyebilirdim") ve uyum yönelimi boyutu ise son 11 maddeyi (Örneğin, "Eğer görüşlerim ebeveynlerimden farklı ise bazen kızarlardı") içermektedir. Ölçek maddeleri, "kesinlikle katılmıyorum"dan (1) "kesinlikle katılıyorum"a (5) kadar değişen ve katılımcıların beyanına dayalı (*self-report*) olarak cevap verdikleri 5 puanlı Likert yanıt formatı kullanılarak derecelendirilmiştir.

Ölçeğin puanlanmasında iki alt boyuttan alınan puanlar esas alınmaktadır. Diyalog yönelimi boyutunda katılımcının alabileceği en düşük puan 15, en yüksek puan 75; uyum yönelimi boyutunda ise katılımcının alabileceği en düşük puan 11, en yüksek puan ise 55'tir. Katılımcıların aile tiplerine dağıtılması her boyuttan alınan puanların ortalamasının belirlenmesi ile gerçekleştirilmektedir. Uyum boyutunun ortalamasının üzerinde puan alanlar yüksek, ortalamasının altında puan alanlar ise düşük uyum düzeyinde yer alırken, diyalog yönelimi puanı ortalamasının üstünde yer alanlar yüksek, altında yer alanlar ise düşük diyalog yönelimli olarak adlandırılmaktadırlar. Buna göre, hem uyum hem de diyalog yöneliminde yüksek grupta yer alanlar fikir birliğine dayalı ailelerde, hem uyum hem diyalog yöneliminde düşük grupta yer alanlar serbestiyetçi ailelerde, uyum yönelimi boyutunda yüksek diyalog yönelimi boyutunda düşük puan alan grupta yer alan katılımcılar koruyucu, diyalog yönelimi boyutundan yüksek uyum yönelimi boyutundan düşük puan alan katılımcılar ise çoğulcu ailelerde yer almaktadır.

Anne-Baba Tutum Ölçeği 1: Aile iletişim kalıpları ölçeğinin, ölçüt bağımlı geçerliliğini test etmek amacıyla iki ölçek kullanılmıştır. Bunlardan birincisi, Lamborn, Mounts, Steinberg ve Dornbusch (1991) tarafından 1991 yılında geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması 2000 yılında Ayşen Yılmaz tarafından yapılan Anne-Baba Tutum Ölçeği'dir. Ölçek, *kabul/ilgi, kontrol/denetleme ve psikolojik özerklik* olmak üzere üç faktörden oluşmaktadır. Kabul/ilgi boyutu çocukların ebeveynlerini ne derece sevecen, ilgili ve katılımcı olarak algıladıklarını, kontrol/denetleme boyutu çocukların ebeveynlerini ne derece kontrollü ve denetleyici olarak algıladıklarını, psikolojik özerklik boyutu ise anne-babanın demokratik tutumu ne derece uyguladıklarını ve çocuğun bireyselliğini ifadeye ne derece cesaretlendirdiklerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Birinci ve üçüncü boyuttaki maddeler dört dereceli, ikinci boyuttaki maddelerin ilk ikisi yedi dereceli, diğer maddeler ise üç dereceli Likert tipi ölçek üzerinde değerlendirilmektedir (Yılmaz, 2000).

Kabul/ ilgi boyutu 9, denetleme boyutu 8, psikolojik özerklik boyutu 9 maddeyle ölçülmektedir. Birinci boyuttaki Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .72, ikinci boyuttaki iç tutarlılık katsayısı .76 ve üçüncü boyuttaki iç tutarlılık katsayısı .82 olarak hesaplanmıştır (Yılmaz, 2000, s. 165).

Ana Baba Tutumları Ölçeği 2: Ölçüt bağıntılı geçerliliğini test etmek amacıyla ikinci olarak, bireylerin anne babalarının yetiştirme tutumlarını algılama biçimlerini ölçmek amacıyla Yıldız Kuzgun ve Jale Eldeleklioğlu (2005) tarafından geliştirilen Ana Baba Tutumları Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, “hiç uygun değil” den “tamamen uygun”a kadar değişen 5 basamaklı Likert tipi bir cevap anahtarı derecelendirilmektedir. Ölçekte “demokratik”, “otoriter” ve “koruyucu-istekçi” anne baba tutumlarını ölçen üç alt ölçek bulunmaktadır. Toplam 40 maddeden oluşan ölçekte 15 madde “demokratik”, 10 madde “otoriter” ve 15 madde “koruyucu-istekçi” anne baba tutumunu ölçmektedir. Demokratik tutumu ölçen maddeler 1, 2, 6, 7, 13, 14, 15, 20, 21, 22, 29, 30, 36, 37, 39. maddeler, koruyucu-istekçi anne baba tutumunu ölçen maddeler, 4, 9, 10, 11, 17, 18, 19, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 33, 34. maddeler ve otoriter anne baba tutumunu ölçen maddeler de 3, 5, 8, 12, 16, 23, 31, 35, 38 ve 40. maddelerdir (s. 69).

İşlem

Özgün formu İngilizce olan AİKÖ'nün Türkçeye çevrilmesi ilk olarak hem araştırmacı hem de İngilizce dili alanında uzman olan (ikisi orta öğretimde İngilizce öğretmenini, ikisi üniversitede İngilizce alanında görev yapan öğretim üyesi) beş kişi tarafından birbirinden bağımsız olarak yapılmıştır. Daha sonra bu çeviriler Türk dili konusunda uzman iki kişi tarafından kültüre uyumluluk ve dil bilgisine uygunluk açısından incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılarak bir ölçek elde edilmiştir. Elde edilen ölçek biri iletişim alanında, ikisi psikolojik danışmanlık alanında çalışan üç uzmana inceletilmiş ve uzman görüşü alınmıştır. AİKÖ'nün Türkçe formu ile orijinal form arasındaki tutarlılığı belirlemek için dilsel eşdeğerlik çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada her iki form iyi düzeyde İngilizce bilen 45 İngilizce öğretmenine (Kastamonu İli Merkez İlçe'de görev yapan) iki hafta arayla önce İngilizce formu sonra Türkçe formu uygulanmıştır. Dilsel eşdeğerlilik için yapılan korelasyon analizi sonucunda ölçeğin kaynak dili olan İngilizce formu ile hedef dili olan Türkçe formu arasında üst düzey pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=.81, p<.001$) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, boyutlar arasında İngilizce ve Türkçe form puanları arasındaki korelasyon diyalog yönelimi boyutu için .87, uyum yönelimi boyutu için ise .78 olarak belirlenmiştir. Türkçe ve İngilizce formların eşdeğer olduğu görüldükten sonra geçerlik ve güvenirlik analizlerine başlanmıştır.

AİKÖ'nün Türk öğrencilerden elde edilen puanlarının oluşturduğu faktör yapısını incelemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (*exploratory factor analysis*) ve varimaks rotasyonu (ortaöğretim ve üniversite grubunda yer alan katılımcılar için ayrı ayrı), ölçüt bağıntılı geçerliliğini saptamak amacıyla (ortaöğretim grubunda yer alan katılımcıların verileri kullanılarak), geçerlilik güvenirlik çalışması Yılmaz (2000) tarafından yapılan Anne-Baba Tutum Ölçeği'nin *Kabul/İlgi Boyutu ve Psikolojik Özerklik Boyutu* maddeleri ile geçerlilik güvenirlik çalışması Kuzgun ve Eldeleklioğlu (2005) tarafından yapılan Anne-Baba Tutum Ölçeği'nin *Demokratik Boyutu ve*

Otoriter Boyutunda yer alan maddelerden oluşan ölçek formu kullanılarak, alt boyutlarından alınan puanlar arasındaki ilişki Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı hesaplanmış ve özgün ölçeğin geliştirilmesindeki yaklaşıma uygun olarak da doğrulayıcı faktör analizi (*confirmatory factor analysis*) (ortaöğretim ve üniversite grubunda yer alan katılımcıların verileri birleştirilerek) yapılmıştır. Böylece ölçeğin faktöryel geçerliliği, iki farklı faktör analizi uygulamasıyla incelenmiştir.

Bulgular

Veri toplama işlemi bitirildikten sonra elde edilen veriler uygun istatistiksel işlemleri bilgisayarda yapmak üzere düzenlenmiştir. Verilerin analizinde SPSS-23 ve AMOS paket programı kullanılmıştır. Daha sonra ölçeğin geçerliğine ilişkin olarak,

Açımlayıcı Faktör Analizi ve Yapı Geçerliliği: AİKÖ'nün faktör yapılarını belirlemek amacıyla Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir (Büyüköztürk, 2002). İlk olarak verilerin faktör analizi için uygunluğu, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett Sphericity testi ile incelenmiştir. KMO, örneklem hacmi yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup örneklemin hacminin büyüklüğü ile ilgilenir. Bu testin değeri küçük çıkarsa, çift olarak değişkenler arasındaki ilişkinin diğer değişkenlerce açıklanmayacağını gösterir. Bu durumda da faktör analizine devam etmek doğru olmaz. KMO bir oran olup %60'ın üstünde olması ve Barlett testinin anlamlı çıkması, verilerin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2003). Bu testler, örneklemin ve envanter maddeleri arasındaki korelasyonun uygunluğunun sınanmasında kullanılır (Beavers vd., 2013). Bu testlerin gerçekleştirilmesi ile elde edilecek katsayıların anlamlı olması, yapı geçerliğinin araştırılmasında gerçekleştirilen faktör analizinin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Değişkenler arasındaki korelasyon deseninin sıkı olması istenilen bir durumdur. Bu ölçütle ilgili Kaiser (1974) 0,5 oranını hemen hemen kabul edilebilir bir kesim noktası olarak ifade etmiş, KMO değerini 0,5 – 0,7 arası orta, 0,7-0,8 arası iyi, 0,8-0,9 arası çok iyi ve 0,9 üzerini süper şeklinde sınıflamıştır (s. 34). Yapılan işlemler sonucunda 26 madde için elde etmiş olduğumuz KMO değerinin, üniversite grubu için 0.962, ortaöğretim grubu için ise 0.932 olduğu ve iki grubun da 0.90-1.00 aralığında olduğundan örneklem hacmi uygunluğunun çok iyi olduğu ve veri setimizin faktör analizi için iyi uyum gösterdiği görülmüştür.

Diğer taraftan Bartlett testi ise korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyonlar olduğunu test eder. Analize devam edilebilmesi için "Korelasyon matrisi birim matristir" sıfır hipotezinin reddedilmesi gerekir. Eğer sıfır hipotezi reddedilirse, değişkenler arasında yüksek korelasyon olduğunu, başka bir deyişle veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998, s. 592). Veri setimiz için yapılan Barlett testi için ki-kare değerimiz iki grup içinde oldukça yüksek ve buna bağlı olarak anlamlılık değeri 0,000 olarak hesaplanmıştır. Sıfır hipotezi reddedilmiştir, bunun

anlamı veri setimiz faktör analizi için uygundur. Bu bulgular doğrultusunda verilere açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Açımlayıcı faktör analizinde çalışmaya katılan iki grup için de faktörleme yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi (*Principal Component Analysis*) kullanılmıştır. Ölçeğin faktörlerini yorumlayabilmek için dik döndürme yöntemlerinden Varimax tekniği kullanılmıştır. Faktör analizinde aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin ayıklanması gerekir. Bunun için dikkate alınan ölçütlerden biri, ortak varyans (*communality*) olarak ifade edilir (Çanakçı, 2008, s. 117). Ortak varyans, bir değişkenin analizdeki diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarı şeklinde açıklanmaktadır (Kalaycı, 2010). Tablo 1’de faktör analizi sonucunda elde edilen ortak varyans tablosu görülmektedir.

Tablo 1: Ortak Varyans Tablosu

No	İfade	Başlangıç Öz Değerleri	ORTAÖĞRETİM GRUBU	ÜNİVERSİTE GRUBU
			Çıkartma Değerleri	Çıkartma Değerleri
M1	Siyaset ve din gibi bazı kimselerin görüş ayrılığına düştüğü konular hakkında ailemiz içinde sıklıkla konuşurduk.	1,000	,599	,563
M2	Ebeveynlerim sık sık “aile kararlarında aile üyelerinin her birinin söz sahibi olması gerektiğini” söylerlerdi.	1,000	,623	,622
M3	Bir konu hakkında konuşurken, ebeveynlerim sık sık benim fikrimi sorardı.	1,000	,628	,650
M4	Ebeveynlerim onların düşüncelerine ve inançlarına meydan okumamı teşvik ederlerdi.	1,000	,500	,613
M5	Ebeveynlerim sık sık “Her zaman bir meselenin her iki tarafına da bakmam” gerektiğini söylerlerdi.	1,000	,592	,643
M6	Ben genellikle ebeveynlerime olaylar hakkında ne düşündüğümü söylerdim.	1,000	,672	,672
M7	Hemen hemen her şeyi ebeveynlerime anlatabilirdim.	1,000	,569	,575
M8	Ailemizde sıklıkla duygularımız ve hislerimiz hakkında konuşurduk.	1,000	,605	,591
M9	Ebeveynlerimle sık sık önemli olmayan konularda uzun ve rahat sohbetler ederdik.	1,000	,503	,482
M10	Aynı görüşte olmadığımız zaman bile, ebeveynlerimle konuşmaktan gerçekten keyif alırdım.	1,000	,569	,629
M11	Benimle aynı görüşte olmadıkları zaman bile, ebeveynlerim fikirlerimi dinlemekten hoşlanırdı.	1,000	,614	,629
M12	Ebeveynlerim, duygularımı ifade etmem için beni teşvik ederdi.	1,000	,570	,678

M13	Ebeveynlerim, kendi duyguları konusunda çok açık olma eğilimindeydi.	1,000	,490	,561
M14	Gün boyunca yaptığımız şeyler hakkında ailecek sıklıkla konuşurduk.	1,000	,552	,537
M15	Ailemizde, gelecek planlarımız ve umutlarımız hakkında sıklıkla konuşurduk.	1,000	,594	,621
M16	Ebeveynlerim sık sık, “Büyüdüğün zaman daha iyi anlayacaksın” gibi şeyler söylerdi.	1,000	,481	,570
M17	Ebeveynlerim sık sık, “Benim fikirlerim doğru, onları sorgulamamalısn” gibi şeyler söylerdi.	1,000	,633	,547
M18	Ebeveynlerim genellikle “Bir çocuk yetişkinler ile tartışmamalıdır.” gibi şeyler söylerdi.	1,000	,631	,564
M19	Ebeveynlerim sık sık, “Hakkında hiç konuşulmaması gereken şeyler vardır” gibi şeyler söylerdi.	1,000	,544	,586
M20	Ebeveynlerim sık sık, “İnsanları kızdırmaktansa tartışmalarda yenilgiyi kabullenmelisin” gibi bir şey söylerdi.	1,000	,543	,446
M21	Gerçekten önemli bir konu olduğunda, ebeveynlerim sorgulamadan onlara itaat etmemi beklerdi.	1,000	,662	,547
M22	Evimizde, son sözü genellikle ebeveynlerim söylerdi.	1,000	,622	,569
M23	Ebeveynlerim, patron olmanın önemli olduğunu düşünürdü.	1,000	,498	,515
M24	Eğer görüşlerim ebeveynlerimin görüşünden farklı ise bazen kızarlardı.	1,000	,605	,557
M25	Ebeveynlerim bir şeyi onaylamışlarsa, o konu hakkında bir şey duymak istemezlerdi.	1,000	,627	,583
M26	Evde olduğum sürece, benden ailemin kurallarına itaat etmem beklenirdi.	1,000	,679	,571

Ortak varyans tablosunda ölçekteki her bir maddenin ortak bir faktördeki varyansı birlikte açıklama oranları verilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 216). Bu tabloda faktörlerin, herhangi bir maddede birlikte açıkladıkları ortak faktör varyanslarının büyük olması gerekmektedir ve ortak faktör varyans değerlerinin 0,40'ın altında olmaması gerekmektedir (Andy, 2000, s. 193). Ölçeğin ortak varyans tablosunda maddelerin çıkartma değerleri incelendiğinde böyle bir madde ile iki çalışma grubunda da karşılaşılmamış ve faktör varyanslarının genel olarak yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırmada kullanılan orijinal ölçeğin iki faktörden oluştuğu göz önüne alınarak, ölçek maddelerinin temel bileşenler yöntemi ile incelenmesi sonucunda özdeğeri 1'in üzerinde olan iki faktör belirlenmiştir. Birinci faktörün (diyalog yönelimi) özdeğeri üniversite grubu için 9.158, açıkladığı varyans %35,218 olurken ortaöğretim grubu için birinci faktörün özdeğeri 9.27, açıkladığı varyans %33.384 olarak bulunmuştur. İkinci faktörün (uyum yönelimi) özdeğeri üniversite grubu için 5.965, açıkladığı varyans %22.946 olurken ortaöğretim grubu için ikinci faktörün özdeğeri 5.934, açıkladığı varyans %25.092 olarak bulunmuştur. Bu iki faktörün varyansa yaptığı katkı üniversite grubunda % 58,164 ortaöğretim grubunda ise %58.476'dır.

Maddelerin faktör yük değerlerini gösteren faktör matrisine (*component matrix*) varimax tekniği ile yapılan döndürme sonucunda döndürülmüş faktör matrisi (*rotated component matrix*) elde edilir. Döndürmenin amacı, yorumlanabilir, anlamlı faktörler elde etmektir (Kalaycı, 2010). Tablo 2’de döndürme işlemi sonucunda elde edilen “Döndürülmüş Bileşenler Matrisi” tablosu yer almaktadır. Bu matriste orijinal değişken ve onun faktörü arasındaki korelasyonlar görülmektedir.

Tablo 2: Maddelerinin faktör yükleri (döndürülmüş faktör matrisi) tablosu

Mad.	Üniversite Grubu		Ortaöğretim Grubu	
	Faktörler		Faktörler	
	Diyalog Yönelimi	Uyum Yönelimi	Diyalog Yönelimi	Uyum Yönelimi
M12	,823		,755	
M6	,820		,820	
M3	,805		,778	
M5	,801		,764	
M10	,793		,749	
M11	,793		,778	
M2	,788		,783	
M4	,783		,706	
M15	,781		,771	
M8	,769		,764	
M7	,758		,754	
M1	,750		,773	
M13	,748		,700	
M14	,731		,739	
M9	,694		,704	
M19		,765		,730
M26		,755		,824
M22		,752		,788
M18		,751		,789
M25		,746		,788
M17		,739		,786
M21		,738		,791
M16		,737		,691
M24		,732		,773
M23		,717		,699
M20		,646		,737

Bir değişken hangi faktör altında mutlak değer olarak büyük ağırlığa sahipse o değişken o faktör ile yakın ilişki içindedir demektir (Kalaycı, 2010). 350 ve üzerindeki veri sayısı için

faktör ağırlığının 0,30 ve üzerinde olması gerekir. 0,50 ve üzerindeki ağırlıklar ise oldukça iyi olarak kabul edilir, bu sebeple ölçeğin açıklayıcı faktör analizi için faktör yükü kabul düzeyi 0,40 olarak belirlenmiştir. (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998'den akt. Kalaycı, 2010). Bununla birlikte, döndürülmüş bileşenler matrisi tablosu, maddelerin binişiklik durumunu incelememizi sağlamaktadır. Açıklayıcı faktör analizinde binişiklik arzu edilmeyen bir durumdur, çünkü bir maddenin yalnızca bir özelliği ölçmesi istenir. Maddenin binişik olmaması için iki ya da daha fazla faktörde sahip olduğu yük değerlerinin kabul düzeyinin üstünde olmaması ve aralarında, 1 düzeyinden küçük farklılık olmaması gerekmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 205). Tablo 2'de görülebileceği gibi herhangi bir maddenin birden fazla faktöre yüklemeye yapmadığı, kendi faktörleri altında kararlı bir yapı oluşturdukları, yani kendi maddeleri ile korelasyonları yüksek, diğer maddelerle düşük olduğu gözlenmektedir. Tablodaki tüm maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üzerindedir bu ağırlıklar oldukça iyi kabul edilmektedir. Bu çerçevede iki faktör oluşmuştur: ölçeğin ilk on beş maddesi diyalog yönelimi boyutunu oluştururken son on bir maddesi ise uyum yönelimi boyutunu oluşturmuştur.

Ölçüt Bağımlı Geçerlik: AİKÖ'nün ölçüt bağımlı geçerliği için araştırma ortaöğretim araştırma grubuna, geçerlilik güvenirlik çalışması Yılmaz (2000) tarafından yapılan Anne-Baba Tutum Ölçeği'nin *Kabul/İlgi Boyutu ve Psikolojik Özerklik Boyutu* maddeleri ile geçerlilik güvenirlik çalışması Kuzgun ve Eldeleklioğlu (2005) tarafından yapılan Anne-Baba Tutum Ölçeğinin *Demokratik ve Otoriter boyutlarında* yer alan maddelerden oluşan iki ölçek uygulanmış ve aralarındaki korelasyon incelenmiştir. Kuzgun ve Eldeleklioğlu (2005), tarafından geliştirilen Ana Baba Tutumları Ölçeği, "hiç uygun değil"den "tamamen uygun"a kadar değişen 5 basamaklı Likert tipi bir ölçek olup toplam 40 maddeden oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin demokratik ebeveyn tutumlarını ölçen 15 maddelik demokratik boyutu maddeleri ile otoriter ebeveyn tutumlarını ölçen 10 maddelik otoriter boyutu maddeleri kullanılmıştır. Bu boyutların tercih edilmesinin nedeni diyalog yönelimi boyutundan alınan puanların artmasının demokratik ebeveyn tutumları ile uyum yönelimi boyutunun puanlarının artmasının ise otoriter ebeveyn tutumları ile örtüşmesinden dolayıdır. Yılmaz (2000) tarafından geliştirilen Anne-Baba Tutum Ölçeği, 27 maddeden ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Mevcut çalışmada 9 maddeden oluşan kabul/ilgi boyutu ve 8 maddeden oluşan psikolojik özerklik boyutu kullanılmıştır. Kabul/ilgi boyutu diyalog yönelimine benzer şekilde, çocukların ebeveynlerini ne derece sevecen, ilgili ve katılımcı olduklarını ölçmeyi amaçlar. Psikolojik özerklik boyutu ise uyum yönelimine paralel şekilde çocukların algıladıkları ebeveyn demokratik tutumu ne derece uyguladıklarını ve çocuğun bireyselliğini ifadeye ne derece cesaretlendirdiklerini ölçmeyi amaçlamaktadır. İki ölçeğin maddeleri incelendiğinde 7 maddesinin ortak ifadeler içerdiği görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan analiz sonuçları, AİKÖ'nün diyalog yönelimi boyutunun kabul/ilgi boyutu ile ($r=0,76$, $p<0,01$), demokratiklik boyutu ile ($r=0,68$, $p<0,01$) pozitif yönlü, otoriterlik boyutuyla ise ($r=-0,19$, $p>0,01$) negatif yönlü ilişkisi bulunurken, uyum yönelimi boyutunun psikolojik özerklik boyutuyla ($r=0,68$, $p<0,01$), otoriter boyutuyla ($r=0,71$, $p<0,01$) düzeyinde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.

Doğrulayıcı Faktör Analizi: Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) araştırmacının elindeki verinin orijinal (daha önce keşfedilmiş ve farklı çalışmalarda kullanılmış olan) yapıya uyup uymadığını gösterir. Araştırmacı elinde bulunan verinin daha önce kurgulanmış olan faktör yapısı ile uyumlu olup olmadığını ortaya koymak ister. Yani analizin amacı değişkenin faktör yapısını test etmektir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 275). Bu doğrultuda doğrulayıcı faktör analizi, envanterin yapı geçerliğini değerlendirmek ve buna ilişkin kanıtlar ortaya koymak açısından güçlü bir yöntemdir (Kline, 2005, s. 72 ; Stapleton, 1997, s. 119). Doğrulayıcı faktör analizi ile açıklayıcı faktör analizinde elde edilen faktörler altında belirtilen maddelerin gerçekten ilgili faktörleri temsil edip etmediği belirlenir (Özdamar, 2013). Doğrulayıcı faktör analizi, önceden seçilen faktör modelinin veriye uyumunun sağlanıp sağlanmadığını değerlendirmek için kullanılan en etkili analizdir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 275).

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen 2 faktörlü ve 26 maddeden oluşan modelin faktör yapıları, AMOS programında doğrulayıcı faktör analizi ile sınanmıştır. İlk olarak modelde bir sınırlama yapılmadan ve yeni bağlantılar eklenmeden modelin uyum istatistikleri ve modifikasyon indeksi sonuçları incelenmiştir. Uyum indeksleri, modelin veri tarafından kabul edilebilir bir düzeyde desteklenip desteklenmediğini göstermektedir (Schumacker ve Lomax, 2004, s. 75). Veri ile model arasındaki uyumu gösteren değerlendirme kriterleri, kabul edilebilir seviyeleri ve modelimize ait uyum indeksleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: Aile İletişim kalıpları Ölçeği İçin DFA Modeli

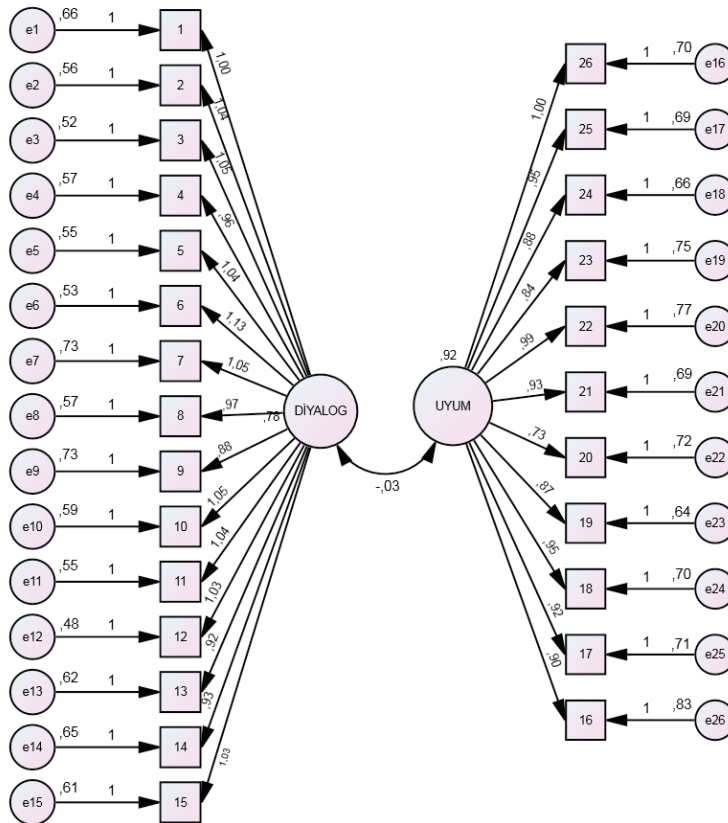
İlk model uyum ölçütleri	Referans değer
Ki-Kare=1147,144; df=298; p=0,00	p<0,05
$X^2/Df=3.849$	<3
Kestirim Hatası Kareler Ortalamasının Karekökü (RMSEA)=0,053	<0,08
Uyum İyiliği İndeksi (GFI)=913	>0,90
Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI)=0,931	>0,90
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)=0,948	>0,90
Artırmalı Uyum İndeksi (IFI)=0,948	>0,90

Uyum istatistiklerinden sonra incelenen konu modelin modifikasyonu hakkında bilgi veren modifikasyon indeksleridir (*modification indices*). MI, gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki kovaryansa bakarak modele ilişkin modifikasyonlar verir (Sümer, 2000, s. 55). Bu modifikasyonlar hata terimleri temelinde oluşturulur ve modelde orijinal olarak öngörülemeyen, ancak ilgili düzenlemenin yapılmasıyla modelde kazanılacak ki-kare miktarını gösterir. Bu kapsamda modifikasyonlar, gözlenen ve gizil değişkenler arasında önerilen yeni bağlantıları kapsar (Meydan ve Şeşen, 2011). Tablo 3'te yer alan uyum istatistikleri incelendiğinde değerlerin referans değerleri ile uyumluluk gösterdiği görülmüştür.

Veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan ölçüm ölçütlerinden birisi Ki-kare/serbestlik derecesidir (CMIN/DF). Söz konusu uyum indeksleri sıfıra yakın olması ya da

5'in altında bir değer olması gerekmektedir (Wheaton, Muthén, Alwin ve Summers, 1977, s. 120). Araştırma modelimiz için CMIN/DF değeri 3.849 olarak hesaplanmıştır. Böylece modelin kabul edilebilir bir uyum olduğunu göstermektedir. Uyum iyiliği indeksi (GFI) ve karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI); 0,90 veya daha üstü değerler kabul edilir uyumu gösterir (Bryne, 2001, s. 78; Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998, s. 187). Modelimizin uyum iyiliği indeksi (GFI) değerinin 0,93 olması ise iyi bir uyum olduğunu; karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) değerinin 0,948 olması kabul edilebilir bir uyumun olduğunu göstermektedir. Kestirim hatalarının ortalama karekökü (RMSEA); 0,10 altında değerler kabul edilebilir uyumu gösterir (Stevens, 2001) ve RMSEA değerinin 0,053 olması da modelimizde iyi bir uyumun olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak bu haliyle modelimizi kabul edebiliriz. Model ile verilerimiz iyi bir uyum göstermektedir.

Şekil 2: Standardize edilmiş sonuçlar ile DFA modeli



Güvenirlğe İlişkin Bulgular: Ritchie ve Fitzpatrick (1990) yaptıkları geçerlilik güvenilirlik çalışmasında uyum yönelimi için Cronbach alfa değerlerini .76 ve diyalog yönelimi için ise .84 bulmuşlardır. Test-tekrar test sonuçları ise uyum yöneliminde .81 diyalog yöneliminde .71 olarak

bulunmuştur. Yapılan farklı çalışmalarda elde edilen sonuçlarda diyalog yönelimi için Cronbach alfa değerleri, .84 ile .87 arasında değişirken uyum yönelimi için Cronbach alfa değerleri .72'den .87'ye kadar değişmektedir (Rubin, Rubin, Graham, Perse ve Seibold, 2009, s. 131). Rebecca Dumlao ve Renee Botta (2000) diyalog yönelimi için .90 ve uyum yönelimi için .84'lük bir alfa katsayısı bildirmiştir. Qin Zhang (2007), diyalog yönelimi için .83 ve uyum yönelimi için .86'lık bir alfa bildirmiştir. Mevcut çalışmada, ölçeğin madde-test korelasyonlarının ve güvenilirliklerinin kestirilmesinde SPSS 23.0 programı kullanılmıştır. Güvenirliğe ilişkin veriler ortaöğretim ve üniversite öğrencilerinin verilerinin birleştirilmesi ile elde edilmiştir. Buna göre diyalog yönelimi boyutunun Cronbach alfa değeri 0.88 bulunurken, uyum yönelimi boyutunun Cronbach alfa değeri 0.81 bulunmuştur.

Tartışma

Bu çalışmada, orijinali Chaffee, McLeod ve Wackman (1973) tarafından oluşturulan ve daha sonra Ritchie ve Fitzpatrick (1990) tarafından revize edilen AİKÖ'nün Türk üniversite ve ortaöğretim öğrencilerinden oluşan bir grup üzerinde geçerlik ve güvenirliği incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen verilerin analiziyle elde edilen bulgular, ölçeğin orijinalini geliştiren araştırmacılar tarafından "diyalog yönelimi" ve "uyum yönelimi" biçiminde tanımlanan iki faktörlü bir yapının Türk örneklem içinde benzer sonuçlar verdiği göstermiştir. Ölçeğin yapı geçerliğini incelemek üzere ölçeğe öncelikle AFA, ardından uzman görüşüyle de desteklenen yapının sınanması için DFA uygulanmıştır.

AİKÖ'nün AFA sonuçları incelendiğinde özgün ölçekteki faktör yapılarıyla tam olarak örtüştüğü görülmüştür. AİKÖ'nün faktör yapısını belirlemek amacıyla, AFA'da faktörleme yöntemi olarak Temel Bileşenler Analizi (*Principal Component Analysis*) kullanılmıştır. Çalışmamızda 26 madde için Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Hacmi Uygunluğu Ölçümü değeri üniversite grubu için 0.962 ve ortaöğretim grubu için ise 0.932 olduğundan örneklem hacmi uygunluğunun çok iyi olduğu ve veri setimizin faktör analizi için iyi uyum gösterdiği görülmüştür. Ölçekteki her bir maddenin ortak bir faktördeki varyansı birlikte açıklama oranlarını veren ortak varyans tablosunda (Tablo 1) her iki grup içinde maddelerin çıkartma değerleri incelendiğinde (0.40) böyle bir madde ile karşılaşılmamış ve faktör varyanslarının genel olarak yüksek olduğu görülmüştür. Ölçek maddelerinin faktör analizi sonucunda elde edilen toplam varyans değerleri incelendiğinde ise, ölçekteki 26 maddenin özdeğeri 1'den büyük olan 2 faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu iki faktörün varyansa yaptığı katkı üniversite öğrencilerinin yer aldığı grupta % 58,164'tür. Aynı grupta ölçekteki birinci faktörün (diyalog yönelimi) varyansa %35,218 oranında bir katkı sağladığı görülürken ikinci faktörün (uyum yönelimi) katkısı ise %22,946'dır. Ortaöğretim grubunda yer alan katılımcılar için ise iki faktörün varyansa yaptığı katkı %58,476'dır. Aynı grupta ölçekteki birinci faktörün varyansa %33.384 oranında bir katkı sağladığı görülürken ikinci faktörün katkısı ise %25.092'dir.

Araştırmada kullanılan ölçek iki faktörden oluştuğu göz önüne alınarak analiz aşamasında faktör sayısı belirtilerek analiz gerçekleştirilmiştir. Yorumlanabilir, anlamlı faktörler elde etmek

amacıyla faktör matrisine Varimax tekniği ile yapılan döndürme sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde herhangi bir maddenin iki grup için de birden fazla faktöre yükleme yapmadığı, kendi faktörleri altında kararlı bir yapı oluşturdukları, yani kendi maddeleri ile korelasyonları yüksek, diğer maddelerle düşük olduğu gözlenmektedir. Tüm maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üzerindedir bu ağırlıklar oldukça iyi kabul edilmektedir. Bu çerçevede iki faktör oluşmuştur: ölçeğin ilk on beş maddesi diyalog yönelimi boyutunu oluştururken son on bir maddesi ise uyum yönelimi boyutunu oluşturmuştur.

AİKÖ'nün ölçüt bağıntılı geçerliliğine kanıt oluşturması amacıyla, geçerlilik güvenilirlik çalışması Yılmaz (2000) tarafından yapılan Anne-Baba Tutum ölçeğinin *Kabul/İlgi Boyutu ve Psikolojik Özerklik Boyutu* maddeleri ile geçerlilik güvenilirlik çalışması Kuzgun ve Eldeleklioglu (2005) tarafından yapılan *Anne-Baba Tutum Ölçeğinin Demokratik ve Otoriter Boyutlarında* yer alan maddelerden oluşan iki ölçek uygulanmış ve AİKÖ'nün alt boyutlarıyla aralarındaki korelasyon incelenmiştir. Bu boyutların tercih edilmesinin nedeni diyalog yönelimi boyutundan alınan puanların artmasının demokratik ebeveyn tutumları ile uyum yönelimi boyutunun puanlarının artmasının ise otoriter ebeveyn tutumları ile örtüşmesinden dolayıdır. Bu doğrultuda yapılan analiz sonuçları, AİKÖ'nün diyalog yönelimi boyutunun kabul/ilgi boyutu ile ($r=0,76$, $p<0,01$), demokratiklik boyutu ile ($r=0,68$, $p<0,01$) pozitif yönlü, otoriterlik boyutuyla ise ($r=-0,19$, $p>0,01$) negatif yönlü ilişkisi bulunurken, uyum yönelimi boyutunun psikolojik özerklik boyutuyla ($r=0,68$, $p<0,01$), otoriter boyutuyla ($r=0,71$, $p<0,01$) düzeyinde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.

Ölçeğin yapı geçerliliğini değerlendirmek ve elde edilen verilerin orijinal yapıya uyup uymadığını, faktör analizinde elde edilen faktörler altında belirtilen maddelerin gerçekten ilgili faktörleri temsil edip etmediğini göstermek amacıyla DFA analizi yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak modelde bir sınırlama yapılmadan ve yeni bağlantılar eklenmeden modelin uyum istatistikleri ve modifikasyon indeksi sonuçları incelenmiştir. Tablo 3'te yer alan uyum istatistikleri incelendiğinde değerlerin referans değerleri ile uyum gösterdiği bulunmuştur.

Veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan ölçüm ölçütlerinden birisi olan Ki-kare/serbestlik derecesinin (CMIN/DF) sifıra yakın olması ya da 5'in altında bir değer alması gerekmektedir (Wheaton, Muthén, Alwin ve Summers, 1977, s. 89), bu değer araştırma modelimiz için 3,849 olarak hesaplanmıştır. Böylece modelin kabul edilebilir bir uyum olduğunu göstermektedir. Uyum iyiliği indeksi (GFI) ve karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI); 0,90 veya daha üstü değerler kabul edilir uyumu gösterir (Bryne, 2001, s. 78; Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998, s. 643) ve modelimizde uyum iyiliği indeksi (GFI) değerinin 0,913 olması ise iyi bir uyum olduğunu, karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) değerinin 0,948 olması kabul edilebilir bir uyumun olduğunu göstermektedir. Kestirim hataların ortalama karekökü (RMSEA) 0,10 altında değerler kabul edilebilir uyumu gösterir (Stevens, 2001) ve RMSEA değerinin 0,053 olması da modelimizde iyi bir uyumun olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, bu haliyle modelimizi kabul edebiliriz. Model ile verilerimiz iyi bir uyum göstermektedir.

Ölçeğin güvenirliliğini test etmek için Cronbach alfa değerine bakılmış ve elde edilen sonuçların literatür sonuçları ile uyumlu olduğu görülmüştür. Mevcut çalışmada, ölçeğin madde-test korelasyonlarının ve güvenilirliklerinin kestirilmesinde SPSS 23.0 programı kullanılmıştır. Diyalog Yönelimi boyutunun Cronbach alfa değeri 0,88 bulunurken, uyum yönelimi boyutunun Cronbach alfa değeri 0,81 bulunmuştur. Ritchie ve Fitzpatrick (1990) yaptıkları geçerlilik güvenirlilik çalışmasında uyum yönelimi için Cronbach alfa değerlerini .76 ve diyalog yönelimi için ise .84 bulmuşlardır. Test-tekrar test sonuçları ise uyum yöneliminde .81 diyalog yöneliminde .71 olarak bulunmuştur. Yapılan farklı çalışmalarda elde edilen sonuçlarda diyalog yönelimi için Cronbach alfa değerleri, .84 ile .87 arasında değişirken uyum yönelimi için Cronbach alfa değerleri .72'den .87'ye kadar değişmektedir (Rubin, Rubin, Graham, Perse ve Seibold, 2009). Dumlao ve Botta (2000) diyalog yönelimi için .90 ve uyum yönelimi için .84'lük bir alfa katsayısı bildirmiştir. Zhang (2007), diyalog yönelimi için .83 ve uyum yönelimi için .86'lık bir alfa bildirmiştir.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, uyarlama çalışması yapılan RAİKÖ'nün geçerliğine ve güvenirliliğine ilişkin kanıtlar oldukça doyurucu bulunmuştur. Bu nedenle, aile iletişimi konusundaki gelecek araştırmaların ailenin monolitik bir birlik olarak değil, daha çok bakış açıları belirgin fakat bağımsız olmayan kişiler arasındaki karmaşık etkileşimlerin bir alanı olarak ele alınması gerektiğini göstermiştir.

Kaynaklar

- Andy, F. (2000). *Discovering statistics using SPSS for Windows: Advanced techniques for beginners*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Avtgis, T. A. (1999). The relationship between unwillingness to communicate and family communication patterns. *Communication Research Reports*, 16, 333-338. DOI: 10.1080/08824099909388734
- Baldwin, M.W. (1992). Relational schemas and the processing of social information. *Psychological Bulletin* 112, 461-484. DOI: 10.1037/0033-2909.112.3.461
- Beavers, A. S., Lounsbury, J. W., Richards, J. K., Huck, S. W., Skolits, G. J., ve Esquivel, S. L. (2013). Practical considerations for using exploratory factor analysis in educational research. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 18(6), 1-13.
- Beck, S. J., ve Ledbetter, A. M. (2013). The influence of parent conflict style on children. *Personal Relationships*, 20, 495-510. DOI: 10.1111/j.1475-6811.2012.01420.x
- Bryne, B. M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS Mahwah*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2003). *Eğitim istatistiği yüksek lisans ders notları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Chaffee, S. H., McLeod, J. M. ve Wackman, D. B. (1973). Family communication patterns and adolescent political participation. In J. Dennis (Ed.), *Socialization to politics*, (349-364). NY: Wiley & Sons.
- Conlin, M. (2004, May 10). I'm a bad boss? Blame my Dad. *BusinessWeek*, 3882, 60-61.
- Çanakçı, O. (2008). *Matematik problem çözme tutum ölçeğinin geliştirilmesi ve değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve Lirselle uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Dance, F. E. X. ve Larson, C. E. (1976). *The functions of human communication: A theoretical approach*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Durak Batıgün, A. ve Say, G. (2015) Ebeveyn-Ergen İlişki Niteliği Ölçeği'nin üniversite öğrencileri için psikometrik özellikleri. *Klinik Psikiyatri*, 18, 49-58.
- Dumlaio, R. ve Botta, R. A. (2000). Family communication patterns and the conflict styles young adults use with their fathers. *Communication Quarterly*, 48(2), 174-189.
- Elwood, T. D. ve Schrader, D. C. (1998). Family communication patterns and communication apprehension. *Journal of Social Behavior and Personality*, 13, 493-502.
- Eryüksel, G. N. (1996). *Ana-baba ve ergen ilişkilerinin problem çözme iletişim becerileri, bilişsel çarpıtmalar ve aile yapısı açısından incelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Fitzpatrick, M. A. ve Koerner, A. F. (2005). Family communication schemata: Effects on children's resiliency. S. Dunwoody, L. B. Becker, D. McLeod ve G. Kosicki (Ed.), *The evolution of key mass communication concepts: Honoring Jack M. McLeod* içinde (113-136). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Fitzpatrick, M. A. ve Ritchie, L. D. (1994). Communication schemata within the family: Multiple perspectives on family interaction. *Human Communication Research*, 20, 275-301. DOI: 10.1111/j.1468-2958.1994.tb00324.x
- Fowler, C. (2007). Family communication patterns, parental confirmation, and children's perceptions of their relationships with parents. *Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention*. Chicago, IL: TBA.

- Hair, J. F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5. Baskı). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Huang, L. N. (1999). Family communication patterns and personality characteristics. *Communication Quarterly*, 47, 230-243. DOI: 10.1080/01463379909370136
- Huang, Y., (2010). *Family communication patterns, communication apprehension and socio-communicative orientative orientation: A study of Chinese students* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). The Graduate Faculty of The University of Akron, Akron.
- Gecas, V. (1992). Socialization. E. F. Borgatta ve M. L. Borgatta (Ed.), *Encyclopedia of Sociology*, 4 içinde (1863-1872). New York: MacMillan Publishing Company.
- Infante, D. A., Rancer, A. S. ve Womack, D. F. (1997). *Building communication theory* (3. Baskı). Prospect Heights, IL: Waveland.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39, 31–36.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. İstanbul: Asil Yayın Dağıtım.
- Kline, R. B. (2005). *Principle and practice of structural equation modelling*. (2. Baskı). New York: The Guilford Press.
- Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (1997). Family type and conflict: The impact of conversation orientation and conformity orientation on conflict in the family. *Communication Studies*, 48, 59–75. DOI: 10.1080/10510979709368491
- Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (2002a). You never leave your family in a fight: The impact of family of origin on conflict behavior in romantic relationships. *Communication Studies*, 53, 234–251. DOI: 10.1080/10510970209388588
- Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (2002b). Understanding family communication patterns and family functioning: The roles of conversation orientation and conformity orientation. *Communication Yearbook*, 26, 37–69. DOI: 10.1080/23808985.2002.11679010
- Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (2002c). Toward a theory of family communication. *Communication Theory*, 12, 70–91. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2002.tb00260.x
- Koroshnia, M. ve Latifian, M. (2008). An investigation on validity and reliability of revised family communication patterns instrument. *Journal of Family Research*, 3, 855–875.
- Kuzgun, Y. ve Eldeleklioğlu, J. (2005). *Rehberlik ve psikolojik danışmada kullanılan ölçme araçları ve programlar dizisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Lamborn, S., Mounts, N., Steinberg, L., & Dornbusch, S. (1991). Patterns of competence and adjustment among adolescents from authoritative, authoritarian, indulgent, and neglectful homes. *Child Development*, 62, 1049-1065
- Ledbetter, A. M. (2009). Family communication patterns and relational maintenance behavior: Direct and mediated associations with friendship closeness. *Human Communication Research*, 35, 130–147.
- Ledbetter, A. M. (2010). Family communication patterns and communication competence as predictors of online communication attitude: Evaluating a dual pathway model. *Journal of Family Communication*, 10, 99–115. DOI: 10.1080/15267431003595462
- McLeod, J. M. ve Chaffee, S. H. (1972). *The construction of social reality*. J. Tedeschi (Ed.), *The social influence process* içinde(50–59). Chicago, IL: Aldine-Atherton.
- McLeod, J. M. ve Chaffee, S. H. (1973). Interpersonal approaches to communication research. *American Behavioral Scientist*, 16, 469–499.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi (AMOS Uygulamaları)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Moore, R. L. ve Moschis, G. P. (1981). The role of family communication in consumer learning. *Journal of Communication*, 31, 42–51. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1981.tb00449.x
- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*, 60, 393–404.
- Omar, N., Mustaffa, C. S. ve Nordin M. Z. (2007). A comparison of family communication and institutional communication of boarding school students and juveniles in Malaysia. *Intercultural Communication Studies*, 16, 72–89.
- Özdamar, K. (2013). *Paket programları ile istatistiksel veri analizi cilt:2*. (9. Baskı). Ankara: Nisan Kitapevi
- Reeves, B., Chaffee, S. H., ve Tims, A. R. (1982). Social cognition and mass communication research. M. Roloff ve C. Berger (Ed.), *Social Cognition and Communication* içinde (287-326). Beverly Hills, CA: Sage.
- Ritchie, L. D. (1989). Family communication patterns and the flow of information in the family. Paper presented to the annual convention of the Association for Education in Journalism, Portland
- Ritchie, L. D., & Fitzpatrick, M. A. (1990). Family communication patterns: Measuring interpersonal perceptions of interpersonal relationships. *Communication Research*, 17, 523–544. DOI: 10.1177/009365090017004007
- Ritchie, L. D. (1991). Family communication patterns: An epistemic analysis and conceptual reinterpretation. *Communication Research*, 18, 548–565. DOI: 10.1177/009365091018004005
- Robin, A. L., Koepke, T., & Moye, A. (1990). Multidimensional assessment of parent-adolescent relations. *Psychological Assessment: A Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 2(4), 451-459. DOI: 10.1037/1040-3590.2.4.451
- Rubin, B., Rubin, A., Graham, E., Perse, E., ve Seibold, D. (2009). *Communication research measures II: A sourcebook*. New York: Routledge
- Rueter, M. A. ve Koerner, A. F. (2008). The effect of family communication patterns on adopted adolescent adjustment. *Journal of Marriage and Family*, 70, 715–727. DOI: 10.1111/j.1741-3737.2008.00516.x
- Schrodt, P., Witt, P. L. ve Messersmith, A. S. (2008). A meta-analytical review of family communication patterns and their associations with information processing, behavioral, and psychosocial outcomes. *Communication Monographs*, 75, 248–269. DOI: 10.1080/03637750802256318
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004). *Beginner's guide to structural equation modeling*. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates,
- Shearman, S. M. ve Dumlaio, R. (2008). A cross-cultural comparison of family communication patterns and conflict between young adults and parents. *Journal of Family Communication*, 8, 186–211. DOI: 10.1080/15267430802182456
- Sillars, A., Koerner, A. F. ve Fitzpatrick, M. A. (2005). Communication and understanding in parent-adolescent relationships. *Human Communication Research*, 31, 103–128. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2005.tb00866.x
- Stapleton, C. D. (1997). *Basic Concepts and Procedures of Confirmatory Factor Analysis*. <http://ericae.net/ft/tamu/Cfa.htm> adresinden 15.04.2017 tarihinde alınmıştır.
- Stevens, J. (2001). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sussman, M. B. ve Steinmetz, S. K. (1987). *Handbook of marriage and the family*. New York: Plenum.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3 (6), 49-74.

- Tims, A. R. ve Masland, J. L. (1985). Measurement of family communication patterns. *Communication Research: An International Quarterly*, 12, 1, 35-57. DOI: 10.1177/009365085012001002
- Yılmaz, A. (2000). Anne-baba tutum ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 7, 160-172.
- Wheaton, B., Muthén, B., Alwin, D.F. ve Summers, G.F. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. D. R Heise (Ed.), *Sociological methodology* 1977 içinde (84–136). San Francisco: Jossey-Bass.
- Zhang, Q. (2007). Family communication patterns and conflict styles in Chinese parent-child relationships. *Communication Quarterly*, 55, 113–128. DOI: 10.1080/01463370600998681



Elektrik Dağıtım İhaleleri ve Medya*

Electricity Distribution Tenders and Media

Şirin KARAL TEMUROĞLU**
Nurşen MAZICI***

Öz

Medya kuruluşlarının ticari ve endüstriyel örgütler olarak ele alındığı bu çalışmanın amacı, medyanın sahiplik yapısının ve iktidarla ilişkilerinin haber içerikleri üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. 2000'li yıllarda doğal tekel konumunda olan Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin (KİT) yeniden yapılandırılması ve özelleştirmelerin hukuki altyapısının tamamlanmasıyla, enerji sektörü, medya sahiplerinin de içinde bulunduğu büyük sermayenin ilgi gösterdiği alanlardan biri haline gelmiştir. Günümüzde neredeyse büyük medya kuruluşlarının hemen hepsinin enerji sektöründe yatırımları bulunmaktadır. Bu kuruluşların bir kısmı elektrik dağıtım ihalelerine de katılmıştır. Bu doğrultuda, 9 Ağustos 2010 tarihinde gerçekleştirilen BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ ihalelerine yönelik haber, köşe yazısı ve söyleşiler nicel ve nitel içerik çözümlemesi temel alınarak incelenmiştir. Enerji sektöründe yatırımı bulunan medya organlarının, toplumun her kesimini önemli ölçüde ilgilendiren ve etkileyen birçok boyutu olan bu ihaleleri, siyasi ve ekonomik süreçlerden bağımsızca ve toplumsal bölüşüm ilişkilerini göz ardı eden bir anlayışla, teknik süreçlere indirgeyerek ele aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Ekonomi Politik, Özelleştirme, Enerji, Nicel ve Nitel İçerik Çözümlemesi.

Abstract

The purpose of this study which considers media corporations as commercial and industrial organizations is to specify how media ownership structure and their relations to the government influence news content. Throughout the 2000s, energy sector has become one of the areas of interest of the large capital - which also consists of media owners- as a result of the restructuring and fulfillment of the legal infrastructure for privatization of the Public Economic Enterprises (PEE) which had been

* Bu makale, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı.

*** Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye, nmazici@marmara.edu.tr.

in natural monopoly position until then. Nowadays, almost all prominent media organizations have investments on energy sector. Some of these organizations have applied to electricity distribution tenders. In this direction, the news report, opinion columns and interviews about BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ and Trakya EDAŞ tenders which occurred on 9th August 2010 are analyzed based on quantitative and qualitative content analysis. It is observed that media organizations investing in the energy sector treat these tenders - which have many dimensions relevant and influential to all segments of society – independently from political and economical processes by disregarding the relations of social distribution.

Keywords: Media, Political Economy, Privatization, Energy, Quantitative and Qualitative Content Analysis.

Giriş

1970’li yılların sonunda, serbest piyasa ekonomisi yanlısı politikaların uygulanmasında etkin olan IMF ve Dünya Bankası gibi kurumların da etkisiyle devlet müdahaleciliği, denetimi ve korumacı politikaların yerine, dışa açık bir ekonomi uygulamasının temelleri atılmaya başlanmıştır. Türkiye, Batı merkezli küreselleşmiş bir ekonomi düzenini öngören Washington Konsensüsü ile başlayan sürece 24 Ocak Kararlarının, 1980 Askeri Darbesi’nin uygun siyasi ve toplumsal ortamı yaratması ile katılmış, Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisine (küresel ekonomiye) eklenmesi ve sermaye birikim sürecinin girdiği yeni yapılanmanın önü açılmıştır. Sadece ekonomide değil, devletin ve toplumun yapılanmasında da köklü değişimleri getiren neo-liberal politikaların uygulanmaya başlandığı bu süreçte, karma ekonomiden serbest piyasa ekonomisine geçilmiştir. Korumacı-devletçi kurumların tasfiyesini de içeren ekonomik istikrar tedbirleri ile liberasyon ve 1990’lı ve 2000’li yıllarda daha çok etkisini gösteren enerji sektörünün de dahil olduğu özelleştirmeler, bu iktisat programı aracılığıyla hayata geçirilmiştir.

1980 sonrasında enerji sektöründe serbest piyasa ekonomisinin gereklerine uygun bir yeniden yapılanma öngörülmüş, 1990’lı yıllarda buna yönelik adımlar atılmış; ancak mevzuatın tam oturtulamaması gibi eksiklikler nedeniyle tam anlamıyla hayata geçirilememiştir. Sektörde kurumsal açıdan dönüşümü ve serbestleşme ve özelleştirmeleri içeren yeniden yapılanma 2000’li yıllarda Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) hükümetleri döneminde ve 1999 yılında başlayan Avrupa Birliği’ne (AB) katılım sürecinin de etkisiyle hız kazanmıştır. Sermaye açısından bakıldığında, krizler sonucu kâr getiren alanların azalması yeni bir yatırım alanı olarak enerji sektörünü ön plana çıkartmış ve bu sektörü özellikle son dönemde büyük medya sermayesinin de yoğun olarak faaliyet gösterdiği sektörlerden biri haline getirmiştir. 2001 yılında kabul edilen 4676 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile medya sahiplerinin kamu ihalelerine girebilmesine yönelik kısıtlamanın kaldırılması dikey, yatay ve çapraz bütünleşmelerle yoğunlaşan ve diğer sektörlerle bütünleşen bir medya yapısını ortaya çıkarmıştır.

Özellikle 2000’li yıllarda, medya dışı yatırımlarını korumak ve diğer kârlı alanlarda büyümek amacıyla hız kazanan özelleştirmeler ve kamu ihaleleri aracılığıyla, iktidarla çıkar ilişkisi içinde kümelenmiş bir medya göze çarpmaktadır. Elektrik dağıtım özelleştirmeleri, kişilerin dünyayı anlamlandırma süreçlerinde ve kamusal iradenin oluşumunda büyük ölçüde etkili olan medya endüstrisinin, egemen sınıflar lehine ve çıkarına nasıl çalıştığını, siyasal iktidarla nasıl bir ilişki ağı içerisinde olduklarını ve günümüzde medyanın geldiği noktayı gözlemlemek açısından önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, medyanın mülkiyet yapısının, ekonomik ve politik ilişkilerin haber içeriklerine etkisini ortaya koymaktır. Sahipleri, söz konusu elektrik dağıtım ihalelerine katılmış olan Sabah, Akşam ve Habertürk ile enerji sektörünün farklı kollarında birçok yatırımı olan Doğan Grubu’na ait Hürriyet Gazetesi ve karşılaştırma olanağı sağlaması bakımından diğer gazetelerden farklı bir ideolojik yönelime sahip olan Cumhuriyet ve Birgün gazetelerinde konuya ilişkin yayımlanan içerikler araştırmaya katılmıştır.

Medyanın Ekonomi Politikği

Ekonomi politik, en dar kapsamlı haliyle toplumdaki üretim, tüketim ve bölüşüm ilişkilerini inceleyen bilim dalıdır ve Adam Smith, David Ricardo gibi düşünürlerle özdeşleştirilir. Şanlısoy’un (2007) da ifade ettiği gibi; “...klasik okul, ekonominin politikadan ayrılabilirliği ve ekonomik alanın egemenliği görüşünün geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ekonomi bilimi klasiklerde ‘ekonomi politik’ olarak ele alınmasına rağmen, politik alanın ekonomik yaşamdan ayrılmasının gerektiğini belirtmişlerdir” (s. 3-4).

Marx ve Engels’in ekonomi politığe bakışı ise diğer düşünürlerden farklıdır ve ekonomi politik kavramı altında genel olarak kapitalist toplumu incelerler (Üşür, 2003, s. 233). Marksist ekonomi politik, maddi üretim araçlarını ve üretim araçlarının sahipliğini baz alır. Marksist dünya ve tarih görüşü tarihsel materyalizme dayanır ve toplumu anlamada üretim biçimine ve mevcut üretim ilişkilerine odaklanır. İnsan zihni(bilinci), maddi yaşamının sonucu oluşur ve insanlık tarihi, insanların maddi ihtiyaçlarını üretme süreci içerisinde şekillenir. Toplumsal ve ekonomik gelişme, sosyal sınıflar arasındaki mücadeleyle şekillenen diyalektik bir süreçtir; yani kendi içinde karşıtlıklar yoluyla oluşur. Sınıflı toplumlarda, sınıflar arasında üretim araçlarının sahipliğinden kaynaklanan eşitsiz bir ilişki biçimi mevcuttur. Üretim araçlarını elinde bulunduranlar, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarının da sahibidirler ve toplumun düşüncelerini kendi sınıf çıkarları neticesinde şekillendirirler; yani egemen sınıfın düşünceleri, toplumdaki egemen düşüncelerdir (Marx ve Engels, 2004, s. 50-51). Marx ve Engels’e göre üretim güçleri ve üretim ilişkileri altyapıyı yani ekonomik temeli oluştururken, kültür ve ideolojiyi yayan üst yapı kurumları hakim sınıfların tahakkümünü sürdürüebilmeleri amacıyla mevcuttur (Kellner, 2016, s. 133).

Medya alanında, klasik Marksizmle bağıny koruyan ekonomi politik yaklaşıma göre, medya içeriklerinin üretimi kapitalist toplumsal formasyondan bağımsız değildir. Ekonomi politik bilimi, nasıl toplumdaki üretim, tüketim ve bölüşüm ilişkilerini inceliyorsa; medyanın ekonomi politikği

de medya içeriklerinin üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerini mevcut kapitalist ekonomik ve siyasi yapının içinde tarihsel gelişim ve toplumsal dönüşümleri de ihmal etmeden inceler. “Kitle iletişiminin bir toplumsal bağlamı vardır ve bu, kitle iletişim örgütünün içinde olduğu siyasal, ekonomik ve kültürel yapıları içerir. Özellikle iş dünyası; ortaklıklar, satın almalar ve birleşmeler ile firmaların dev şirketler halini almasını sağlamıştır” (Erdoğan, 2001, s. 282). Medya sektörü rekabete dayanan bir piyasa değildir, az sayıda firmanın yönettiği ve belirleyici olduğu oligopol bir yapıdadır (McChesney, 2006, s. 225). Bu bağlamda ekonomi politik yaklaşım, medyanın ticarileşmesi ve holdingleşmesi, reklamcılık ve medya mülkiyet politikaları üzerine odaklanır. Medya sistemiyle, bu sistemi oluşturan politikalara eğilerek üretim sürecinde sermayenin gittikçe artan rolünü göz önüne serer. Medya kuruluşlarını endüstriyel ve ticari örgütler olarak kabul ederken, medya içeriklerini de aynı zamanda ideolojik işleve sahip birer emtia olarak ele alır. Medya endüstrisinin, ürettiği ve dolaşıma soktuğu bu ürünlerin endüstriyelleşmiş yapı içinde nasıl üretildiği, dağıtıldığı ve tüketildiğinin yanında nasıl bir politik yapı ve sermaye-iktidar ilişkisi içinde yer aldığı da önemli noktalardandır.

Medya içeriklerinin üretiminde, kapitalist üretim tarzı ve sınıfsal ilişkiler ile medya kuruluşlarının yapı ve işleyişleri belirleyicidir. “İmgelerin metalaştığı sembolik üretim süreci içindeki dolaşım aşamaları, var olan iktidar ilişkilerinin de bir ifadesini oluşturur” (Çakmur, 1998, s. 117). Medyanın işlevi, mevcut toplumsal ilişkileri destekleyerek sürdürülmesine olanak sağlamasıdır. Ekonomi politik, kişilerin dünyayı anlamlandırma süreçlerinde ve kamusal iradenin oluşumunda büyük ölçüde etkili olan medya endüstrisinin egemen sınıflar lehine ve çıkarına nasıl çalıştığını, siyasal iktidarların medya politikalarını hangi koşullarda ve nasıl bir ilişki ağı içerisinde oluşturduklarını ortaya koymaya çalışır. Bu doğrultuda medya sahiplerinin, siyasal iktidarla ve sermayeyle ilişkilerini inceler. Bu yaklaşım, merkezine okuyucuyu/izleyiciyi/alımlayıcıyı değil, medya içeriğinin hazırlanmasına etki eden faktörleri koyar. “...Yaklaşım, anlamın, daha baştan üretim tarafında yaşanan süreç sonunda belirlendiğini kabul etmektedir. Bu anlamda, özneler de inşa edilmekte ve onlar pasif hale getirilmektedir. İzleyici, pasif tüketici konumundadır ama aktif olma olasılıkları da bulunmaktadır (Özer, 2012, s. 24-25)...”

Ekonomi politiğin eleştirel kuram içerisindeki diğer yaklaşımlardan ayrıldığı en önemli noktalardan biri de ideolojiye bakış açısıdır. Eleştirel ekonomi politik, ideoloji kavramından ziyade kapitalist üretim tarzına; yani ekonomik temele, üretim ilişkilerinin belirleyiciliğine vurgu yapar. Marksist geleneğin ideolojiyi yanlış bilinç olarak kabul eden görüşünden ayrılmaz. Sembolik üretimin toplumsal gerçekliğe yönelik algıları yönlendirmesi ve çeşitli tahakküm yapılarının varlığı, yanlış bilinç kavramının kabul edilmesini gerektirir (Garnham, 1997, para. 28).

İletişim alanında ekonomi politik, kendi içinde farklı bakış açıları içeren, iletişimin farklı boyutlarına ağırlık veren birçok yaklaşım içermektedir. Herbert Schiller’in çalışmalarının öncülük ettiği Kuzey Amerika’da çevre ülkelerin, merkez ülkelere bağımlılığı ve uluslar arası iletişimde ortaya çıkan eşitsiz ilişkiler yaklaşımının temelini oluşturmuştur. Bu bağlamda, 1970’li yıllarda “medya emperyalizmi” tezi ortaya atılmıştır. Medya emperyalizmi tezi, medya içeriklerinin üretim ve dağıtımında, medya endüstrisinin örgütsel yapısında ekonomik, politik ve kültürel uluslararası bir hegemonyanın varlığının kabulüne dayanır (Erdoğan ve Alemdar, 2010, s. 378). Schiller, iletişim

ağlarının ve bu ağlara yönelik düzenlemelerin çoğu ülkede ABD'dekine benzer şekilde oluşturulduğu ve bu düzenlemelerin ABD kökenli çokuluslu medya şirketlerinin ürettiği içerikler için bu ülkeleri pazar haline getirdiği üzerinde durmuştur (Laughey, 2010, s. 76). Kitle iletişimi ve reklamcılık konusuna eğilen Symthe (1977) ise, kitle iletişimde tarihsel materyalizmi temel alanların “medyanın sermaye için hangi ekonomik fonksiyonu yerine getirdiği” sorusuna cevap araması gerektiğini belirtmiştir (s. 1). Noam Chomsky ve Edward S. Herman (2006) ise medya sektöründe yoğunlaşma, medyanın endüstriyelmesi ve küreselleşmesi, sistematik şekilde propaganda yapması gibi konulara yönelik olarak ekonomi politik bağlamında “Propaganda Modeli”ni geliştirmişlerdir. Propaganda Modeli, haberlerin çeşitli grupların çıkarlarına uygunluğuna bakılarak yayınlanıp yayınlanmayacağına karar verilmesi, muhalif unsurların olumsuz gösterilmesi, sadece istenilen mesajların kamuya aktarılması üzerinde durur (s. 81).

Batı Avrupa’da ise ekonomi politik geleneği içinde, Nicholas Garnham (2001), tarihsel materyalist gelenekle olan bağın yeniden inşa edilmesine ve medyanın daha genel bir ekonomik ve toplumsal yapı içinde ele alınması gerektiğine işaret eder (s. 126-130). Golding ve Murdock (2014) ise, “kültür endüstrileri”nin bir parçası olan medya kuruluşlarının, genel olarak endüstriyel yapıyla bütünleşmesi ve medyanın simgesel ürünlerinin insanların dünyaya ilişkin yargılarında ve dünyayı anlamlandırma süreçlerindeki etkisinin oluşturduğu ikiliğe dikkat çekerek bu iki faktörün etkileşimini öne çıkarmışlardır (s. 49).

Medya Sahipliği ve İktidar İlişkileri

Söz konusu ihalelere, Sabah gazetesinin sahibi Çalık Grubu ve Habertürk gazetesinin sahibi Ciner Grubu da katılmıştır. Çalık Grubu Dicle EDAŞ, Ciner ise BEDAŞ için teklif vermiştir. Hürriyet gazetesinin sahibi Doğan Grubu, elektrik dağıtım ihalelerine katılmasa da enerji sektörünün önemli aktörlerinden biridir. 2000 yılında Türkiye’nin en büyük özelleştirmelerinden biri olan Petrol Ofisi Anonim Şirketi (POAŞ) özelleştirmesiyle POAŞ’ın %51’ine sahip olmuştur. 2002 yılında ise POAŞ’ın geri kalan hisselerini satın alan Doğan Grubu, 2010 yılında sahip olduğu hisseleri Avusturyalı OMW grubuna satmıştır. 2000-2010 yılları arasında akaryakıt ve LPG alanındaki dağıtım faaliyetlerini Petrol Ofisi bünyesinde gerçekleştiren grup, Petrol Ofisi’ndeki payların 2010 yılı sonunda satılmasıyla birlikte yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelmiştir. Bu dört medya grubunun enerji sektörünün elektrik üretimi, dağıtımını ve satışı, petrol sektörü, doğalgaz dağıtımını gibi farklı alanlarında birçok yatırımı bulunmaktadır ve birçok kamu ihalesinde varlık göstermişlerdir.¹ Türkiye’nin en büyük elektrik dağıtım bölgesi olan BEDAŞ ihalesini Akşam gazetesinin sahibi Mehmet Emin Karamehmet’in ortak olduğu MMEKA şirketi

1 Bu bilgiler söz konusu ihalelerin gerçekleştirildiği 2010 yılı Ağustos ayı verilerini içermektedir. Günümüzde söz konusu gazetelerin sahiplik yapılarında değişiklikler meydana gelmiştir. Çukurova ve Çalık grubu artık medya sektöründe faaliyet göstermemektedir. 2013 yılında Çukurova Grubu’na ait medya organlarına el konulmasının ardından Akşam gazetesini, Ethem Sancak satın almış ancak gazeteyi 2017 yılında Hasan Yeşildag’a satmıştır. Çalık Grubu’da Sabah gazetesini 2013 yılında yine iktidara yakınlığıyla bilinen Kalyon Grubu’na devretmiştir. Hürriyet Gazetesi ise 2018 yılında Milliyet Gazetesinin sahibi Demirören Grubu’na satılmıştır. Söz konusu holdinglerin enerji sektöründeki yatırımlarında da değişiklikler olmuştur. Enerji sektöründe medya sahiplerinin güncel durumu için bkz. <https://graphcommons.com/graphs/09426282-c311-4b39-be2c-1bd4f93b5771>

kazanmıştır. Benzer şekilde Sabah gazetesinin sahibi Çalık Grubu da 2009 yılında gerçekleştirilen Yeşilirmak EDAŞ (YEDAŞ) ihalesini kazanmış, 29 Aralık 2010 tarihinde ise YEDAŞ'ın gruba devri gerçekleşmiştir. Çalık Grubu özelleştirilmesi planlanan bölgelerden biri olan Dicle Elektrik'in ihalesine de katılmış, ancak kazanamamıştır.

Söz konusu yayın organlarının iktidarla ilişkileri de bu çalışma için önem taşımaktadır. Çalık grubu iktidara yakınlığıyla bilinen bir gruptur. 2007 yılında, TMSF tarafından el konulmuş olan Sabah-ATV Grubu'nun ihalesini kazanarak, 2008'de grubun devir işleminin gerçekleşmesinin ardından medyaya giriş yapan Çalık Grubu çok ilgi çekmiştir. Bu dönemde Çalık Grubu'nun CEO'su dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın damadı, şu anki Enerji Bakanı Berat Albayrak'tır. Grubun, Sabah, ATV ve Takvim gibi yayın organlarını içeren ihale için gereken parayı Vakıfbank ve Halkbank tarafından verilen kredilerle sağlamış olduğu TBMM'de de gündeme getirilmiş, Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulunun hazırladığı raporda bankaların verdiği kredilerde usulsüzlük olduğunu ortaya konulmuştur (Sönmez, 2010, s. 56).

Doğan, Çukurova ve Ciner gruplarına ait Hürriyet, Akşam ve Habertürk gazetelerinin iktidarla ilişkileri ise daha karmaşıktır. Ana akım medyayı temsil eden bu gazeteler, bu dönemde iktidar olan AKP Hükümeti ile zaman zaman yakın olmakla beraber bazı dönemlerde iktidarla ilişkileri çok iyi olmamaktadır. Örneğin, Doğan Grubu AKP iktidarının ilk döneminde hükümetle iyi ilişkiler içinde olsa da 2007 yılında AKP'nin tekrar iktidar olmasıyla, iktidarla ilişkisinin mahiyeti değişmeye başlamış, hükümetle karşı karşıya gelmiştir. Birgün ve Cumhuriyet gazeteleri ise hem sahiplik yapısı anlamında hem de ideolojik olarak diğer gazetelerden ayrılmaktadır. İki gazete de muhalif sol çizgiyi temsil etmekte olduklarından karşılaştırmalı bir çözümleme gerçekleştirebilmek amacıyla çalışmanın örnekleme dahil edilmişlerdir.

Elektrik Dağıtım Sektörünün Özelleştirilmesi

Sermayenin siyaset ve toplum üzerindeki tahakkümünü sistematik hale getiren bir proje olan neo-liberalizmin temel araçlarından biri olan özelleştirmeler, bu tahakkümün yeniden üretilmesinde önemli rol oynamaktadır (Angın ve Bedirhanoğlu, 2013, s. 75). Türkiye'de 1980'li yıllarda serbest piyasa ekonomisine geçiş, kamu kurumlarının özelleştirilmesini de içermektedir. Ancak, özelleştirme uygulamalarının yaygınlaşması esas olarak 1990'lı yıllarda hayat bulmuştur. 2000'li yıllarda ise, Uluslararası Para Fonu (IMF) programları ve AB'ye yönelik politikaların odağında, enerji sektörü başta olmak üzere birçok sektörde büyük ölçekli özelleştirmeler gerçekleştirilmiştir. 2002 yılından günümüze kadar AKP iktidarı süresince, doğal tekel konumundaki KİT'lerin yeniden yapılandırılması ve özelleştirmeler hükümetin ana hedeflerinden biri olarak önceki yıllara oranla çok yüksek boyutlara ulaşmıştır. Enerjinin yanında telekomünikasyon gibi birçok sektörde de serbestleşmenin sağlanabilmesi için bu sektörlerin hukuki altyapıları dönüştürülmüştür.

Elektrik sektöründeki dönüşüm, 1984 yılında 3096 sayılı kanunla, Türkiye Elektrik Kurumu (TEK) dışındaki kuruluşların elektrik üretimi, iletimi, dağıtımı ve ticareti yapabilmesinin önü açılarak, TEK'in tekel konumunun kaldırılmasıyla başlamıştır. Bu doğrultuda, Kayseri ve

Cıvarı Elektrik A.Ş., Çukurova Elektrik A.Ş. (ÇEAS), Kepez Elektrik A.Ş. ve Aktaş Elektrik A.Ş. faaliyete geçerek elektrik üretim, iletim, dağıtım ve ticaretine başlamışlardır. 1986 yılında 3291 sayılı kanunla TEK'in özelleştirilmesi öngörülmüş, Bakanlar Kurulu'nun 12.08.1993 tarih ve 93/4789 sayılı Kararıyla, Türkiye Elektrik Üretim İletim A.Ş. (TEAŞ) ve Türkiye Elektrik Dağıtım A.Ş. (TEDAŞ) olmak üzere iki ayrı iktisadi devlet teşekkülü halinde yeniden yapılandırılmıştır. TEAŞ'a, elektrik üretimi ve iletimi, TEDAŞ'a ise dağıtım ve satış görevleri verilmiştir.

22.02.1994 tarihinde kabul edilen 3974 sayılı kanunla, TEK'in yeniden yapılandırılmasının ve bu yapılandırma sonucu ortaya çıkacak teşebbüslerin özelleştirilmesinin önü açılmıştır. Aynı yıl, Anayasa Mahkemesi ilgili kanunun, TEK'in mülkiyet satışı yoluyla özelleştirilmesine yönelik hükümlerini iptal etmiştir. Ancak, TEK'in işletme hakkı devri yöntemiyle özelleştirilmesine yönelik 3096 ve 4046 sayılı kanunları kapsamında, Çayırhan Termik Santralının 20 yıllık işletme hakkı özel sektöre (Turgay Ciner'e ait olan Park Termik'e) verilmiştir (TETAŞ Sektör Raporu, 2009, s. 3). 8 Haziran 1994 tarihinde kabul edilen 3996 sayılı kanunla, Yap-İşlet-Devret modeli, 16 Temmuz 1997 tarihinde kabul edilen 4283 sayılı kanunla ise özel sektör tarafından elektrik santrali kurulması, işletilmesi ve satışını içeren Yap-İşlet modelleri getirilmiştir.

2001 yılında kabul edilen 4628 sayılı "Elektrik Piyasası Kanunu" ile TEAŞ özelleştirme amacıyla yeniden yapılandırılmıştır. Bu doğrultuda TEAŞ faaliyetleri bakımından elektrik üretiminden sorumlu Elektrik Üretim Anonim Şirketi (EÜAŞ), iletiminden sorumlu Türkiye Elektrik İletim A.Ş. (TEİAŞ) ve toptan satışından sorumlu Türkiye Elektrik Ticaret ve Taahhüt A.Ş. (TETAŞ) olmak üzere üçe ayrılmıştır. TEİAŞ, elektrik iletiminde halen tekel konumundadır.

17 Mart 2004 tarihinde yayınlanan ve elektrik sektöründe gerçekleştirilecek düzenleme ve özelleştirmelerin çerçevesini belirleyen "Elektrik Enerjisi Sektörü Reformu ve Özelleştirme Strateji Belgesi" doğrultusunda, TEDAŞ, 2004/22 sayılı Özelleştirme Yüksek Kurulu (ÖYK) Kararı ile özelleştirme kapsam ve programına alınmıştır. Bunun sonucunda Türkiye, Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) tarafından dağıtım lisansı verilmek üzere, 21 dağıtım bölgesine ayrılmıştır. Dağıtım özelleştirmelerinde, varlıkların mülkiyeti TEDAŞ'ta kalmakla beraber, hisselerin blok satışına dayalı İşletme Hakkı Devri (İHD) yöntemi kullanılmıştır (EPDK, 2010, s. 100). Ayrıca, işletme hakkını alan şirketler bölgesel tekel konumuna gelmişlerdir. 2008 yılında elektrik piyasasında başlayan dağıtım özelleştirmelerinin tamamlanması ise 2013 yılında gerçekleşmiştir.

9 Ağustos 2010 tarihinde BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ bölgelerinin özelleştirilmesine yönelik ihale gerçekleştirilmiştir. İstanbul-Avrupa Yakası bölgesine hizmet veren ve Türkiye'nin en fazla aboneye sahip dağıtım bölgesi olan BEDAŞ, 2 milyar 990 milyon dolara İş-Kaya ve MMEKA (Yusuf Kaya, Mehmet Kazancı ve Mehmet Emin Karamehmet) ortaklığı tarafından kazanılmıştır. BEDAŞ ihalesi, Türk Telekom ve Tüpraş'tan sonra en yüksek özelleştirme bedelinin verildiği ihale olmuştur. Kazancı ailesinin şirketi olan AKSA Enerji'den ayrılan Mehmet Kazancı ve Akşam gazetesinin sahibi Mehmet Emin Karamehmet tarafından,

ihaleden çok kısa bir süre önce kurulan MMEKA, Gediz EDAŞ ihalesi içinde 1 milyar 220 milyon dolarlık teklif vererek, bu bölgenin ihalesini de kazanmıştır. Trakya EDAŞ ihalesini, 622 milyon dolarlık teklifle Mehmet Kazancı'nın kardeşi Cemil Kazancı'nın yönettiği Aksa Enerji, Dicle EDAŞ'ı ise 228 milyon dolarlık teklifle Karavil-Ceylan Ortaklığı kazanmıştır. MMEKA, Trakya EDAŞ ihalesi için de teklif vermiştir. 10 Ağustos'ta Elektrik Mühendisleri Odası (EMO) anayasaya aykırı olduğu gerekçesiyle söz konusu ihaleleri yargıya taşıyacağına dair açıklama yapmış, aynı yıl Ekim ayında ise ihalelerin iptali için Danıştay'a başvurmuştur. Ancak, MMEKA ve Karavil-Ceylan Ortaklığı'nın BEDAŞ ve Dicle EDAŞ'ın özelleştirme bedellerini ödeyememeleri üzerine ihaleler iptal edilmiştir. Gediz EDAŞ ise Rekabet Kurulu'nun, MMEKA'nın sektörde hâkim konuma geleceğine ilişkin kararı neticesinde en yüksek teklifi veren ikinci konsorsiyuma devredilmiştir.

İçerik Çözümlemesi ve Çözümleme Kategorilerinin Saptanması

Çağdaş içerik çözümlemesinin tarihi, II. Dünya Savaşı'nın yaşandığı yıllarda propaganda faaliyetlerinin çözümlenmesine kadar götürülebilse de, Bernard Berelson'un 1952 yılında yayımlanan *İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi* adlı kitabı, bu yöntemin iletişim araştırmalarında kullanımını yaygınlaştıran eser olmuştur (Wimmer ve Dominick, 2007, s. 19). Berelson'a göre içerik çözümlemesi; "İletişimin açık/aşık (manifest) içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel olarak betimlenmesine yönelik bir araştırma tekniğidir." (Berelson'dan aktaran Atabek, 2007, s. 4). Krippendorff (2004) ise içerik çözümlemesini, metinlerden bağlamlarına doğru tekrar edilebilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma yöntemi olarak tanımlamış, içerik çözümlemesinin güvenilir olabilmesi için aynı içerikler üzerinde çalışan farklı araştırmacılar tarafından tekrar edilebilir sonuçlar vermesi gerekliliği üzerinde durmuştur (s. 18). İçerik çözümlemesi her ne kadar nicel bir yöntem olarak ortaya çıkmış olsa da zamanla medyaya yönelik eleştirel yaklaşımlardan beslenen, nitel çözümlemelerde de kullanılmaya başlanmıştır (Yıldırım, 2015, s. 118). Nicel çözümlemede içerikteki bazı öğelerin ne sıklıkta görüldüğü baz alınırken, nitel çözümlemede bazı öğelerin mevcut olup olmadığı önem kazanmıştır (Bilgin, 2006, s. 4).

Bu çalışmada, Türk basınında elektrik dağıtım ihalelerinin ne ölçüde, nasıl yer aldığı ve gazetelerin sermaye yapıları ve iktidarla ilişkilerinin elektrik dağıtım ihalelerine yönelik içeriklerin üretilmesinde etkili olup olmadığı eleştirel ekonomi politik yaklaşım temel alınarak incelenmiştir. Bu doğrultuda, hem çok büyük çaplı ihaleler olmaları hem de medya kuruluşlarından da bu ihalelere katılanlar olması nedeniyle, 9 Ağustos 2010 tarihinde gerçekleştirilen ancak sonrasında iptal edilen BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ ihaleleri çözümlenmiştir. Çalışmada, Akşam, Birgün, Cumhuriyet, Habertürk, Hürriyet ve Sabah gazetelerinde 1 Ağustos ve 31 Ağustos 2010 tarihleri arasında yayımlanan yazı türleri (haber, köşe yazısı ve söyleşiler) ele alınmıştır. Ayrıca 10 Ağustos 2010 tarihinde Elektrik Mühendisleri Odasının (EMO), elektrik dağıtım ihalelerinin iptaline yönelik dava açma kararını bildirmesi üzerine yayımlanan yazı türleri önemli örnekler olarak görüldüğü için, bu gazetelerde ne ölçüde ve nasıl yer bulduğu da

incelemeye dâhil edilmiştir. Bu doğrultuda, öncelikle nicel veriler tablo haline getirilmiş ve bu verilere dayanarak nitel içerik çözümlemesi gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada şu sorulara cevap aranmıştır:

1. Elektrik dağıtım ihalelerine yönelik yazı türleri hangi gazetelerde, ne ölçüde yer almaktadır?
2. Elektrik dağıtım ihalelerine yönelik yazı türlerinde kimlerin görüşlerine, hangi oranda yer verilmektedir?
3. Elektrik dağıtım ihalelerine yönelik yazı türlerinde hangi temalar ve bu temalara ilişkin hangi ifadeler öne çıkmaktadır?
4. Gazetelerin genel olarak ihalelere yönelik tutumları ne yöndedir?
5. Gazetelerde medya sahiplerinin ihalelere katılımına ilişkin bilgi ve yorumlara yer verilmiş midir?
6. Gazetelerin sahiplik yapılarıyla haber içerikleri arasında ilişki var mıdır?
7. Gazetelerin siyasal iktidarla ilişkileri ile haber içerikleri arasında ilişki var mıdır?

Araştırma sorularına cevap bulmak amacıyla çeşitli kodlama tabloları oluşturulmuştur. Sonrasında ortaya konulan nicel veriler doğrultusunda konuya ilişkin gazete içerikleri, bu gazetelerin sahiplik yapıları ve iktidara yakınlıkları göz önünde bulundurularak yorumlanmıştır. Çalışmada içerik analizi hem nicel hem nitel verilere uygulanmıştır. Gazetenin konuya verdiği önemin göstergeleri haberin gazetede yer alma sayısı ve kapladığı alan gibi verilerdir. Bu nedenle, ihalelere yönelik yazı türlerinin sayısal ve yüzdesel görülme sıklıkları, gazetede kapladıkları alan, ne oranda manşet, sürmanşet kullanıldığı ve konuya tam sayfa ayrıldığı belirlenmiştir. Bu gibi nicel verilerin yanında görüşlerine yer verilen kişi ve kurumların da frekansları belirlenmiştir. Ayrıca yazı türlerinin içerikleri, ihalelerin olumlu ve olumsuz etkileri, iptal davası ve diğer temalar şeklinde üç kategoriye ayrılmış. Bu temalara ilişkin anlatım biçimleri alt kategorilere ayrılarak hangi gazetelerin, hangi ifadelere ne sıklıkla başvurduğu bulunmuştur. Son olarak, gazetelerin ihalelere bakış açısını belirlemek amacıyla olumlu yargılar, olumsuz yargılar ve herhangi bir tutum içermeyen ya da bu tutumun belirgin olmadığı içerikler için nötr yargıların görülme sıklıkları kodlanmıştır.

BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ İhalelerine Yönelik Yazıların Çözümlemesi²

1-31 Ağustos 2010 tarihleri arasında BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ ihalelerine yönelik olarak Akşam, Birgün, Cumhuriyet, Habertürk, Hürriyet ve Sabah gazetelerinde toplam 70 yazı (haber, köşe yazısı ve söyleşi) yayımlanmıştır. Gazetelerde yer verilen yazıların sayıları birbirine yakın olmakla birlikte, en fazla sayıda yazıya Habertürk gazetesi yer

2 Bu çalışma, enerji sektörüne yönelik olarak elektrik dağıtımının yanında yenilenebilir enerji kaynak alanları, elektrik ve doğal gaz dağıtımı ve petrol sektörlerinde gerçekleştirilen özelleştirmelerin medyada sunumunu inceleyen, daha geniş kapsamlı örneklemin ele alındığı bir araştırmanın parçasıdır.

vermiştir. Habertürk gazetesi, HT Ekonomi isminde bir ek yayınladığı için genel olarak ekonomi haberlerine büyük oranda yer vermektedir. En az sayıda yazıya yer veren gazete ise Hürriyet'tir.

Tablo 1: İhalelere Yönelik Yazıların Gazetelere Göre Dağılımı

Gazete Adı	n	%
Akşam	10	14,3
Birgün	13	18,6
Cumhuriyet	11	15,7
Habertürk	17	24,3
Hürriyet	8	11,4
Sabah	11	15,7
Toplam	70	100

Yayımlanan yazıların 49'u haber, 19'u köşe yazısı, 2'si ise söyleşidir. En fazla haber Birgün gazetesinde yer alırken, köşe yazılarına en çok yer veren gazete Habertürk'tür. Akşam gazetesinde BEDAŞ ve Gediz EDAŞ ihalelerini kazanan MMEKA şirketinin Başkanı Mehmet Kazancı'yla, Birgün gazetesinde ise Elektrik Mühendisleri Odası Başkanı Cengiz Göltaş ile olmak üzere iki adet söyleşi yayımlanmıştır. Birgün gazetesi konuyla ilgili hiçbir köşe yazısına yer vermemiştir.

Tablo 2: İhalelere Yönelik Yazıların Türüne Göre Dağılımı

Gazete Adı	Haber	Köşe Yazısı	Söyleşi
Akşam	8	1	1
Birgün	12	-	1
Cumhuriyet	7	4	-
Habertürk	9	8	-
Hürriyet	7	1	-
Sabah	6	5	-
Toplam	49	19	2

İhalelere yönelik yayımlanan yazıların sayısı gazetelerin konuya verdiği önemi göstermek açısından önemli olsa da tek başına yeterli değildir. Bu nedenle yazıların gazetelerde ne kadar yer kapladığı da incelenmiştir. Yazıların sayfada kapladığı alana bakıldığında, yazı sayısı ile orantılı olarak ihalelere en çok yer ayırmanın Habertürk, en az yer ayırmanın ise Cumhuriyet gazetesi olduğu görülmüştür. Gazetelerin sayfa ebatları değişebildiği için her gazetenin toplam baskılı alanı, yazıların sayfada kapladığı alana bölünerek, gazetelerin yazılara kaç tam sayfa yer ayırdıkları bulunmuştur. Bu değerlere göre ihalelere yönelik haber, köşe yazısı ve söyleşilere Akşam gazetesinin 3.4, Birgün gazetesinin 3.4, Cumhuriyet gazetesinin 1.8, Habertürk gazetesinin 6.7, Hürriyet gazetesinin 2.7, Sabah gazetesinin ise 3.5 tam sayfa ayırdığı görülmüştür. Cumhuriyet gazetesi, Hürriyet gazetesine göre daha fazla sayıda haber ve köşe yazısı yayımlamış olsa da bu yazıların gazetede kapladığı alan daha azdır.

Tablo 3: İhalelere Yönelik Yazıların Gazetelerde Kapladığı Alan

Gazete Adı	Yazı Türlerinin Sayfada Kapladığı Alan (cm ²)	Gazetenin Toplam Baskı Alanı (cm ²)	x/y
Akşam	6537,14	1899,25	3,4
Birgün	6318,87	1869,12	3,4
Cumhuriyet	3364,49	1865,58	1,8
Habertürk	10211,38	1523,2	6,7
Hürriyet	5084,06	1858,5	2,7
Sabah	6509,95	1870,9	3,5
Toplam	38025,89	10886,55	21,5

(x: Yazı Türlerinin Sayfada Kapladığı Alan; y: Gazetenin Toplam Baskı Alanı)

Akşam gazetesi, 10 Ağustos 2010 tarihinde bir önceki gün gerçekleştirilen ihaleye ilişkin “Devletin ‘Kazancı’ 5,76 Dolar” şeklinde manşet atmış, ekonomi sayfasında ihaleye tam sayfa ayırmıştır. Birgün gazetesinde, 22 Ağustos 2010 tarihinde Mehmet Emin Karamehmet’in, elektrik üretiminin de özelleşmesinin ardından, elektrik sektöründe tekel olacağına ilişkin haberi “Ülkenin Elektrikçi Onda Tekelleşecek” şeklinde manşet olarak vermiştir. Cumhuriyet gazetesi, ihaleye yönelik manşet ya da sürmanşet kullanmamış, tam sayfa ayırmamıştır. Habertürk gazetesi, 10 Ağustos 2010’da yayımlanan HT Ekonomi ekinde ihale sürecini “Bir Günde 5,8 milyar \$” manşetiyle vermiş, aynı habere iki tam sayfa ayırmıştır. Sabah gazetesi, aynı gün ihaleyi “Kardeşlerin 5 milyar Dolarlık Düellosu” şeklinde sürmanşet olarak yayımlamış, ekonomi sayfasını tamamen ihaleye ayırmıştır. 12 Ağustos 2010’da ise EMO’nun ihaleleri yargıya taşıyacağına yönelik açıklamasını hedef alan “Odadan Tehdit” manşetini atmıştır.

Tablo 5: Yazıların sayfadaki konumu

Gazete Adı	Manşet	Sürmanşet	Tam Sayfa
Akşam	-	1	1
Birgün	1	-	-
Cumhuriyet	-	-	-
Habertürk	1	-	2
Hürriyet	-	-	2
Sabah	1	1	1
Toplam	3	2	6

Görüşlerine yer verilen kişi ve kurumlar için toplam 24 kategori oluşturulmuştur. Görüşlerine birer kez yer verilen kişi ve kurumlar diğer kategorisinde toplanmıştır. Birgün ve Cumhuriyet gazetelerinde görüşlerine en çok yer verilenlere bakıldığında, ihalelerle ilgili olumsuz görüş bildiren TMMOB’ye bağlı odalardan özellikle EMO’nun öne çıktığı görülmüştür. Mehmet Kazancı’nın görüşlerine ise tüm gazeteler yer vermiştir. Enerji Bakanı, EPDK Başkanı ve Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (ÖİB) Başkan Vekili ise yine sıklıkla haber kaynağı olarak kullanılan kişi ve kurumlardır. Haberler genel olarak resmi kaynakların ihalelere yönelik olumlu görüş ve açıklamalarından oluşmuştur. Sadece eski EPDK Başkanı olumsuz görüş bildirmiştir. İş dünyasından kaynaklar da ihaleleri olumlayan açıklamalarda bulunmuştur. Birgün ve Cumhuriyet

gazetelerinde bürokratların ve bakanların görüşleri yer almamıştır. Birgün gazetesi ÖİB Başkan Vekili Ahmet Aksu'nun açıklamalarına yönelik haber yayımlamış olsa da haberin içeriğine bakıldığında Aksu'nun açıklamalarının gerçeği yansıtmadığına yönelik imalarda bulunduğu görülmüştür. ("Özelleştirme, tarifeleri azaltacaktı!", 2010).

Tablo 7: İhalelere Yönelik Yazılarda Görüş ve Açıklamalarına Yer Verilen Kişi ve Kurumların Gazetelere Göre Dağılımı

Kişi-Kurum Adı	A	B	C	Hb	Hr	S	Toplam
EMO/ TMMOB/MMO	-	7	8	-	-	1	16
MMEKA Başkanı Mehmet Kazancı	2	1	1	4	2	1	11
Enerji Bakanı Taner Yıldız	-	-	-	3	2	2	7
EPDK/EPDK Başkanı Hasan Köktaş	1	-	-	-	1	3	5
ÖİB/ÖİB Başkan Vekili Ahmet Aksu	1	1	-	1	1	1	5
Uzmanlar/Analistler/Hukukçular	1	-	-	2	-	1	4
Abdülkadir Karavil/Karavil Grubu	1	-	-	2	1	-	4
Ayhan Yavrucu/Alarko Holding CEO	1	-	-	-	-	1	2
Eski EPDK Başkanı Yusuf Günay	-	-	1	-	1	-	2
Maliye Bakanı Mehmet Şimşek	-	1	-	1	-	-	2
Diğer (14 kategori)	4	3	1	-	-	6	14
Toplam (24 kategori)	11	13	11	13	8	16	72

(A: Akşam, B: Birgün, C: Cumhuriyet, Hb: Habertürk, Hr: Hürriyet, S: Sabah)

Gazetelerde yer bulan yazıların temaları üç farklı kategori, bu temalara ilişkin değinmeler ise toplam 28 alt kategori altında toplanmıştır. Çalışma için önemli görülen ve ayrıca üzerinde durulan 'ihalelerin olumlu ve olumsuz etkileri' ve 'EMO'nun ihalelerin iptaline yönelik yargıya başvuracağına yönelik açıklaması' iki ayrı başlık altında toplanmış ve bu temalara ilişkin haberlerde kullanılan ifadeler belirlenmiştir. Bunların dışında kalan ifadeler ise 'diğer' başlığı altında toplanmıştır.

Tüm gazetelerde ve toplamda en sık tekrarlanan tema, ihalelerin olumlu veya olumsuz etkileridir (n=67). Bu temaya ilişkin öne çıkan ifadeler 10 alt kategoriye ayrılmış ve gazetelerde bu ifadelerin ne kadar yer bulduğu saptanmıştır. Tablo 9'da yer alan ilk beş ifade olumlu, diğerleri ise olumsuz yargılar içermektedir. Bu bağlamda, ihale bedelinin elektrik tarifelerini arttıracığına, dağıtım şirketlerinin ihaleler için ödeyecekleri parayı tüketicilerden çıkaracağına yönelik ifadelerin ön plana çıktığı görülmüştür. Bu kategori en sık tekrarlanan ifade olsa da genel olarak bakıldığında ilk beş temanın, yani ihalelerin etkilerine yönelik olumlu ifadelerin frekansı daha yüksektir. Akşam dışında tüm gazetelerde, ihale bedelinin tarifeler üzerinde baskı oluşturacağına yönelik endişeler yer almıştır. İhalelerden elde edilen gelirin yüksekliği ve bu gelirin bütçe açıklarını kapayacak olmasına yönelik anlatım da en sık rastlanan ikinci ifadedir.

BEDAŞ ve Gediz EDAŞ ihalelerini kazanan Mehmet Emin Karamehmet'in sahibi olduğu Akşam gazetesinde ihalelerin sadece olumlu etkilerine yönelik ifadeler yer almıştır. İhale için verilen rakamlar gazetede, “Devletin kasasına giren rekor miktarda para” şeklinde tanımlanmıştır. İhale sonucu elektrik tarifelerinin düşecek olması ve kayıp kaçak oranlarının düşürülecek olması da gazetenin olumlu bakışının dayanak noktalarını oluşturmuştur. (“4 milyon aboneli Boğaziçi 2.99 milyar dolara satıldı”, 2010).

Birgün ve Cumhuriyet gazetelerinde ise özelleştirmelerin olumsuz etkilerine yönelik bir anlatım mevcuttur. Her ne kadar Cumhuriyet gazetesinde ihale gelirinin iç ve dış borcu azaltmak için kullanılacağına yönelik bir anlatıma yer verilse de ilgili yazının genel içeriği olumsuz bir hava taşımaktadır. Bu durum, daha çok hükümetin ihalelerden fayda sağlayacağı, ancak bu bedelin zamlar aracılığıyla halktan çıkarılacağına yöneliktir (Yüzak, 2010). Benzer şekilde, bu gibi ifadelerin farklı gazetelerde farklı bağlamlarda kullanıldığına sıklıkla rastlanmıştır. Cumhuriyet gazetesinde ihalelerin olumsuzluğu daha çok tarife artışına dayandırılmış (Sönmez, 2010; Kansu, 2010), Birgün gazetesinde ise benzer değinmelerin yanında çalışanların durumu, üretimin de özelleştirilmesiyle meydana gelecek olan tekelleşme, özelleştirmelerle şirket karlarının garanti altına alınacak olması ve genel olarak ihalelerin halkın çıkarına aykırı olması gibi olumsuz bakış açılarına daha çok yer verilmiştir (“Gediz emekçisi, iş yerini terk etmemeye kararlı”, 2010; “Elektrik fiyatları düşmez”, 2010). İki gazete de ideolojik olarak özelleştirmelere karşı bir yaklaşıma sahiptir. BEDAŞ ihalesine katılan Ciner Grubu'na ait Habertürk gazetesi ise özelleştirmeye karşı duruş sergileyen bir gazete değildir, ancak özellikle gazetede yayımlanan köşe yazılarında ihalelerin etkilerine yönelik olumsuz anlatımlara da rastlanmıştır. Bu yaklaşımın dayanak noktasını ise ihaleler için ödenecek yüksek rakamların nasıl karşılanacağı, halkın cebinden mi çıkacağı sorusu oluşturmuştur. Gazetede bu konuda endişelerini dile getiren yazıların sayısı oldukça fazladır. Özellikle resmi kaynakların ve ihaleyi kazananların kaynak olarak kullanıldığı haberler (bu haberler genellikle yorumsuz verilmiştir, doğrudan haber kaynaklarının ifadelerini içermektedir) olumlu yönde, yorumlardan oluşan köşe yazıları büyük oranda olumsuz bir bakış açısı içermiştir. Olumlu (n=7) ve olumsuz (n=6) etkilere yönelik ifadelerin sayısının da birbirine yakın olduğu görülmüştür. Hürriyet gazetesinde de benzer şekilde haberlerde olumlu etkiler ön plandayken, konuyla ilgili yayımlanan tek köşe yazısı ideolojik olarak özelleştirmelere karşıt bir yaklaşım içermese de bu ihalelerin özelleştirmenin felsefesine zıt bir şekilde gerçekleştirildiği ve faturanın halka yansıtılacağına yönelik bir anlatım içermiştir (Cansen, 2010).

Akşam gazetesinden sonra olumlu etkilere en çok değinen yayın organı olan Sabah gazetesinde bu değinmelerin frekansı 11'dir. Gazetede özelleştirme büyük bir başarı olarak sunulmuş, ihale bedelinin faturaları etkilemeyeceğine, tam tersine bütçe açığını kapayacak olması nedeniyle kamu yararına olduğuna yönelik ifadeler yer vermiştir (“Devler elektrik için yarıştı”, 2010; Karamuk, 2010). Olumsuz ve sorgulayıcı bir bakış açısı ise sadece Meliha Okur'un köşe yazılarında yer bulmuştur (Okur, 2010a; 2010b). Genel olarak, Akşam gazetesinde ihalelerin başarısı MMEKA şirketine bağlanırken, Sabah gazetesinde MMEKA ön plana çıkarılmamış, özelleştirmeler daha çok hükümetin başarısı olarak sunulmuştur.

Tablo 9: İhalelerin Olumlu ve Olumsuz Etkilerine Yönelik İfadelerin Gazetelere Göre Dağılımı

Kategori	A	B	C	Hb	Hr	S	Toplam
1 İhale bedelinin elektrik tarifelerine yansımayacak olması/ Fiyatların devletin kontrolünde olması.	1	-	1	1	2	3	8
2 Özelleştirmelerin elektrik tarifelerini düşürecek olması.	3	-	-	1	1	1	6
3 Kayıp kaçak oranının düşürülecek olması	2	-	-	4	1	1	8
4 İhaleden elde edilen gelirin bütçe açığını kapatacak olması/ Devlete yüksek gelir sağlanması.	4	-	1	1	1	4	11
5 Özelleştirmelerin hizmet kalitesini arttıracak olması.	2	-	-	-	-	2	4
6 İhale bedelinin tarifeleri arttırması/Fiyat baskısı oluşturması/ Fiyatları dağıtım şirketlerinin belirleyecek olması.	-	3	6	6	2	1	18
7 Gediz EDAŞ işçilerinin eylem yapması/ Özelleştirilen kurumlardaki çalışanların durumu.	-	2	1	-	-	-	3
8 Üretimin de özelleşmesiyle tekelleşmenin meydana gelecek olması.	-	1	-	-	-	-	1
9 Özelleştirmeye şirketlerin kârlarının garantiye alınacak olması/ Şirketlere rant sağlanması.	-	4	1	-	-	-	5
10 Özelleştirmelerin halkın çıkarına aykırı olması.	-	3	-	-	-	-	3
Toplam	12	13	10	13	7	12	67

(A: Akşam, B: Birgün, C: Cumhuriyet, Hb: Habertürk, Hr: Hürriyet, S: Sabah)

İhalelere ilişkin bir diğer önemli tema ise özelleştirmelerin hukuki boyutudur. Bu temaya yönelik değinmeler 8 alt kategoriye ayrılmıştır. İlk dört kategori EMO'nun ihaleleri yargıya taşıyacağı açıklamasına yönelik olumsuz ifadeler, son dört kategori ise açıklamanın haklılığına yönelik ifadelerden oluşturulmuştur. Akşam, Hürriyet ve Habertürk gazetelerinde iptal davasına olumsuz yönde birer kez değinilmiştir (Ulusoy, 2010; Korkmazer, 2010; “Özelleştirmeye karşı çıkmak şizofren bir yaklaşımdır”, 2010). Akşam gazetesinde yayımlanan haberlerde bu tema hiç yer almamış, sadece bir köşe yazısı tamamen bu konuya ayrılarak EMO'nun anayasaya aykırılık iddiasının haksızlığı üzerinde durulmuştur (Ulusoy, 2010). Hürriyet gazetesinde ise tek sütunluk, küçük bir haberde Enerji Bakanı Taner Yıldız'ın EMO'nun iptal davalarıyla ayak bağı olmasına yönelik açıklaması yorumsuz verilmiştir (Korkmazer, 2010). Habertürk gazetesinde de benzer şekilde Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'in doğrudan EMO'yu değil, özelleştirmelere karşı çıkanları şizofren bir yaklaşım göstermekle suçladığı açıklamaları yine yorumsuz olarak verilmiştir (“Özelleştirmeye karşı çıkmak şizofren bir yaklaşımdır”, 2010).

İptal davasına yönelik ifadeler beş kere değinerek en fazla yer veren ikinci gazete olan Sabah'ta yayımlanan haberler oldukça dikkat çekicidir. Gazetede üç defa EMO'nun açtığı davalarla kamu yararına aykırı davrandığına (Karamuk, 2010; Nayır, 2010b; Nayır, 2010c), birer defa ise Danıştay'ın davalar aracılığıyla ülkeye zarar verdiğine ve bu nedenle Danıştay'ın yetki alanına yönelik kanunların değiştirilmesi gerektiğine yönelik ifadeler yer verilmiştir (Nayır, 2010c). 12 Ağustos 2010'da birinci sayfada “Odadan Tehdit” manşetiyle, finans sayfasında ise “Elektrikte Oda Terörü” ana başlığıyla yayımlanan haberde EMO'nun iptal davası açarak ülkenin kalkınmasına engel olduğu ifade edilmiştir.

Birgün gazetesinde ise konuya altı kez değinilmiştir. EMO, aynı zamanda Birgün gazetesinin en sık kullandığı haber kaynağıdır. Üç haberde Çalık Grubu'na ait Sabah ve Takvim gazetelerinde yer alan haberlerle EMO'nun sindirilmeye çalışıldığına ("EMO dava açmaya hazırlanıyor", 2010; "Kamunun hakkını korumak 'terör' olarak nitelendirilemez", 2010; "EMO, suçlamaları Basın Konseyine taşıdı", 2010), iki haberde hükümetin baskısına ("TMMOB, hükümetin baskısını eleştirdi", 2010; "Elektrik fiyatları düşmez", 2010), bir haberde ise 12 Eylül referandumunda sunulacak olan anayasa paketinin yargının yetkisini kısıtlamaya yönelik ve ihalelerle ilişkili olduğuna yönelik ifadeler yer almıştır ("Kamunun hakkını korumak 'terör' olarak nitelendirilemez", 2010). Cumhuriyet gazetesi de benzer şekilde Sabah ve Takvim gazetelerinde yayımlanan haberlerle EMO'nun sindirilmeye çalışıldığına yönelik ifadelerle iki kez yer vermiştir ("EMO'ya odalardan destek", 2010; "TMMOB'den elektrik deklarasyonu", 2010). EMO'nun açıklamalarının yer aldığı bir haberde, Çalık Grubu ile ilgili hem daha önce yapılan bir dağıtım ihalesini kazandığına hem de grubun genel müdürünün başbakanın damadı olduğuna yönelik bilgi verilmiştir ("EMO'ya odalardan destek", 2010). Genel olarak bu temaya Akşam, Habertürk ve Hürriyet gazeteleri ilgi göstermezken, Sabah ve Birgün gazetelerinde iptal davasına yönelik iki karşıt düşüncenin üzerinde durulmuştur.

Tablo 10: İptal Davasına Yönelik İfadelerin Gazetelere Göre Dağılımı

Kategori	A	B	C	Hb	Hr	S	Toplam
1 EMO'nun kamu yararı yok ve anayasaya aykırılık iddialarının haksız olması.	1	-	-	-	-	-	1
2 EMO'nun iptal davası açarak Türkiye'nin kalkınmasına engel olması/Ülkeye ayak bağı olması.	-	-	-	-	1	3	4
3 İhalelere yönelik iptal davalarıyla Danıştay'ın ülkeye zarar vermesi.	-	-	-	-	-	1	1
4 Özelleştirmelere karşı çıkanların şizofren bir yaklaşım göstermesi.	-	-	-	1	-	-	1
5 Danıştay'ın yetki alanına yönelik kanunların değişmesi gerekliliği.	-	-	-	-	-	1	1
6 Sabah ve Takvim gazetelerinde EMO hakkında yayımlanan haberlerle EMO'nun sindirilmeye çalışılması, hedef gösterilmesi/Çalık Grubu'nun çıkar bağlantıları.	-	3	2	-	-	-	5
7 Hükümetin iptal davası nedeniyle EMO'ya baskı yapması.	-	2	-	-	-	-	2
8 Anayasa Paketinin yargının iptal davalarıyla ilgili yetkisini kısıtlamaya yönelik olması.	-	1	-	-	-	-	1
Toplam	1	6	2	1	1	5	16

(A: Akşam, B: Birgün, C: Cumhuriyet, Hb: Habertürk, Hr: Hürriyet, S: Sabah)

Gazetelerde ihalelere yönelik diğer temalar ise 10 kategori altında toplanmıştır. Toplamda en sık işlenen tema ihalelerin finansmanıdır (n=9). Ancak Birgün ve Hürriyet gazetelerinde bu temaya rastlanmamıştır. Dağıtım bölgeleriyle, ihaleye katılan konsorsiyumlar, ihaleyi kazananlar gibi genel bilgilerin yer aldığı ihale sürecini anlatan haberler ise en sık yer alan diğer içeriktir (n=8). Tüm gazetelerde ihale gününe yönelik haberler yer almıştır. İhalelerde karşı karşıya gelen

Mehmet ve Cemil Kazancı kardeşler arasındaki rekabet de Birgün ve Cumhuriyet dışındaki tüm gazetelerde değinilen bir temadır. Habertürk gazetesinde diğerlerinden farklı olarak iki kardeşin farklı şirketlerle aynı ihalelerde rakip olması, iki kardeşin gerçekten birbirinden ayrı olup olmadığını sorgular biçimde işlenmiştir (Şimşek, 2010). Birgün ve Cumhuriyet dışındaki tüm gazetelerde ihaleler için verilen yüksek rakamların ülkenin ekonomisine duyulan güvenin göstergesi olduğuna değinilmiştir.

Bu çalışma için önemli bir diğer tema olan medya sahiplerinin ihalelere katılımına yönelik anlatıma sadece Birgün gazetesinde rastlanmıştır (n=3). 2009 yılında YEDAŞ ihalesini kazanan, söz konusu ihalelerden Dicle EDAŞ ihalesine de katılan Çalık Grubu'na iki defa ("Kamunun hakkını korumak 'terör' olarak nitelendirilemez", 2010; "EMO, suçlamaları Basın Konseyi'ne taşıdı", 2010), BEDAŞ ihalesini kazanan Mehmet Emin Karamehmet'in aynı zamanda medya sahibi olduğuna ise bir defa değinilmiştir ("İhalelere milyon dolar, emekçilere hiç!", 2010).

Tablo II: Diğer Temaların Gazetelere Göre Dağılımı

Kategori	A	B	C	Hb	Hr	S	Toplam
1 İhalelerle ilgili genel bilgiler (Dağıtım bölgeleri, abone sayıları, katılımcılar, kazananlar vb.).	2	1	2	1	1	1	8
2 İhalelerde teklif edilen paranın ülke ekonomisine duyulan güvenin göstergesi olması.	1	-	-	1	1	1	4
3 Abone başına düşen fiyatın çok yüksek olması.	-	-	-	1	1	-	2
4 Özelleştirmenin varlık satışı değil işletme hakkı devri olması.	-	-	-	2	-	2	4
5 Mehmet ve Cemil Kazancı kardeşler arasındaki rekabet.	2	-	-	1	2	1	7
6 Dağıtım şirketlerinin ihale bedellerini nasıl ödeyeceği/ İhalelerin finansmanı.	3	-	1	4	-	1	9
7 Medya sahiplerinin ihalelere katılması	-	3	-	-	-	-	3
8 EPDK'nın şirketler için makul bir kar oranı belirlemesinin gerekliliği.	1	-	-	-	-	-	1
9 EPDK'nın denetim yönünden tecrübesiz olması/yeterli personelinin olmaması.	-	-	-	1	-	1	2
10 Devlet işletmeleriyle ilgili politikaların yetersizliği.	-	-	1	-	-	-	1
Toplam	9	4	4	11	5	7	40

(A: Akşam, B: Birgün, C: Cumhuriyet, Hb: Habertürk, Hr: Hürriyet, S: Sabah)

Yayımlanan yazıların 35'i olumlu, 28'i olumsuz, 7'si ise nötrdür. Bütün yazılar ele alındığında, olumlu yazıların %50, olumsuz yazıların %40, nötr yazıların ise %10 oranında olduğu görülmektedir. En çok olumsuz yazı yayımlayan gazete Birgündür. Yayımlanan haberlerin %92,3'ü olumsuz yargılar içermektedir. Nötr olarak kodlanan tek haber ise ihale süreciyle ilgili genel bilgilerin verildiği haberdir ("Elektrik dağıtımı Karamehmet'e satıldı", 2010). Cumhuriyet gazetesinde de yayımlanan haberlerin %81,8'i olumsuzdur. Nötr olarak kodlanan iki haber ise ihale öncesinde ve ihale günü genel bilgiler verilen haberlerdir ("Elektrik dağıtımında dört şirketin son pazarlığı bugün", 2010; "2,5 saatte 5 milyar dolar", 2010). Akşam gazetesinde ise haberlerin %90'ı olumludur.

Nötr kodlanan haber ise ihale öncesinde dağıtım bölgelerinin bir sonraki gün yapılacağı hakkında bilgi veren haberdir (“Elektrik dağıtımının 1/3’ü özelleştiriliyor”, 2010). Hürriyet gazetesinde de benzer şekilde olumlu yazıların oranı oldukça yüksektir (%87,5). Sadece bir köşe yazısı ihalelere yönelik olumsuz yargılar içermektedir (Cansen, 2010). Habertürk gazetesinde yayımlanan yazıların %58,8’i olumlu, %25,5’u olumsuz, %17,7’si nötrdür. Olumsuz anlatım içeren yazıların türü köşe yazısıdır. Sabah gazetesinde de tüm haber ve köşe yazılarının %81,8’i olumlu yöndedir. İki köşe yazısında ise olumsuz yorumlar mevcuttur (Okur, 2010a; 2010b).

Tablo 12: İhalelere Yönelik Yazıların Tonu

Gazete Adı	Olumlu	%	Olumsuz	%	Nötr	%
Akşam	9	90	-	-	1	10
Birgün	-	-	12	92,3	1	7,7
Cumhuriyet	-	-	9	81,8	2	18,2
Habertürk	10	58,8	4	23,5	3	17,7
Hürriyet	7	87,5	1	12,5	-	-
Sabah	9	81,8	2	18,2	-	-
Toplam	35	50	28	40	7	10

(A: Akşam, B: Birgün, C: Cumhuriyet, Hb: Habertürk, Hr: Hürriyet, S: Sabah)

Sonuç

Medya endüstrisinin, aslında kapitalizmin yeniden yapılandırılmasının, çokça dillendirilen bir kavram olarak neo-liberalizmin bir gereği ve sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir. 1970’li yıllarda sermayenin kâr oranlarının düşmesiyle girilen yapısal krize cevap olarak ortaya çıkan bu yeniden örgütlenme biçimi, sadece devlet müdahalesinin azaltılmasını değil, üst sınıflar arasında toplumsal iktidarın ve zenginliğin yeniden bölüşüldüğü yeni bir toplumsal yapılanmanın oluşumunu da ifade eder (Duménil ve Lévy, 2014, s. 25-26). 1980’li ve 1990’lı yıllarda tüm dünyada yaşanan ekonomik, politik ve toplumsal dönüşüm neticesinde simgesel üretimin ve dağıtımın en önemli aktörü olan basın da çok daha kapsamlı bir sektör olan medyaya evrilmiştir. Yatay, dikey ve çapraz bütünleşmelerle holdingleşen ve yoğunlaşmış bir pazar görünümüne bürünen medyanın siyasal iktidarla geliştirmiş olduğu bağımlılık ilişkisi bu süreçte giriftleşmiştir.

Ekman’ın (2014) belirttiği üzere, daha önce sermaye dolaşımının dışında tutulan doğal kaynaklar, altyapı hizmetleri, kamu kurumları gibi alanlar, özelleştirme sürecinde kapitalist mülkiyet ilişkileri içine dâhil edilmiştir (s. 91-92). Nitekim Türkiye’de de kamu hizmeti niteliğinde yürütülen faaliyetlerin ve enerji alanındaki KİT’lerin özelleştirilmesi de neo-liberalizmin bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır. Medya sahiplerinin enerji sektörünün de dahil olduğu kamu ihalelerine gösterdiği yoğun ilgi, medya ve medya dışı sermayenin bütünleşmesi açısından kamusal alanda birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Medya ve enerji sektörünün ilişkisinin bugün geldiği yeri anlamlandırabilme noktasında konunun üç boyutu önem kazanmaktadır. İlk olarak, 2001 yılında medya sahiplerinin kamu ihalelerine girişine yönelik kısıtlama kaldırılmıştır. İkinci olarak, özelleştirmelerin gerçekleştirilebilmesi amacıyla enerji sektörünün hukuki altyapısı

yeniden düzenlenmiştir. Son olarak, iptal davaları ve yürütmeyi durdurma kararları nedeniyle özelleştirmelerin önünde engel olarak görülen yargının yetki alanı, 2010 yılında gerçekleştirilen anayasa değişikliğiyle sınırlandırılmıştır (Buğra ve Savaşkan, 2014, s. 132).

Bu çalışmada, mevcut ekonomik ve politik arka plan göz ardı edilmeksizin, 9 Ağustos 2010 tarihinde gerçekleştirilen BEDAŞ, Gediz EDAŞ, Dicle EDAŞ ve Trakya EDAŞ ihalelerinin medyaya ne ölçüde ve nasıl yansıdığı belirlenmiştir. İçerik/metin ve bu içeriğin üretildiği kurumu birbirinden bağımsız olarak incelemek söz konusu içeriğin yüzeysel bir görüntüsünün algılanmasını ve zayıf bir anlayışı doğurur (Wayne, 2006, s. 160). Bu doğrultuda, haber metinleri üzerinde gerçekleştirilen içerik çözümlemesinden elde edilen veriler ekonomi politik çözümlemeyi desteklemek amacıyla kullanılmıştır.

İhalelere olumlu bir perspektiften bakan Akşam, Sabah, Hürriyet ve Habertürk gazeteleri ile özelleştirmelere karşı bir tutum benimsemiş olan Birgün ve Cumhuriyet gazetelerinin içeriklerinde belirgin bir farklılaşma vardır. Bu farklılaşmayı daha önce Yüksel'in de (2002) POAŞ özelleştirmesine yönelik çalışmasında belirlemiş olduğu gibi; medya sahiplerinin bu ihalelerde katılımcı konumunda olup olmamasına, medya gruplarının birbiri arasındaki rekabete, siyasal iktidar ya da karşıt konumdaki sendika ve meslek odalarıyla ilişkilerine ve bu gazetelerin ideolojik yönelimleri arasındaki farklılığa bağlayabiliriz (s. 105). Akşam, Sabah ve Habertürk gazetelerinin bu ihalelere katılmış olmalarının, Hürriyet gazetesinin ise bu ihalede olmasa bile enerji sektörüne yönelik benzer ihalelerde yer almış olmasının haber içerikleri üzerindeki etkisi belirgindir. Buna ek olarak, Ciner Grubu'nun (Habertürk) BEDAŞ ihalesini kazanamaması nedeniyle rekabetin, Sabah gazetesinde bu iki faktörün yanında siyasal iktidarla, Birgün ve Cumhuriyet gazetelerinde ise sendika ve meslek odalarıyla yakınlığın etkili olduğu söylenebilir. İdeolojik bakış açısı ise tüm gazetelerde içeriklerin farklılaşmasında etkilidir.

İçerik çözümlemesinden elde edilen veriler neticesinde bütün gazetelerde karşıt görüşlere yer verilmediği, özelleştirme karşıtı gazetelerin haberlerini sivil toplum örgütlerine, özelleştirme taraftarı gazetelerin ise bakan ve bürokratlardan oluşan resmi kaynaklara dayandırdığı görülmektedir. Akşam gazetesi, ihaleleri ekonomik ve teknik boyutuyla, ihaleleri kazanan MMEKA şirketini öne çıkaracak şekilde bir başarı öyküsü olarak sunmuş, ihale bedelinin kullanıcılara yansıtılmayacağına, fiyatlar üzerinde dağıtım şirketlerinin değil EPDK'nın belirleyici olduğuna yönelik açıklamalara sıklıkla yer vermiştir. Sabah gazetesi ise konuyu ele alış biçimi ve üslubu açısından diğer gazetelerden ayrılmaktadır. Sahiplik yapısının ve ekonomik çıkarların haber içerikleri üzerindeki etkisi, en çok Sabah gazetesinde belirgindir. EMO, ihalelerin iptal edilmesi amacıyla yargıya başvuracağına yönelik açıklama yapmasının ardından gazetede hedef haline getirilmiştir. Bu durumda, Sabah gazetesinin sahibi Çalık Grubu'nun 2009 yılında kazanmış olduğu YEDAŞ ihalesine yönelik olarak KESK ve TMMOB tarafından iptal davası açılmasının gündeme gelmiş olmasının da etkili olduğu muhtemeldir. Sabah gazetesinde yayımlanan haberler, hem bu doğrultuda hem de söz konusu ihalelerden kısa bir süre sonra gerçekleştirilmiş olan 12 Eylül Referandumunu ve bunun sonucunda Danıştay'ın özelleştirmelere yönelik yetki alanını kısıtlayan anayasa değişikliği perspektifinde de ele alınabilir. 13 Ağustos 2010 tarihinde yayımlanan "Özelleştirmelere yargı engeli yetki alanı tartışması başlattı"

başlıklı, “Kanunlar Değişsin” ara başlıklı haber tamamen bu doğrultudadır. Sabah gazetesinin özelleştirmelere karşı olan sivil toplum örgütlerini ve Danıştay’ı engel olarak gördüğü haber metinlerinde çok açıktır. İptal davasına ilişkin haber metinleri, ülkenin kalkınmasını isteyenler ve buna engel olanlar şeklinde kurgulanmıştır. Haber içeriklerinde Sabah gazetesi, siyasal iktidar, iş adamları, ülkenin kalkınmasını isteyen ve bunun için uğraşan “biz’i”; EMO, Yargı-Danıştay ise kamu yararı söylemi altında ülkenin gelişmesine engel olan “onlar’ı” temsil etmektedir. İhalelerle ilgili en fazla haber ve köşe yazısına yer veren ve söz konusu ihalelerde katılımcı konumunda da bulunan Habertürk gazetesinde ihaleler olumlu bir biçimde ele alınsa da köşe yazılarında olumsuz bakış açısı mevcuttur. Ancak bu olumsuzluk sadece ihale bedelinin tarifelere yansıtılacak olması doğrultusunda işlenmiştir. Hürriyet gazetesinde ise konu daha çok ekonomik ve teknik boyutuyla, iş dünyası ve rekabet açısından ele alınmıştır. Genel olarak bu gazetelerde yayınlanan haberlere baktığımızda öne çıkan durumlardan biri, haberlerin büyük oranda birbirine benzemesidir. Haberler benzer standarttadır ve resmi kaynaklar tarafından yapılan aynı açıklamalardan oluşmaktadır. Konunun ekonomik boyutunun yanında, bu kurumlarda çalışanların durumu gibi toplumsal, iptal davası gibi hukuki birçok boyutu göz ardı edilmiştir. Özelleştirme karşıtı tutumları haber metinlerine yansıyan Cumhuriyet ve Birgün gazetelerinde ise sadece elektrik dağıtım ihalelerinin doğuracağı olumsuz sonuçlara ve bu olumsuz yargıyı destekleyecek kaynakların açıklamalarına yer verilmiştir. Birgün gazetesinde diğer gazetelerden farklı olarak, Gediz EDAŞ işçilerinin protestoları ve medya sahiplerinin ihalelere katılımına yönelik haberlerde yer almıştır.

Medya içerikleri, hem endüstriyelmiş bir yapı tarafından üretilen özel metalar hem de kamusal alanı inşa eden kamu malları olma özelliğine sahiptir ve toplumsal, kültürel ve politik işlevlerinin yanında, ticari örgütler olarak ekonomik çıkarlarını da gözetmektedirler (Wittel, 2014, s. 391). Doğası gereği büyüme ve yayılma eğiliminde olan sermaye, bunu kamu ihaleleri aracılığıyla gerçekleştirmekte, siyasal iktidarla ilişkilerini de buna göre düzenlemektedir. Endüstriyel ve ticari örgütler olarak ele aldığımız medya, bire bir aktör olarak içinde yer aldığı konulara ilişkin haberlerde kendi ekonomik çıkarlarını ön plana çıkarmakta ve bunu tüm ülkenin çıkarı olarak sunmaktadır. Bunu yaparken karşıt görüşteki kişi, kurum ve iletilerini önemsizleştirmekte ya da yok saymaktadır. Elektrik dağıtım ihaleleri, Adaklı’nın (2001) daha önce ifade etmiş olduğu gibi medyanın sahiplik yapısının, sermaye ve devlet arasındaki ilişkinin açık bir şekilde gözlenebildiği örneklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (s. 197). Bu örnekte, haber üretiminde tek etkenin sahiplik yapısı, sermaye ve iktidar ilişkileri, kısaca üretim ilişkileri olduğu söylenemese de en önemli faktör olduğu açıktır.

Kaynaklar

- Adaklı, G. (2001). Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol. D.B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk ve G. Adaklı (Der.). *Medya Politikaları* içinde (ss.145-203). Ankara: İmge Kitabevi.
- Angın, M. ve Bedirhanoğlu, P. (2013). AKP Döneminde Türkiye’de Büyük Ölçekli Özelleştirmeler ve Devletin Dönüşümü. *Praksis*, 30-31, 75-95.
- Atabek, Ü. (2007). İçerik Çözümlemesi İletişim Çalışmalarının Olağan Yöntemi. G.Ş. Atabek ve Ü. Atabek (Der.), *Medya Metinlerinin Çözümlemek İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri* içinde (s. 1-18). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bir günde 5.8 milyar \$. (2010, 10 Ağustos). *Habertürk Ekonomi*, s. 1.
- Buğra, A. ve Savaşkan, O. (2014). *Türkiye’de Yeni Kapitalizm Siyaset, Din ve İş Dünyası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cansen, E. (2010, 18 Ağustos). Gökten para yağıyor. *Hürriyet*, s. 10.
- Çakmur, B. (1998). Kültürel Üretim Ekonomisi Politikası Kültürün Metalaşmasında Genel Eğilimler. *Kültür ve İletişim*. 1(2), 111-148.
- Devler elektrik için yarıştı, özelleştirme hedefi aştı. (2010, 10 Ağustos). *Sabah*, s. 8.
- Devletin ‘Kazancı’ 5.76 milyar dolar. (2010, 10 Ağustos). *Akşam*, s. 1.
- 4 milyon aboneli Boğaziçi 2.99 milyar dolara satıldı. (2010, 10 Ağustos). *Akşam*, s. 6.
- Dumenil, G. ve D. Levy (2014). Neoliberal Karşı Devrim. A.S. Filho ve D. Johnston (Der.), *Neoliberalizm Muhafız Bir Seçki* içinde (ss.25-41), (Çev. Ş. Başlı ve T. Öncel). İstanbul: Yordam Kitap.
- Ekman, M. (2014). Birikimi Anlamak Marx’ın İkel Birikim Kuramı’nın Medya ve İletişim Çalışmaları Açısından Önemi. F. Başaran (Ed.). *Medya, Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü* içinde (s. 83-118), (Çev. Ö. Dinçer). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Elektrik dağıtımı Karamehmet’e satıldı. (2010, 10 Ağustos). *Birgün*, s. 5.
- Elektrik dağıtımında dört şirketin son pazarlığı bugün. (2010, 9 Ağustos). *Cumhuriyet*, s. 13.
- Elektrik dağıtımının 1/3’ü özelleştiriliyor. (2010, 9 Ağustos). *Akşam*, s. 9.
- Elektrik fiyatları düşmez. (2010, 22 Ağustos). *Birgün*, s. 10.
- EMO dava açmaya hazırlanıyor. (2010, 13 Ağustos). *Birgün*, s. 5.
- EMO’ya odalardan destek. (2010, 15 Ağustos). *Cumhuriyet*, s. 5.
- EMO, suçlamaları Basın Konseyi’ne taşıdı. (2010, 18 Ağustos). *Birgün*, s. 5.
- Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu. (2010). *Elektrik Piyasası Raporu*. Erişim Adresi: <http://www.epdk.org.tr/TR/Dokumanlar/Elektrik/YayinlarRaporlar/ElektrikPiyasasiGelisimRaporu>.
- Erdoğan, İ. (2001). Kitle İletişimi Örneğinde Marksist Siyasal Ekonomi Yaklaşımı Üzerine Bir Tartışma. *Praksis*, 4, 276-313.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Garnham, N. (1997). “Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi Politik: Birleşme mi Boşanma mı?”. S. Çelenk (Çev.). *Teori ve Politika*, 8, 87-104. Erişim Adresi: <http://www.teorivepolitika.net>.
- Garnham, N. (2001). Bir Kültürel Materyalizm Teorisine Doğru. S. Çelenk (Çev.). *Praksis*, 4, 126-143.
- Gediz emekçisi, iş yerini terk etmemeye kararlı. (2010, 7 Ağustos). *Birgün*, s. 4.
- Golding, P. ve Murdock, G. (2014). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. S. İrvan (Der.). *Medya Kültür Siyaset* içinde (s. 49-75), (Çev. D.B. Kejanlıoğlu). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Herman, E.S. ve N. Chomsky. (2006). *Kitle Medyasının Ekonomi Politikası Rızanın İmalatı*. E. Abadoğlu (Çev.). İstanbul: Aram Yayıncılık.

- 2,5 saatte 5 milyar dolar. (2010, 10 Ağustos). *Cumhuriyet*, s. 13.
- İhalelere milyon dolar, emekçilere hiç!. (2010, 30 Ağustos). *Birgün*, s. 4.
- Kamunun hakkını korumak 'terör' olarak nitelendirilemez. (2010, 14 Ağustos). *Birgün*, s. 5.
- Kansu, I. (2010, 23 Ağustos). Elektrik Çarpması. *Cumhuriyet*, s. 15.
- Karamuk, O. (2010, 13 Ağustos). Hasan Balıkcı Niye Öldü?. *Sabah*, s. 8.
- Kardeşlerin 5 milyar dolarlık düellosu. (2010, 10 Ağustos). *Sabah*, s. 1.
- Kellner, D. (2016). Kültürel Marksizm ve Kültürel Çalışmalar. F. Tezcan (Çev.). *Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 9, 132-151. Erişim Adresi: <http://www.ethosfelsefe.com>
- Korkmazer, A. (2010, 15 Ağustos). Yıldız: Çevreciler İş'i 'Çarşı Her Şeye Karşı'ya Döndürdü. *Hürriyet*, s. 12.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*. A. Toprak (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Marx, K. ve F. Engels. (2004). *Alman İdeolojisi*. S. Belli (Çev.). Ankara: Sol Yayınları.
- McChesney, R.W. (2006). *Medyanın Sorunu*. Ç. Çıdamlı, E. Coşkun ve E. Usta (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Nayır, M. (2010a, 12 Ağustos). Odadan Tehdit. *Sabah*, s. 1.
- Nayır, M. (2010b, 12 Ağustos). Elektrikte oda terörü. *Sabah*, s. 3.
- Nayır, M. (2010c, 13 Ağustos). Özelleştirmelere Yargı Engeli Yetki Alanı Tartışması Başlattı. *Sabah*, s. 8.
- Okur, M. (2010a, 10 Ağustos). Aman elektrik çarpmasın!... *Sabah*, s. 10.
- Okur, M. (2010b, 19 Ağustos). Bu yük trafo patlatır!. *Sabah*, s. 10.
- Özelleştirme, tarifeleri azaltacakmış!. (2017, 20 Ağustos). *Birgün*, s.5.
- 'Özelleştirmeye karşı çıkmak şizofren bir yaklaşımdır'. (2010, 23 Ağustos). *Habertürk Ekonomi*, s. 3.
- Özer, Ö. (2012). İletişimin Radikal Ekonomi Politik Yaklaşımı Çerçevesinde Haberin Ekonomi-Politigi. Ö. Özer (Ed.), *Haber Eleştirmek Araştırma Alanlarına Göre Eleştirel Haber Çalışmaları* içinde (s. 21-52). Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Sönmez, M. (2010). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Sönmez, M. (2010, 20 Ağustos). Elektrik, doğal gaz, su zammı yolda. *Cumhuriyet*, s. 15.
- Symthe, D.W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*.1(3), 1-29. Erişim Adresi:<http://www.ctheory.net>
- Şanlısoy, S. (2007). *Ekonomi-Politika Etkileşiminin Süreç Politikası açısından Analizi: Türkiye Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, G. (2010, 10 Ağustos). 'Kazancı kardeşler' kazandı'. *Habertürk*, s. 4.
- TMMOB'den elektrik deklarasyonu. (2010, 22 Ağustos). *Cumhuriyet*, s. 13
- Türkiye Elektrik Ticaret ve Taahhüt A.Ş. (2009). *Sektör Raporu*. Erişim Adresi: http://www.enerji.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FSekt%C3%B6r+Raporu%2FSektor_Raporu_TETAS.pdf
- Türkiye Medya Sahipleri Ağı. (2018, 20 Mart). *Graphcommons*. 20.03.2018 tarihinde <https://graphcommons.com/graphs/09426282-c311-4b39-be2c-1bd4f93b5771> adresinden edinilmiştir.
- Ulusoy, A. (2010, 13 Ağustos). Elektrik dağıtım özelleştirmelerinin hukuki gerçekleri. *Akşam*, s. 15.
- Ülkenin elektriği onda tekelleşecek. (2010, 22 Ağustos). *Akşam*, s. 1.
- Üşür, İ. (2003). Ekonomi Politik: Zarif Mezar Taşları. *Praksis*, 10, 211-238.

- Wayne, M. (2006). *Marksizm ve Medya Araştırmaları Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler*. B. Cezar (Çev.). İstanbul: Yordam Kitap.
- Wimmer R.D. ve Dominick, J.R. (2007). İçerik Çözümlemesi. G.Ş. Atabek ve Ü. Atabek (Der.). *Medya Metinlerinin Çözümlemek İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri* içinde (s. 19-47), (Çev. Ü. Atabek). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Wittel, A. (2014). Sayısal Marx Dağıtık Medyanın Ekonomi Politığıne Doğru. F. Başaran (Ed.). *Medya, Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü* içinde (s. 389-433), (Çev. Ö. Dinçer). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Yıldırım, B. (2015). İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları. B. Yıldırım (Ed.). *İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle* içinde (s. 105-153). Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Yüzak, Ö. (2010, 11 Ağustos). Enerjide alan da memnun satan da... Peki ya kullanan?. *Cumhuriyet*, s. 13.
- Yüksel, E. (2002). Basında POAŞ Özelleştirmesi Haberleri: Basın Meslek İlkeleri, Haberde Nesnellik İlkeleri ve Haber İçeriklerini Etkileyen Unsurlar Bağlamında İçerik Analizi'ne Dayalı Bir Değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 2(2), 93-106.



Kırgızistan Örneğinde Medyanın Gündem Kurma Etkisi

The Effects of Media on Agenda Setting in Kyrgyzstan

Çetin Murat HAZAR*
Kanışay MUHTAROVA**

Öz

Araştırmada, medyanın Kırgızistan'da gündem kurma etkisi üzerine odaklanılmaktadır. Medya organları kendi varlıklarını koruyabilmek ve kendilerini geliştirebilmek için okuyucu/dinleyici/izleyici üzerinde etkili olmak zorundadır. Bunun için hedef kitlenin gündemini kendi istedikleri şekilde değiştirmek niyetindedirler. Gündem kurma çalışmalarında olayları veya meseleleri alan gazetecilerin bunları hedef kitlelerine ulaştırarak onların gündemlerini değiştirmeleri ele alınmaktadır. Bu çalışma, medyanın gündem kurma işlevini Kırgızistan örneğinde araştırmak için yapılmıştır. Araştırma kapsamında 800 kişi üzerinde yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te yerleşik bulunan yetişkinler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler medyanın gündem kurma etkisi açısından değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, insanların algıladıkları medya gündemi ile kendi gündemleri arasında önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Medya, İletişim Kuramları, Gündem Kurma, Yönelim Gereksinimi, Kırgızistan.

Abstract

The research focuses on the influence of the media on the agenda setting in Kyrgyzstan. The media have to be influential on readers and audience in order to be able to protect their own assets and to improve themselves. Thus, they aim at changing the agenda of the target group as they wish. In the studies of the agenda setting, it is discussed that journalists who deal with events or issues can convey them to their target audience and change their agenda. This study was carried out to investigate the role of the media on the agenda setting in the case of Kyrgyzstan. A face-to-face survey of 800 people was conducted within the scope of the research. The survey was conducted on adults who are settled in Bishkek, the capital city of Kyrgyzstan. The obtained data were evaluated from the point of view of the

* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, chazar@gazi.edu.tr.

** Öğr. Gör. Dr., Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bişkek, Kırgızistan, kanisay.muktarova@manas.edu.kg.

agenda setting effect of the media. According to the results of the study, there are significant differences between the media agenda perceived by people and their own agenda.

Keywords: Media, Theories of Communication, Agenda Setting, Need for Orientation, Kyrgyzstan.

Giriş

Medya kuruluşları, gerek rakiplerinin içinden sıyrılabilmek ve daha fazla prestij elde edebilmek, gerekse reklam pastasından önemli bir pay alabilmek için hedef kitleleri üzerindeki güçlerini arttırmak düşüncesinde ve emelindedirler. Zira kamuoyu üzerinde ne kadar etkin olabilirlerse o kadar fazla önemsenecekler ve bir taraf olarak görülebileceklerdir. Medya organları, kendi varlıklarını devam ettirebilmek ve kendilerini geliştirebilmek için hedef kitlesini genişletmek ve sadık izleyiciler bulmak/oluşturmak zorundadır. Bu yüzden gerek kamuoyunun ihtiyaç ve düşüncelerine uygun, gerekse medya çalışanları ve sahipleri için olmasını gerekli gördükleri konuları ele alırlar ve bunları hedef kitlelerine ulaştırırlar.

Hedef kitlelerini yönlendirebilmek için açıkça söylenmeyen bir nevi medya kullanım kılavuzunu kamuoyuna iletirler. Bu kullanım kılavuzu içinde önemli sayılan konuların; ilk sayfalarda, daha büyük puntolarla, manşetlerle, daha geniş alanlarla, fotoğraf, grafik, çizim gibi unsurlarla bütünleştirilerek kullanılması vardır. Böylece kişiler, medya organının verdiği yüzlerce haber içinde hangisinin daha önemli hangisinin ise görece önemsiz olduğu konusunda bir fikre sahip olurlar. Bu durumda belki kendi gündemlerinden uzaklaşarak medyanın hedef kitlesine dayattığı gündem üzerinde düşünmeye, tartışmaya başlarlar.

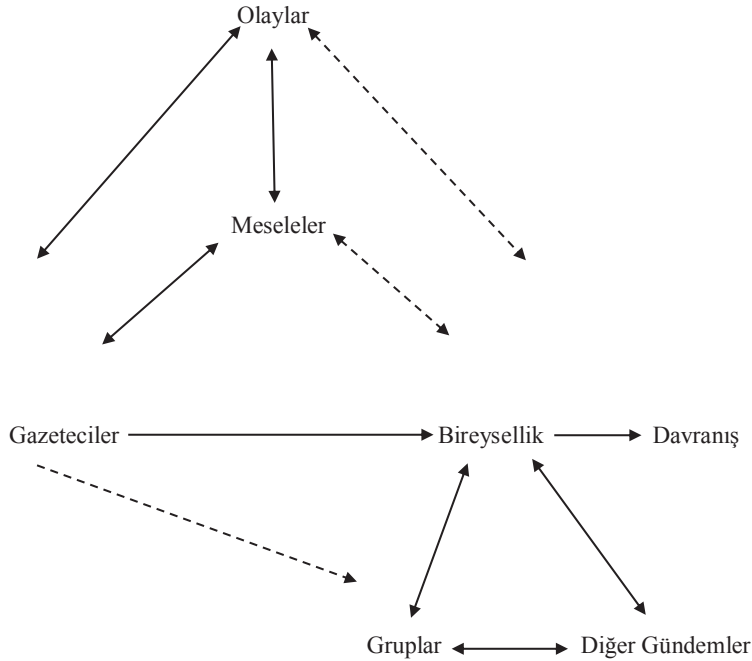
Gündem Kurma Kuramı

Gündem kurma kuramının öncülü olarak Walter Lippmann ve Bernard Cecil Cohen'in çalışmaları gösterilebilir. Lippmann (1991), 1922 yılında yayınlanan "Public Opinion" adlı çalışmasında haberin kesinliği ile insanların bunu öğrenmesi/anlaması arasındaki doğrudan bir ilişkiden bahsederek (s. 14), medyanın kamuya bir takım imajların sunulmasında oldukça başarılı olduğunu söylemiştir (Hazar ve Çetin, 2009, s. 353). Bernard Cecil Cohen ise, 1963 yılında yazdığı "The Press and Foreign Policy" adlı çalışmasında, basının daha çok insanlara ne hakkında düşünceleri konusunda başarılı, ancak konuları nasıl düşünceleri gerektiği konusunda başarısız olduğunu ileri sürmüştür (Cohen'den akt. Agee, Ault ve Emery, 1991, s. 52).

Gündem kurma kuramının temel çalışması olarak 1972 yılında sahanın önemli dergilerinden "Public Opinion Quarterly"de, Maxwell McCombs ve Donald Shaw'ın (1991) "Medyanın Gündem Kurma Fonksiyonu" adlı makaleleri yayınlanmıştır. Çalışma, The National Association of Broadcasters ile UNC Institute for Research in Social Science ve The School of Journalism Foundation of North Carolina'nın ek destekleriyle yapılmıştır (McCombs ve Shaw, 1991, s. 26).

McCombs ve Shaw'ın (1991) *agenda setting* olarak ortaya koyduğu kavram dilimizde çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Bunlar arasında; “gündem kurma”, “gündem belirleme”, “gündem oluşturma”, “gündem hazırlama”, “gündem koyma”, “gündem koyma ve saptama” ön plana çıkmaktadır (Yüksel, 2007, s. 576). Gündem kurma kuramı, medyanın işlediği gündem maddelerini, kendisini takip edenlerin gündemi haline getirdiğini savunmaktadır. Kurama göre, medyanın temel etkisi okuyucuya/izleyiciye/dinleyiciye konu transferi şeklinde olmaktadır. Medya birçok halde konular hakkında ne düşünüleceği, nasıl tartışılacağı durumlarında çok daha muğlak bir etkiye sahiptir. Etki daha çok kamunun gündemine konuların sokulması şeklindedir. Medya kullanıcıları da kendileri için medya içeriklerinin bir sosyalleşme aracı olması nedeniyle buna ihtiyaç duymaktadırlar. Buluşmalarda, özel ve genel konular kadar medyanın taşıdığı konular da tartışılmakta, bu konularda bilgili olanlar daha çok konuşabilmekte ve bilgilerinden dolayı muhatapları karşısında daha yüksek bir sosyal statüye sahip olabilmektedir. Aynı şekilde medya içeriğine sahip olmak, kolayca konu açmak ve iletişimi başlatmak veya devam ettirmek konusunda da kişiye avantaj sağlamaktadır. Medya gündemini¹ takip etmenin getirdiği diğer bir avantaj bunun kendine güvenini arttırmasıdır. Medya gündemini iyi bildiğinden ilişkilerinde daha güvenli ve güçlü olarak kendini görecektir.

Şekil I. Gündem Kurma Süreci



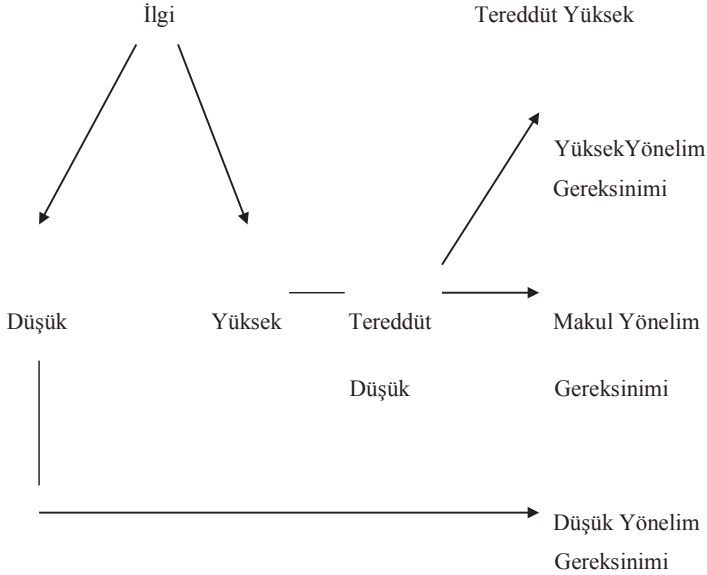
Kaynak: (Shaw ve Martin, 1992, s. 919).

1 Medya gündemi belirli bir zaman dilimi içinde medyada yer alan olaylar ve sorunlar listesi şeklinde tanımlanabilir (Özçaglayan'dan akt. Samadova, 2017, s. 55).

Burada medya tarafından konuların seçimi de konu transferinde önemli etkiye bulunmaktadır. Medya organları, işleyecekleri konuları sahiplerinin veya çalışanlarının özel ilgi ve isteklerine göre seçebilmektedirler. Bunun yanı sıra, aynı zamanda müşterileri olan takipçilerinin dikkatini ve ilgisini çekecek konular üzerinde de durmaktadırlar. Özellikle kamu kuruluşlarına ait olmayan medya organlarında, hitap edilen bireylerin istek ve beklentileri daha fazla ön plana çıkmaktadır. Medya sahiplerinin ve çalışanlarının yapılan yayınlardan gelir elde etmek zorunda olmaları, onların hedef kitlelerinin düşüncelerini daha da önemsemelerine yol açabilmektedir.

Bir süreç şeklinde devam eden gündem kurma haberleri çeşitli aşamalardaki eşik beklileri kanallarıyla kitle iletişim araçlarına ulaşırlar. Öncelikle gazetecilerin eline geçen olay veya meseleler, onların eşik bekliliğiyle belirli bir değişime uğrayarak bireylere iletilirler. Bazen etki doğrudan gazeteciler üzerinden değil, dolaylı olarak gruplar üzerinden gelir. (gruplar kendi gündemlerini medyadan alabilirler ve diğerlerine bunu yayabilirler). Bu durumda gruplar kanaat önderleri gibi hareket edebilirler. Kaldı ki, grupların içinde yer almak isteyen bireyler, onların konuşma konuları hususunda da bilgi sahibi olmak isteyeceklerdir. İlgili gruplar dışında kalanlar tarafından üretilen gündemler, medya dışında karşılaşılan olaylar ve meseleler ya da kişilerarası iletişim sonucu elde edilen gündemler de yine bireylerin gündemi üzerinde bozucu etki yapabilirler. Bütün bu sistemlerin bir karışımı olarak kişinin gündemi belirlenir ve buna uygun bir davranış çıkması beklenir.

Şekil 2. Yönelim Gereksinimi



Kaynak: (Weaver, 1991, s. 131).

Gündem kurmanın başarılı olabilmesi için Weaver (1991), iki faktör (enformasyona ilgi ve tereddüt) üzerinde durmaktadır (s. 132-133). Öncelikle enformasyona karşı takipçilerinin ilgilerinin ve konuyla ilgili tereddütlerinin yüksek olması gereklidir. Enformasyona ilgi ve tereddüt yüksek olduğunda yüksek yönelim gereksinimi oluşmakta ve medyanın gündem kurma etkisi artmaktadır. İlginin yüksek olduğu fakat tereddüdün düşük olduğu durumlarda ise daha yumuşak bir etkiden, dolayısıyla makul yönelim gereksiniminden söz edilebilmektedir. Düşük ilgi ve düşük tereddüt, düşük yönelim gereksinimine yol açmaktadır. Böylece gündem kurmanın gerçekleşmesi zorlaşmakta, bireyler kendi gündemleri içinde kalmaktadır.

Medya takipçileri tarafından iyi bilinmeyen ve üzerinde bir kanaat oluşmuş durumlarla ilişkilendirilmeyen/ilişkilendirilemeyen bir konu seçildiğinde etki oranı artmaktadır. Konu bilinmediğinde ve medya tarafından başka herhangi bir konuya atıfta bulunulmadığında ön yargılar azalmakta ve kabul olasılığı artmaktadır. Kaldı ki bu tip konular toplum tarafından fazla bilinmediğinde, bu bilgiyi elde eden kişinin en azından o konuyla ilgili bir kamuoyu önderi niteliğine ulaşma ihtimali de artmaktadır. Ancak konu hakkında takipçinin herhangi bir bilgi sahibi olmaması bazı zamanlarda takipçinin konuya ilgisini azaltacağından yönelim gereksinimindeki düşmeden dolayı gündem kurmanın aleyhine işleyebilir.

Konunun bilinirliği ve takipçiler için öneminden dolayı Hawthorne (1993), medya gündemi ile kamu gündemi arasındaki doğrudan ilişkisinin, geniş kitlelerin endişe kaynağı olan enflasyon ve hayat pahalılığı gibi konularda daha güçlü bir şekilde ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Aynı şekilde terör, depresyon, sel gibi afetler de önemli gündem kurma konuları arasındadır (s. 81).

Gündem kurmanın geçerliliği konusunda halen bazı tartışmalar devam etmektedir. Bunlar içinde, medyanın kendi hedef kitesinin merak ettiği ve ilgilendiği konuları incelemesinin aslında kamu gündeminin medya gündemine taşınması, öncelikli olarak medya gündeminin aslında kamu gündeminden etkilenmesi sorunsalı dikkat çekmektedir. Dolayısıyla bazı durumlarda etkinin yönü ters yönlü olarak işleyebilmektedir. Gerek gelir elde etme ve sosyal prestiji artırma gerekse okunurluğu/izlenirliği/dinlenirliği artırma gayesi, medya organlarının kamu gündemine uygun yayın yapmalarını, onlardan etkilenmelerini sağlayabilmektedir.

Özellikle konular, bireyler için eşit önemlere sahip değildir. Dolayısıyla konu karşılaştırmalarında önem ortaya çıkartılmadığından değerlendirmelerde bulunmak, bazı problemlere yol açmaktadır. Gündem kurma tezi genellikle iki farklı araştırma usulüne dayalıdır. Medya gündemini ölçmek için içerik çözümlemesi, kamu gündemini ölçmek için ise anket yöntemi kullanılır. Dolayısıyla iki farklı yöntemin karşılaştırılmasından elde edilecek olan verilerin ne derecede geçerli sonuçlar vereceği tartışılmaktadır (Hazar, 2002, s. 56).

Bir başka tartışma konusu ise etkinin süresiyle ilgilidir. Medya gündeminde yer alan bir konunun ne kadar süre içinde kamunun gündemi haline geleceği konusunda birkaç günden birkaç haftaya, hatta birkaç aya kadar süreler verilebilmektedir (Alemdar ve Erdoğan, 2010, s. 162). Bu süreler, kitle iletişim aracının ne olduğundan konjonktürün yoğunluğuna, medyaya ilgiden ülkelerin sosyal ve kültürel yapılarına kadar birçok faktöre göre değişebilmektedir.

Saha Çalışması

Yukarıda çerçevesi çizilen gündem kurma kuramından hareketle, Kırgızistan özelinde gündem kurmanın etkisi üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında, Kırgızistan'da gündem kurma işlevinin test edilebilmesi için 800 kişi üzerinde anket yapılmıştır. Anket çalışması Bişkek Şehrinde yerleşik olan reşit kişilere uygulanmıştır. Tesadüfi örnekleme yapılan araştırmada Bişkek İl Merkezindeki bireyler hedef olarak alınmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği ile yapılan anketlerde Bişkek'in başkent olması, ülkenin her yerinden göç alması ve kozmopolit yapısından dolayı Kırgızistan evrenini temsil ettiği düşünülmektedir. Çalışma sonucu elde edilen veriler SPSS 16 programı ile değerlendirilmiştir.

Elde edilen sonuçlar normallik testlerine tabi tutulmuştur. Normallik testlerinde, normal dağılımını test etmenin yollarından birisi çarpıklık ve basıklık değerlerinin ölçülmesidir ('Normal Dağılım', s. 2). Yapılan test sonucunda elde edilen 'Skewness' ve 'Kurtosis' değerleri, Tabachnic ve Fidell² ile George ve Mallery'nin³ öngördüğü değerler içinde yer aldığından, normallik sağlanmıştır. Dolayısıyla elde edilen veriler Frekans değerlerinin yanı sıra Pearson Chi-Square ve ANOVA testine tabi tutulmuştur.

2 Tabachnic ve Fidell (2013) normallik değerlerini - 1.5 ile +1.5 arasında görmektedir.

3 George ve Mallery (2010) ise değerleri - 2 ile +2 aralığına kadar esnetebilmektedir.

Normallik Testi

			Statistic	Std. Error
Kitle İletişim Araçlarının Gündeme Getirdiği Konular	Mean		3,0738	,07822
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	2,9202	
		Upper Bound	3,2273	
	5% Trimmed Mean		2,9153	
	Median		2,0000	
	Variance		4,894	
	Std. Deviation		2,21234	
	Minimum		1,00	
	Maximum		8,00	
	Range		7,00	
	Interquartile Range		1,00	
	Skewness		1,436	,086
	Kurtosis		,638	,173
Hangi Konunun Tartışıldığı	Mean		4,8150	,12656
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	4,5666	
		Upper Bound	5,0634	
	5% Trimmed Mean		4,6833	
	Median		3,0000	
	Variance		12,814	
	Std. Deviation		3,57971	
	Minimum		1,00	
	Maximum		11,00	
	Range		10,00	
	Interquartile Range		6,00	
	Skewness		,683	,086
	Kurtosis		-1,052	,173
İlk Çözülmesi Gereken Sorun	Mean		4,1800	,10474
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,9744	
		Upper Bound	4,3856	
	5% Trimmed Mean		4,0597	
	Median		4,0000	
	Variance		8,776	
	Std. Deviation		2,96244	
	Minimum		1,00	
	Maximum		11,00	
	Range		10,00	
	Interquartile Range		5,00	
	Skewness		,603	,086
	Kurtosis		-1,031	,173

Sosyo-Ekonomik ve Demografik Özellikler

Gerçekleştirilen anket çalışmasında 'Yaş', 'Cinsiyet', 'Eğitim Durumu', 'Aylık Gelir', 'Meslek' soruları sorularak, deneklerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Deneklerin %38,8'inin 18-24, %20,4'ünün 25-33, %22,5'inin 34-45, %14,4'ünün 46-59 ve %4'ünün 60 ve üzeri yaşta olduğu görülmektedir.

Yaş	Sayı	Yüzde
18-24	310	38,8
25-33	163	20,4
34-45	180	22,5
46-59	115	14,4
60 ve üzeri	32	4,0
Toplam	800	100

Cinsiyetlerine göre denekler, %56,6 kadın, %43,4 erkek şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	453	56,6
Erkek	347	43,4
Toplam	800	100

Deneklerin eğitim durumları %3,8 ilkokul, %33,8 lise, %59,5 lisans ve %3 lisansüstü şeklindedir.

Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde
İlkokul	30	3,8
Lise	270	33,8
Lisans	476	59,5
Lisansüstü	24	3
Toplam	800	100

Anket yapılan grubun aylık gelirlerine bakıldığında ise; %41,8'i 1.000 – 5.299 som (51 – 270 TL⁴), %23,6'sı 5.300 – 12.599 som (270 – 643 TL), %19,9'u 12.600 – 19.999 som (643 – 1021 TL), %11,3'ü 20.000 – 39.999 som (1021 – 2042 TL) ve %3,5'i 40.000 som ve üzeri (2042 TL ve üzeri) sonuçları ortaya çıkmaktadır.

Aylık Gelir	Sayı	Yüzde
1.000 – 5.299 Som	334	41,8
5.300 – 12.599 Som	189	23,6
12.600 – 19.999 Som	159	19,9
20.000 – 39.999 Som	90	11,3
40.000 Som ve üzeri	28	3,5
Toplam	800	100

Denekler meslekler kategorisinde %21,6 işçi, %6,6 esnaf, %20,1 memur, %24,4 işsiz, %27,3 diğer şeklinde sıralanmaktadır.

4 28 Haziran 2017 Kırgızistan Somu-Türk Lirası Kuru üzerinden hesaplanmıştır.

Meslek	Sayı	Yüzde
İşçi	173	21,6
Esnaf	53	6,6
Memur	161	20,1
İşsiz	195	24,4
Diğer	218	27,3
Toplam	800	100

Gündem Kurma Soruları

Deneklere gerek medya organlarının gündemleri ve gerekse kendi gündemleriyle ilgili sorular sorulmuştur. Konu dahilinde; 'kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular', 'deneklerin hangi konuyu tartıştığı' ve 'ilk çözülmesi gereken sorun', sorulmuş ve eğitim durumu, yaş, cinsiyet bağımsız değişkenleriyle çaprazlanmıştır.

Kitle İletişim Araçlarının Gündeme Getirdiği Konular

Kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular deneklere sorularak, medyanın gündeminin ne olduğu ve nasıl algılandığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmada siyasi konular %47, sosyal ve kültür-sanat konuları %18,6 ekonomik konular ise %14,8 oranında izleyiciler tarafından medyanın gündemi olarak belirtilmiştir. Hedef kitle, medyanın magazin ve dış politikayı çok fazla işlemediğini düşünmektedir.

KİA'ların Gündeme Getirdiği Konular	Sayı	Yüzde
Ekonomi	118	14,8
Siyasi	376	47,0
Sosyal ve kültür-sanat	149	18,6
Dış politika	18	2,2
Magazin	30	3,8
Diğer	109	13,6
Toplam	800	100

Medya gündemi algısı yaşa göre değerlendirildiğinde; 18-24 yaş aralığında olanların %50'si siyaset, %18,7'si sosyal ve kültür-sanat, %14,2'si ekonomi, 25-33 yaş grubundakilerin %42,9'u siyaset, %18,4'ü ekonomi ve %16'sı sosyal ve kültür-sanat, 34-45 yaş grubundakilerin %48,9'u siyaset, %17,8'i sosyal ve kültür-sanat ve %13,9'u ekonomi, 46-59 yaş grubundakilerin %44,3'ü siyaset, %21,7'si sosyal ve kültür-sanat ve %15,7'si ekonomi, 60 ve üzeri yaş grubundakilerin %37,5'i siyaset, %25'i sosyal ve kültür-sanat, %9,4'ü dış politika konularına ağırlık vermektedir. Verilere bakıldığında yaşın ilerlemesiyle siyaset algısında bir düşme görülürken, dış politikada önemli bir yükselişe rastlanılmaktadır.

Kitle İletişim Araçlarının Gündeme Getirdiği Konular (Yaş)		Yaş					Toplam
		18-24	25-33	34-45	46-59	60 ve üzeri	
Ekonomi	Sayı	44	30	25	18	1	118
	Yüzde	14,2	18,4	13,9	15,7	3,1	14,8
Siyaset	Sayı	155	70	88	51	12	376
	Yüzde	50	42,9	48,9	44,3	37,5	47
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	58	26	32	25	8	149
	Yüzde	18,7	16,0	17,8	21,7	25	18,6
Dış Politika	Sayı	5	2	4	4	3	18
	Yüzde	1,6	1,2	2,2	3,5	9,4	2,2
Magazin	Sayı	7	11	9	3	0	30
	Yüzde	2,3	6,7	5	2,6	0	3,8
Diğer	Sayı	41	24	22	14	8	109
	Yüzde	13,2	14,7	12,2	12,2	25	13,6
Toplam	Sayı	310	163	180	115	32	800
	Yüzde	100	100	100	100	100	100

Kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular ve yaşın çaprazlanmasından elde edilen verilerde Pearson Chi-Square testine göre 0,074 değeri ortaya çıkmakta ve ilgili değer 0,05 değerinden büyük olduğundan anlamlı bir farklılıktan bahsedilememektedir.

Kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular ile cinsiyet çaprazlandığında, kadınların %50,3'ü siyaset, %19,9'u sosyal ve kültür-sanat ve %10,8'i ekonomi derken, erkeklerin %42,7'si siyaset, %19,9'u ekonomi ve %17'si sosyal ve kültür-sanat unsurlarını medyanın başat konusu olarak görmektedirler.

Kadınlar siyaset, sosyal ve kültür-sanat ile dış politika konularının medyada yayınlanmasını daha yüksek oranlarda bulurken, erkekler ise ekonomi ve magazini daha fazla görmektedir.

Kitle İletişim Araçlarının Gündeme Getirdiği Konular (Cinsiyet)		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Ekonomi	Sayı	49	69	118
	Yüzde	10,8	19,9	14,8
Siyaset	Sayı	228	148	376
	Yüzde	50,3	42,7	47,0
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	90	59	149
	Yüzde	19,9	17	18,6
Dış politika	Sayı	13	5	18
	Yüzde	2,9	1,4	2,2
Magazin	Sayı	16	14	30
	Yüzde	3,5	4	3,8
Diğer	Sayı	57	52	109
	Yüzde	12,6	15	13,6
Toplam	Sayı	453	347	800
	Yüzde	100	100	100

Kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular cinsiyet ile çaprazlandığında 0,004 Pearson Chi-Square testi değeri ile karşılaşılmakta ve bu değer 0,05 değerinin altında olduğundan anlamlı bir farklılıktan bahsedilebilmektedir.

Eğitim durumuna göre; ilkokul mezunlarında siyaset %36,7, ekonomi ile sosyal ve kültür-sanat %23,3 çıkarken, lise mezunlarında siyaset %43,7, sosyal ve kültür-sanat %19,6, ekonomi %14,1, lisans mezunlarında siyaset %48,5, sosyal ve kültür-sanat %17,6, ekonomi %15,1, lisans üstü mezunlarında ise siyaset %66,7, sosyal ve kültür-sanat %20,8, ekonomi %4,2 şeklinde medyanın en çok vurgu yaptığı konular olarak görülmektedir.

Eğitim durumunun yükselişine göre ekonomik haberlerde bir azalma görülürken, siyaset ciddi bir artış göstermektedir.

Kitle İletişim Araçlarının Gündeme Getirdiği Konular (Eğitim Durumu)		Eğitim Durumu				Toplam
		İlkokul	Lise	Lisans	Lisansüstü	
Ekonomi	Sayı	7	38	72	1	118
	Yüzde	23,3	14,1	15,1	4,2	14,8
Siyaset	Sayı	11	118	231	16	376
	Yüzde	36,7	43,7	48,5	66,7	47,0
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	7	53	84	5	149
	Yüzde	23,3	19,6	17,6	20,8	18,6
Dış Politika	Sayı	1	6	11	0	18
	Yüzde	3,3	2,2	2,3	0	2,2
Magazin	Sayı	0	8	22	0	30
	Yüzde	0	3	4,6	0	3,8
Diğer	Sayı	4	47	56	2	109
	Yüzde	13,3	17,4	11,8	8,3	13,6
Toplam	Sayı	30	270	476	24	800
	Yüzde	100	100	100	100	100

Kitle iletişim araçlarının gündeme getirdiği konular ile eğitimin çaprazlanmasından 0,352 Pearson Chi-Square değeri ortaya çıkmaktadır. İlgili değer 0,05 güvenilirlik değerinin üzerinde gerçekleştiğinden anlamlı bir farklılıktan bahsedilememektedir.

Deneklerin Hangi Konuyu Tartıştığı

Deneklerin gündemlerinin ortaya çıkarılması için hangi konuyu tartıştıkları kendilerine sorulmuştur. Anket sonucunda en çok kültürel/sosyal konuların tartışıldığı (%31,8), bunu sırasıyla ekonomi (%18,6), siyaset (%10,9), sosyal ilişkiler (%14,5) konularının izlediği görülmektedir.

Deneklerin Hangi Konuyu Tartıştığı	Sayı	Yüzde
Ekonomi	149	18,6
Siyasi	87	10,9
Sosyal ve kültür-sanat	254	31,8
Dış politika	20	2,5
Magazin	35	4,4
Sosyal ilişkiler	116	14,5
Diğer	139	17,4
Toplam	800	100

Yaş kategorilerine göre hangi konunun tartışıldığı karşılaştırıldığında; 18-24 yaş grubunda öncelikle sosyal ve kültür-sanat (%36,1), sosyal ilişkiler (%16,1) ve ekonomi (%11) ortaya çıkmaktadır. 25-33 yaş aralığında sosyal ve kültür-sanat %26,4, sosyal ilişkiler %20,2, ekonomi %16 oranında tartışılmaktadır. 34-45 yaş aralığında ise, sosyal ve kültür-sanatla ekonomik konular aynı oranlara gelmektedir (%28,4). Bunu %13,9'la siyaset izlemektedir. 46-59 yaş grubunda, sosyal ve kültür-sanat ile ekonomik konular aynı oranı göstermektedir (%29,6). Daha sonra siyaset %12,2 ile gelmektedir. 60 yaş ve üzeri grupta, sosyal ve kültür-sanat büyük bir farkla ilk sırada gelirken (%43,8), bunu sosyal ilişkiler %21,9'la, ekonomi ise %12,5'le izlemektedir.

Hangi Konunun Tartışıldığı (Yaş)		Yaş					Toplam
		18-24	25-33	34-45	46-59	60 ve üzeri	
Ekonomi	Sayı	34	26	51	34	4	149
	Yüzde	11	16	28,3	29,6	12,5	18,6
Siyaset	Sayı	27	19	25	14	2	87
	Yüzde	8,7	11,7	13,9	12,2	6,2	10,9
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	112	43	51	34	14	254
	Yüzde	36,1	26,4	28,4	29,6	43,8	31,8
Dış politika	Sayı	9	5	4	2	0	20
	Yüzde	2,9	3,1	2,2	1,7	0	2,5
Magazin	Sayı	22	7	2	2	2	35
	Yüzde	7,1	4,3	1,1	1,7	6,2	4,4
Sosyal ilişkiler	Sayı	50	33	17	9	7	116
	Yüzde	16,1	20,2	9,4	7,8	21,9	14,5
Diğer	Sayı	56	30	30	20	3	139
	Yüzde	18,1	18,4	16,7	17,4	9,4	17,4
Toplam	Sayı	310	163	180	115	32	800
	Yüzde	100	100	100	100	100	100

Hangi konunun tartışıldığı ile yaş soruları çaprazlandığında elde edilen 0,00 değeri 0,05'lik değerden düşük olduğundan Pearson Chi-Square testi açısından anlamlı bir farklılık ileri sürülebilmektedir.

Deneklerin cinsiyetlerine göre genelde yakın değerlerle karşılaşılrken, magazin (kadınlar %5,5 erkekler %2,9) dışında büyük farklılıklar görülmemektedir.

Hangi Konunun Tartışıldığı (Cinsiyet)		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Ekonomi	Sayı	85	64	149
	Yüzde	18,8	18,4	18,6
Siyaset	Sayı	46	41	87
	Yüzde	10,2	11,8	10,9
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	150	104	254
	Yüzde	33,1	30	31,7
Dış politika	Sayı	10	10	20
	Yüzde	2,2	2,9	2,5
Magazin	Sayı	25	10	35
	Yüzde	5,5	2,9	4,4
Sosyal ilişkiler	Sayı	67	49	116
	Yüzde	14,8	14,1	14,5
Diğer	Sayı	70	69	139
	Yüzde	15,5	19,9	17,4
Toplam	Sayı	453	347	800
	Yüzde	100	100	100

Hangi konunun tartışıldığı ile cinsiyet kategorileri çaprazlandığında elde edilen 0,332 Pearson Chi-Square değeri 0,05 değerinden yüksek olduğundan anlamlı bir farklılık ileri sürülememektedir.

Eğitim durumu hangi konunun denekler tarafından tartışıldığı sorusuyla çaprazlandığında, ilkokul grubunda %33,3'le sosyal ve kültür-sanat, %20 ile ekonomi, %13,3'le ekonomi, lise grubunda %31,9'la sosyal ve kültür-sanat, %17,8'le ekonomi, lisans grubunda %31,7 ile sosyal ve kültür-sanat, %18,9'la ekonomi, %13,2'yle siyaset ve lisansüstü grubunda %29,2'yle sosyal ve kültür-sanat, %20,8'le ekonomi, %16,7'yle sosyal ilişkiler gelmektedir.

Hangi Konunun Tartışıldığı (Eğitim Durumu)		Eğitim Durumu				Toplam
		İlkokul	Lise	Lisans	Lisansüstü	
Ekonomi	Sayı	6	48	90	5	149
	Yüzde	20	17,8	18,9	20,8	18,6
Siyaset	Sayı	4	19	63	1	87
	Yüzde	13,3	7	13,2	4,2	10,9
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	10	86	151	7	254
	Yüzde	33,3	31,9	31,7	29,2	31,8
Dış politika	Sayı	0	6	14	0	20
	Yüzde	0	2,2	2,9	0	2,5
Magazin	Sayı	0	16	19	0	35
	Yüzde	0	5,9	4	0	4,4
Sosyal ilişkiler	Sayı	3	47	62	4	116
	Yüzde	10	17,4	13	16,7	14,5
Diğer	Sayı	2	24	32	3	61
	Yüzde	6,7	8,9	6,7	12,5	7,6
Toplam	Sayı	30	270	476	24	800
	Yüzde	100	100	100	100	100

Eğitim durumuna göre hangi konunun tartışıldığı sorusu değerlendirildiğinde elde edilen 0,386 Pearson Chi-Square değeri, 0,05'lik değerin üstünde olduğundan, bunlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu iddia edilememektedir.

İlk Çözülmesi Gereken Sorun

İlk çözülmesi gereken sorun sorusuyla, deneklerin hangi problemin çözümünü daha çok önemstedikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. İlk çözülmesi gereken sorun olarak denekler öncelikle kanundışı eylemler üzerinde durmaktadırlar (%22,5). Ancak ekonomi ve eğitimle ilgili konular (%22,3) hemen arkadan gelmektedir.

İlk Çözülmesi Gereken Sorun	Sayı	Yüzde
Ekonomi	178	22,3
Eğitim	178	22,3
Dış politika	34	4,3
Sağlık	112	14
Din	60	7,5
Kanundışı eylemler	180	22,5
Sosyal ve kültür-sanat	51	6,4
Diğer	7	0,9
Toplam	800	100

İlk çözülmesi gereken sorun sorusu yaşlara göre değerlendirildiğinde; 18-24 grubunda eğitim (%29), kanundışı eylemler (%24,8), ekonomi (%16,8), 25-33 yaş grubunda ekonomi (%25,8), kanundışı eylemler (%22,1), eğitim (%17,2), 34-45 yaş grubunda ekonomi (%28,3), kanundışı eylemler (%20,6), eğitim (%17,2), 46-59 yaş grubunda ekonomi (%20,9), kanundışı eylemler (%19,1), eğitim (%19,1), 60 yaş ve üzeri grupta ekonomi (%28,1), kanundışı eylemler (%25), eğitim (%21,9) öncelikli olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle eğitimin bu kadar yüksek oranlarda teveccüh bulması, eğitime ihtiyacı ve toplumsal bilinci göstermesi açısından ilginçtir.

İlk Çözülmesi Gereken Sorun (Yaş)		Yaş					Toplam
		18-24	25-33	34-45	46-59	60 ve üzeri	
Ekonomi	Sayı	52	42	51	24	9	178
	Yüzde	16,8	25,8	28,3	20,9	28,1	22,2
Eğitim	Sayı	90	28	31	22	7	178
	Yüzde	29	17,2	17,2	19,1	21,9	22,2
Dış politika	Sayı	12	6	11	5	0	34
	Yüzde	3,9	3,7	6,1	4,3	0	4,2
Sağlık	Sayı	39	22	26	19	6	112
	Yüzde	12,6	13,5	14,4	16,5	18,8	14
Din	Sayı	19	17	11	12	1	60
	Yüzde	6,1	10,4	6,1	10,4	3,1	7,5
Kanundışı eylemler	Sayı	77	36	37	22	8	180
	Yüzde	24,8	22,1	20,6	19,1	25	22,5

Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	17	11	12	10	1	51
	Yüzde	5,5	6,7	6,7	8,7	3,1	6,4
Diğer	Sayı	4	1	1	1	0	7
	Yüzde	1,3	0,6	0,6	0,9	0	0,9
Toplam	Sayı	310	163	180	115	32	800
	Yüzde	100	100	100	100	100	100

İlk çözülmesi gereken sorun ve yaş soruları çaprazlandığında elde edilen 0,128 Pearson Chi-Square test değeri 0,05'lik değerden yüksek olduğundan anlamlı bir farklılıktan bahsedilememektedir.

Cinsiyete göre ilk çözülmesi gereken sorun ele alındığında kadınlarda eğitimin (%23,8), kanundışı eylemlerin (%21,6), ekonominin (%19), erkeklerde ise ekonominin (%26,5), kanundışı eylemlerin (%23,6), eğitimin (%20,2) daha ön plana çıktığı görülmektedir.

İlk Çözülmesi Gereken Sorun (Cinsiyet)		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
Ekonomi	Sayı	86	92	178
	Yüzde	19	26,5	22,2
Eğitim	Sayı	108	70	178
	Yüzde	23,8	20,2	22,2
Dış politika	Sayı	22	12	34
	Yüzde	4,9	3,5	4,2
Sağlık	Sayı	68	44	112
	Yüzde	15	12,7	14
Din	Sayı	39	21	60
	Yüzde	8,6	6,1	7,5
Kanundışı eylemler	Sayı	98	82	180
	Yüzde	21,6	23,6	22,5
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	30	21	51
	Yüzde	6,6	6,1	6,4
Diğer	Sayı	2	5	7
	Yüzde	0,4	1,4	0,9
Toplam	Sayı	453	347	800
	Yüzde	100	100	100

İlk çözülmesi gereken sorun ve cinsiyet soruları çaprazlandığında elde edilen 0,036 Pearson Chi-Square test değeri 0,05'lik değerden düşük olduğundan, anlamlı bir farklılığın olduğu ileri sürülebilmektedir.

Eğitim durumu açısından ilk çözülmesi gereken soruna bakıldığında; ilkokul mezunlarında kanundışı eylemler (%40), ekonomi (%23,3) ve eğitim (%13,3), lise mezunlarında eğitim (%23,7), kanundışı eylemler (%21,9), ekonomi (%18,5), lisans mezunlarında ekonomi (%23,7), eğitim (%22,1), kanundışı eylemler (%21,8), lisansüstü mezunlarında ekonomi (%33,3), eğitim (%20,8) ve kanundışı eylemler (%20,8) ilk sıralarda yer almaktadır.

İlk Çözülmesi Gereken Sorun (Eğitim Durumu)		Eğitim Durumu				Toplam
		İlkokul	Lise	Lisans	Lisansüstü	
Ekonomi	Sayı	7	50	113	8	178
	Yüzde	23,3	18,5	23,7	33,3	22,2
Eğitim	Sayı	4	64	105	5	178
	Yüzde	13,3	23,7	22,1	20,8	22,2
Dış politika	Sayı	2	11	21	0	34
	Yüzde	6,7	4,1	4,4	0	4,2
Sağlık	Sayı	2	47	61	2	112
	Yüzde	6,7	17,4	12,8	8,3	14
Din	Sayı	2	20	35	3	60
	Yüzde	6,7	7,4	7,4	12,5	7,5
Kanundışı eylemler	Sayı	12	59	104	5	180
	Yüzde	40	21,9	21,8	20,8	22,5
Sosyal ve kültür-sanat	Sayı	1	17	32	1	51
	Yüzde	3,3	6,3	6,7	4,2	6,4
Diğer	Sayı	0	2	5	0	7
	Yüzde	0	0,7	1,1	0	0,9
Toplam	Sayı	30	270	476	24	800
	Yüzde	100	100	100	100	100

İlk çözülmesi gereken sorun ve eğitim durumu çaprazlandığında elde edilen 0,460 Pearson Chi-Square test değeri 0,05'lik değerden oldukça yüksek olduğundan, anlamlı bir farklılıktan bahsedilememektedir.

Sonuç

Medya, her organik veya inorganik sistem gibi kendi varlığını devam ettirebilmek ve geliştirmek istemektedir. Medya organlarının gelir, prestij gibi girdilere ihtiyacı vardır ve bunlar için de hedef kitlesi üzerinde etkili olması gerekmektedir.

Gündem kurma medyanın en temel etki paradigmalarındandır. Medya organları hedef kitlelerinin gündemine ne derecede etki edebilirse, o derecede başarılıdır ve takip edilir. Bu yüzden medya, her gün seçtiği ve sunduğu materyallerle hedef kitlesinin neyin önemli olduğuna dair algısını etkiler (Atabek, 1998, s. 156-157). Güçlü bir şekilde kendi gündemini oluşturup ortaya koyan medya, hedef kitleyi de etkileyerek, gündemler arasında bir örtüşme sağlamak istegindedir (Tamer Gencer, 2012, s. 44).

Gündem kurma kuramı bize kamu gündemi, medya gündemi ayrımını sunar. Medya kendi gündemini oluştururken hikayeler üreterek, olayları haberleştirerek (veya haberleri olaylaştırarak) aktif bir rol içine girmektedir (Güneş, 2014, s. 4). Medya kuruluşları kendi başlarına gündem oluşturmakla kalmazlar. Çoğu kez başka medya organlarından etkilendiklerinden medyalar arası bir gündem belirlemeden bahsedilebilir (Atabek, 1998, s. 167). Medya gündeminin başka bir kaynağı da hedef kitleleridir. Birçok kez hedef kitlenin gündemi medya gündemini de etkileyebilmektedir.

Kırgızistan'da yerleşik bulunan 800 yetişkin üzerine yapılan anket çalışmasında denekler üzerinde medyanın gündem kurma işlevini belirleyebilmek için onlara, medyanın gündeme getirdiği konular, kendilerinin hangi konuları tartıştıkları ve ilk çözülmesi gereken sorun hakkında sorular sorulmuştur. Yapılan uygulamada, bağımsız değişkenlerden yaş kategorisinde, ANOVA testinde ortaya çıkan medyanın gündeme getirdiği konular algısındaki 0,155 değeri, ilk çözülmesi gereken sorun konusundaki 0,875 değeri %95 güven skalasıyla grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını göstermekteyken; hangi konunun tartışıldığı konusu 0,003'lük değerle anlamlı bir farklılığı ortaya koymaktadır. Yaş kategorisinin özellikle hedef kitlenin kendi gündemi konusunda önemli bir farklılık kaynağı olarak görüldüğü ortaya çıkmaktadır. Ancak algılanan medya gündemi ve ilk çözülmesi gereken sorun konularında temel faktörlerden birisi olarak görülmemektedir.

Yaş skalasına göre, medyanın gündeminde artan yaşla birlikte siyasetin azaldığı; ama sosyal ve kültür-sanat ile dış politika kategorilerinin değerlendirildiği görülmektedir. Medyayı takip edenlerin gündemine bakıldığında ise, özellikle dış politikada önemli bir azalma göze çarpmaktadır. İlk çözülmesi gereken konu yaş skalasına göre, sağlık ve ekonomi konularında bir artış görülmektedir.

Cinsiyet kategorisinde her üç konuda da (medyanın gündeme getirdiği konular 0,989, hangi konunun tartışıldığı 0,337, ilk çözülmesi gereken sorun 0,746) t testine göre %95'lik güven skalasıyla anlamlı bir farklılığı göstermemektedir. Cinsiyet her ne kadar en önemli değişkenlerden birisi olsa da özellikle Kırgızistan coğrafyası için istatistiksel olarak belirleyici bir nitelik taşımamaktadır.

Medyanın gündemi konusunda kadınlar, medyanın siyaset, sosyal ve kültür-sanat ile dış politika konularında daha fazla haber yaptıklarını söylerken, erkekler ise ekonomi ve magazin üzerinde durmaktadırlar. Hedef kitlenin gündemlerine bakıldığında, cinsiyet faktörü önemli bir değişken gibi görünmemektedir. Elde edilen sonuçlar birbirine yakındır (magazin ve dış politika dışında). İlk çözülmesi gereken konuda ise kadınlar eğitim, dış politika, sağlık, din ile sosyal ve kültür-sanat konularını ön plana getirirlerken; erkekler ekonomi ve kanundışı eylemler üzerinde durmaktadırlar.

Eğitim durumunda da benzer sonuçlarla karşılaşmakta (medyanın gündeme getirdiği konular 0,238, hangi konunun tartışıldığı 0,205, ilk çözülmesi gereken sorun 0,519) ve ANOVA testinin %95 güven skalasıyla gruplar arasında anlamlı bir farklılığı ortaya koymamaktadır. Eğitim skalası Kırgızistan'da gruplar arasındaki farklılığı arttıran temel bir özellik olarak ortaya çıkmamaktadır.

Eğitim durumunun yükselmesine koşut olarak, ekonomi ve dış politika konularının vurgulanması azalırken, siyasette önemli bir artış görülmektedir. Kamu gündemine bakıldığında, eğitim durumunun önemli bir etkide bulunmadığı, hemen hemen bütün grupların benzer konular üzerinde durduğu ortaya çıkmaktadır. İlk çözülmesi gereken konu konusunda, eğitim durumunun artmasıyla birlikte kanundışı eylemler hususunda düşüş, din hususunda ise artış görülmektedir.

Algılanan medya gündemi olarak frekans değerlerinde, ilk sırada siyasi konular (neredeyse yarıya yakın oranda), ikinci sırada sosyal ve kültür-sanat, üçüncü sırada ekonomi, dördüncü sırada magazin, beşinci sırada ise dış politika gelmektedir. Deneklerin hangi konuyu tartıştığı sorulduğunda ise ilk sırada sosyal ve kültür-sanat, ikinci sırada ekonomi, üçüncü sırada sosyal ilişkiler, dördüncü sırada siyaset, beşinci sırada magazin ve altıncı sırada dış politika gelmektedir. Dolayısıyla algılanan medya gündemi ile bireylerin gündemlerinin sıralamaları arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. İlk üç gündem sıralaması bile birbirlerini tutmamaktadır.

Medya Gündemi	Kamu Gündemi
1. Siyaset	1. Sosyal ve kültür-sanat
2. Sosyal ve kültür-sanat	2. Ekonomi
3. Ekonomi	3. Sosyal ilişkiler
4. Magazin	4. Siyaset
5. Dış politika	5. Magazin

Frekans değerleri açısından medyanın algılanan gündemi olarak; ilk üç sıra %47 ile siyaset, %18,6 ile sosyal ve kültür-sanat, %14,8 ile ekonomi şeklinde sıralanırken, deneklerin gündemi olarak; %31,8 ile sosyal ve kültür-sanat, %18,6 ile ekonomi ve %14,5 ile sosyal ilişkiler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla insanların algıladıkları medya gündemi ile kendi gündemleri arasında sıralamada ve oransal açıdan önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Elde edilen verilerle, medyanın kendisini takip edenlerin gündemi üzerinde çok etkili olamadığı görülmektedir. Bunun gerekçeleri arasında Kırgızistan'ın coğrafi konumu, tarihsel ve sosyal değerleri ile medya sistemi gibi sebepler sayılabilir.

Çin, Tacikistan ve Özbekistan tarafından çevrili bulunan Kırgızistan, bölgesel sıkıntıların çok fazla olmadığı, karışıklığın az olduğu bir ülkedir. Komşu ülkelerin Kırgızistan'ın toprak bütünlüğüne karşı olumsuz tavırları çok fazla görünmemektedir. Komşuluk ilişkileri belirli kurallar çerçevesinde devam etmektedir. Ancak Çin'in Kırgızistan'la ilgili bazı olumsuz niyetlerinin olabileceği endişesi olsa da, özellikle Rusya ile ilişkilerin yoğunluğu ve daha önceden Rusya'yla Sovyetler Birliği çatısı altında bir arada yaşamalarından dolayı kendilerini güvende hissetmektedirler. Kırgızistan'da, ülkenin içinde bulunduğu konjonktürel yapı son derece sakindir. İç siyasi yapıda insanlar belirgin olarak birbirlerinden ayrışmamıştır. Seçim dönemlerinde bile adayların yıkıcı ve tahrip edici kampanyalarına çok fazla rastlanmamaktadır. 2007 verilerine göre Kırgızistan'da 5,2 milyon kişi yaşamaktadır. Halkın %64,5'i Kırgız, %14'ü Özbek, %12,5'i de Ruslardan oluşmaktadır. Ancak günümüzde özellikle Rus nüfusun önemli oranda azaldığı bilinmektedir. Dolayısıyla ülkenin çoğunluğunu Kırgızlar oluşturduğundan baskın bir Kırgız kültürü hakimdir. Ancak şehir ve taşra arasında önemli farklılıklara rastlanabilmektedir. Eğitimli insanların oranı yüksektir. Okuma yazma bilenlerin oranı %98 olan Kırgızistan'da nüfusun az olmasına rağmen 60 civarında üniversite bulunmaktadır. İnsanlarının büyük çoğunluğu birkaç dil bilmektedir (Kırgızca ve Rusça resmi dildir).

Sosyal olarak da dini bayramlar, milli bayramlar, yaş günü, sevgililer günü, kadınlar günü, erkekler günü gibi belirli tarihlerde insanlar mutlaka sevdikleriyle birlikte dışarıda büyük

topluluklar şeklinde yemek yiyerek ve eğlenerek vakit geçirmektedir. Kırgız halkının eve kapalı bir yaşam sürmüyor oluşu, kitle iletişim araçlarını takip etme oranlarının düşmesine yol açmaktadır. Kırgızistan'da yaşamın genellikle olağan ve dengeli devam etmesi, insanların kendi işleriyle ve aileleriyle ilgilenmeleri, kültürel çeşitliliğin ve sosyalleşme imkânlarının zenginliği gibi nedenlerle, kitle iletişim araçlarının mesajlarına ilginin düşük olduğu görülmektedir.

Yönelim gereksiniminin düşüklüğünün sebeplerinden birisi de ülkenin kitle iletişim araçlarıyla ilgili durumudur. Basının yapısına bakıldığında, devlet destekli resmi gazeteler ile özel ticari kuruluşlar tarafından çıkarılan gazeteler görülmektedir. Devlet destekli olan gazetelerin editörleri Cumhurbaşkanı tarafından atanırken, özel kuruluşlar 2000'lerin başlarında hem merkezi hem de yerel bölge idarelerinin kontrolünde bulunmaktaydı (Mambetaliev'den akt. Çakın, 2017, s. 78). Ancak günümüzde bu kontroller azalmış bulunmaktadır. Siyasi ve güncel olarak yayın yapan gazetelerin yanında tematik konulu yayınlara da rastlanmaktadır. Sovyetler Birliği döneminde kadınlara yasak olan dini yayınlar, sağlık, kültür, reklamcılıkla ilgili gazeteler ile siyasi kuruluşlarla, sivil toplum örgütlerinin çıkardığı gazeteler yayın hayatında önemli yer tutmaktadır (Tümönbayev'den akt. Çakın, 2017, s. 78). Daha önce Sovyetler Birliği döneminde günlük olarak yayınlanan gazetelerin, bu kuruluşların ekonomik durumlarının kötü olması ve yetmişmiş eleman sıkıntısından dolayı haftanın belirli günlerinde bir veya iki kez, hatta bazı bölgelerde aylık olarak yayımlandığı görülmektedir (Çakın, 2017, s. 79). Büyük yayınevleri ve matbaalar devletin elindedir. Kitap sektöründe Kırgızca yayınlara az rastlanırken, çoğunluğu Rusçadır. 1957 yılında yayına başlayan televizyon ve radyo sektöründe ise sınırlı sayıda Kırgızca yayına rastlanmaktadır (Yoğurtçu, Narmamatova ve Ünal, 2012, s. 485). İzleyicilerin ve dinleyicilerin önemli bir kısmı Rus televizyon ve radyolarını takip etmektedirler.

Yukarıda bahsedilen konulardan yola çıkılarak, Kırgızistan halkının yönelim gereksiniminde genel bir düşüklükten ve buna bağlı olarak medyanın gündem kurma etkisinin azlığından söz etmek olasıdır. Kaldı ki, medyanın etkisine daha fazla maruz kalan, bunu önemseyen kişi ve gruplarda bile ilgi oluşmakta; ancak tereddüt düşük oranda ortaya çıkmakta ve elde edebileceğimiz sonuç en fazla makul yönelim gereksinmesi olmaktadır. Bu etki de gündem kurma kuramını oldukça sınırlandırmaktadır. Dolayısıyla Kırgızistan örneğinde medyanın ve mesajlarının etkinliği zayıflamaktadır.

Kaynaklar

- Agee, W. K., Ault, P. H., & Emery, E. (1991). *Introduction to mass communications*. U.S.A.: Harper Collins Pub.
- Atabek, N. (1998). Gündem belirleme yaklaşımı, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7, s. 155-174.
- Çakın, Ö. (2017). Post Sovyet Kırgızistan'da yerel gazeteler ve sorunları, *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), s. 76-87.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar K. (2010). *Öteki kuram*. 3. Baskı. Erk Yay.
- George, D. ve Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update*. Boston: Allyn & Bacon.
- Güneş, A. (2014). Gündem belirleme teorisi bağlamında 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin basında sunumu: AKP ve CHP örneği, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 4(2). s. 1-15.
- Hawthorne, M. R. (1993). The media, economic development and agenda setting. R. J. Spitzer (Ed.). *Media and public policy* (s. 81-99). Westport, CT: Praeger.
- Hazar, Ç. M. (2002). Medyanın sosyolojik işlevlerinden gündem kurma, *İletişim Dergisi*, 16, s. 47-69.
- Hazar, Ç. M. ve Çetin M. (2009). Kitle iletişimin gündem kurma fonksiyonu: 1. ve 4. sınıf üniversite kız öğrencileri üzerine bir saha çalışması. B. Baytekin, F. Fidan, G. Hazer, D. Aygün, N. Yıldırım, M. Hayır ve F. Şimşek (Ed.), *Sakarya Üniversitesi Uluslararası-Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi, 05-07Mart 2009, Kongre Bildirileri II. Cilt* (s. 352-359).
- Lippmann, W. (1991). Public opinion. D. L. Protess ve M. McCombs (Ed.), *Agenda setting: Readings on media, public opinion, and policymaking* (s. 5-15). New York: Routledge.
- McCombs, M. ve Shaw, D. (1991). The agenda-setting function of mass media. D. L. Protess ve M. McCombs (Ed.), *Agenda setting: Readings on media, public opinion, and policymaking* (s. 17-26). New York: Routledge.
- Normal Dağılım. *Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri*. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/1382/mod_resource/content/2/B9_Normal%20Dağılım.pdf
- Samadova, V. (2017). Siyasal iletişim ve medya, *Ayrıntı Dergisi*, 5(50), s. 55-60.
- Shaw, D. L. ve Martin S. E. (1992). The function of mass media agenda setting, *Journalism Quarterly*, 69(4), s. 902-920. <https://doi.org/10.1177/107769909206900410>
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson Education.
- Tamer Gencer, Z. (2012). Medyanın gündem oluşturma sürecinde sosyal entropinin rolü üzerine uygulamalı bir çalışma (Yayımlanmamış doktora tezi). <http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1202/325811.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Weaver, D. H. (1991) Political issues and voter need for orientation. D. L. Protess ve M. McCombs (Ed.), *Agenda setting: Readings on media, public opinion, and policymaking* (s. 131-139). New York: Routledge.
- Yoğurtçu, G., Narmamatova, T. ve Ünal, U. (2012). Ulusal kimlik ve dil sorunsalı çerçevesinde Kırgızistan medyası. 2. *Uluslararası İletişim Sempozyumu (Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm, 2-4 Mayıs 2012* (s. 457-485). Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E. (2007). “Kamuoyu oluşturma” ve “gündem belirleme” kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır?, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), s. 571-586.



İmajın Kurumsal İtibara Etkisi: Giresun Belediyesi Örneği

The Impact of Image on Corporate Reputation: The Case Of Giresun Municipality

Hasan GÜLLÜPUNAR*
Tuba TEKME**

Öz

Kurumun çevresi tarafından algılanış biçimi gösterilen davranış, üretilen ürün ya da hizmet ve bu süreçte hedef kitlelerle kurulan iletişime dayalı olarak oluşmaktadır. Bu kaynak ve alıcı arasında aktif olarak gerçekleşen iletişimin bir sonucudur. Aynı zamanda bu algıda geçmiş ve geleceğin izleri vardır. Geçmişte farklı sebeplerle kurum ve hedef kitleleri arasında kurulan etkileşime dayalı olarak gelişen toplam algı ve bunun gelecekle ilgili beslediği duygu kurumsal çıktılara bakışı etkilemektedir. Dolayısıyla bir kurumla ilgili çevresi tarafından iki tür algı tanımlanabilir. Bunlardan ilki; davranış, ürün ya da hizmet nedeniyle gerçekleşen aktif iletişim sürecine bağlı tanımlanan algıdır. İkincisi ise ilk algının arka planında önemli bir etken olan ancak bu ilk algıdan da beslenen geçmişe ve geleceğe dönük bir algıdır. Bunlar literatürde imaj ve itibar olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma belediyelerin personel, başkan ya da hizmetlerle ilgili vatandaşta bıraktığı izlenimlerin belediyeye ilgili oluşan genel algıya etkisini ele almaktadır. Bu bağlamda Giresun Belediyesiyle ilgili Giresun il merkezinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada Giresun Belediyesinin başkan ve personele dayalı temsil gücü ve hizmetleriyle ilgili imaj faktörleri belirlenmiş ve bu faktörlerin Giresun Belediyesinin genel algısına etkisi incelenmiştir. Araştırmada imaj faktörlerinin belediyenin genel algısının önemli bir açıklayıcısı olduğu ve genel algı üzerindeki en büyük etkenin başkan faktörü olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İmaj, İtibar, Yerel Yönetim, Belediye, İtibar Yönetimi.

Abstract

The perception of a corporation by its environment is based on the presented conducts, produced service or product, and established communication with the target group in this process. This is the result of active communication between the source and the recipient. At the same time, there are marks of the past and the future in this perception. Both the total perception that has developed based on

* Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kayseri, Türkiye, hgullupunarceriyes.edu.tr.

** Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, t.tekmen@msn.com.

the interaction between the corporation and target groups for different reasons in the past, and the emotion that this interaction creates in relation to the future affect the outlook on the corporate outputs. Therefore, two types of perception can be defined by the environment of an institution. The first is a perception that is defined by the active communication process based on corporate behaviour, product, or service. The second is a perception that is an important factor in the background of the first perception and at the same time it is related to the past and the future which is affected from the first perception. These are defined in the literature as image and reputation. This study inquires into the effect of the citizens' impressions provided by the municipalities in terms of the president, staff or services on the general perception of the municipalities. In this context, a survey was conducted in Giresun city centre regarding Giresun Municipality. In the research, image factors related to municipality services and the power of representatives of Giresun Municipality based on the president and the staff were determined and then the effect of these factors on Giresun Municipality's general perception was examined. In the study, it was concluded that the image factors are important explanations of the general perception of the municipality and the biggest factor on the general perception is the mayor factor.

Keywords: Image, Reputation, Local Government, Municipality, Reputation Management.

Giriş

İletişim teknolojileri yüz yüze işleyen bir süreç olan iletişimin kitlesel ve teknik bir boyuta taşınmasına imkân tanımaktadır. İletişim teknolojilerindeki her yeni gelişmeyle birlikte iletişimin kitlesellik özelliği güçlenmektedir. Ancak internet teknolojisi hem kitlesel hem de bireylerarası iletişimin teknik bir mecrada gerçekleşebileceğini göstermektedir. Özel bir mesajlaşma uygulaması kullanılmamışsa internet ortamında paylaşılan içerikler kitlesel bir özellik taşımaktadır. Dolayısıyla özellikle kitlesel iletişim açısından iletişim anında yaşanan ve iletişim sürecine etki eden birçok faktör, mesajın kaynağının alıcı tarafından o anki görünüşle algılanmasına neden olmaktadır. Bu da, bir nesne, bir birey ya da bir kurumsal yapıyla ilgili zaman içerisinde birçok farklı algının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bakımdan alıcının kaynakla ilgili her bir iletişim eylemine ilişkin algısı ile bu algıların toplamından oluşan yeni algının kavramsallaştırılmasında bir farklılaşma söz konusudur. Diğer bir ifadeyle bu anlamda iki farklı kavramsallaştırma ihtiyacı doğmaktadır. Literatürdeki tanımları bakımından bu kavramların biri imaj diğeri ise itibardır.

İtibar kavramının literatürdeki İngilizce karşılığı “reputation” kelimesidir. İtibarın kelime anlamı Merriam Webster’da “a) genelde insanlar tarafından yargılanan veya görülen karakter veya toplam kalite, b) bazı yetenek ve karakterlerin diğer insanlar tarafından onaylanması, c) iyi bir ün-şöhret olarak kamunun takdirindeki veya zannındaki bir yer” olarak tanımlanırken (definition of reputation, 2018); imaj ise “ a) bir varlık veya kişiye ait biçimin yeniden üretimi ya da imitasyonu, b) lens veya ayna gibi görsel ya da elektronik bir araçla üretilen bir nesnenin görsel kopyası, c) bir şeyin görsel temsili, d) tam benzerlik, e) maddi ve görünür bir temsil, f) bir şeyin izlenimi ya da zihinsel resim” olarak tanımlanmaktadır (definition of image, 2018). Türk Dil Kurumu Sözlüğüne bakıldığında ise itibar: köken olarak, “ar” kelimesinden gelmekte ve a)

saygınlık, b) borç ödemede güvenilir olma durumunu (itibar, 2018); imaj kavramı a) imge, b) görüntü anlamlarını taşımaktadır (imaj, 2018).

İtibar algısal bir tanımlama ile ilgilidir. Dolayısıyla itibar soyut bir değeri ifade etmektedir (Karaköse, 2012, s. 3). Geniş bir izler kitle için meşruluk ve kabul edilebilirliğin bir değeri olan (Griffin, 2014, s. 2) itibar, kurumsal açıdan bakıldığında işletmenin geçmiş ve geleceğe dönük eylemlerine dayalı inançların bir toplamadır (Ponzi vd., 2011, s. 30). Kurumun performansıyla ilgili çeşitli paydaşların toplam algısını tanımlayan kolektif bir inşadır. Kolektif performans çok yönlü bir inşa olduğu için, itibar bireysel olarak her bir paydaşın kurumun performansıyla ilgili algısını yansıtan çok yönlü bir kavramdır (Fombrun vd. 2000, s. 242). Dolayısıyla itibar, bir kurumda ne yapıldığı ve nasıl yapıldığına odaklanan paydaşların birçok faktörün etkisiyle oluşan algılarını içermektedir (Göksel, 2010, s. 119). Diğer bir ifadeyle, bir kurumun mevcut faaliyet, eylem, ürün ve hizmetleri hakkındaki beklenti ve tepkileri; geleceğe dönük beklentileri ve geçmişin yansımalarını içermektedir (Okay ve Okay, 2007, s. 378).

Hedef kitlenin şirket ya da birey için tanımladığı bir algı (Griffin, 2014, s. 2) olan itibar, kurumun sosyal bir sürece bağlı olarak hem iç hem de dış hedef kitleleri tarafından kabul görülmesini ifade etmektedir (Karatepe, 2008, s. 78; Yener ve Ergun, 2014, s. 10). Dolayısıyla itibar, bir kurumun eylemlerine sağlanacak toplumsal destek ya da bu eylemlerin toplumsal meşruiyeti açısından önem taşımaktadır. Örneğin yapılan bir araştırmada itibar değeri düşük olan işletmelerin yaptıkları sosyal sorumluluk çalışmasının gerekçesini firmanın kendi çıkarını devre dışı bırakarak yalnızca toplumun menfaatlerini önemsemek olarak açıkladıklarında, yapılan sosyal sorumluluk çalışmasının beklendiği gibi olumlu bir algı oluşturmadığı sonucuna varılmıştır (Kim, 2014, s. 840). Benzer diğer bir çalışmada düşük bir itibara sahip olan işletmenin sosyal sorumluluk çalışmalarının kurumsal riyakarlık olarak algılanabileceği kanaatine varılmıştır (Shim ve Yang, 2016, s. 68).

Bir kurumun dışarıya yansıyan bir görüntüsü (Göksel, 2010, s. 133) olarak kazanılan bir algı olan (Engin, 2014, s. 5) imaj ise itibar konusunda da belirleyici bir kavramdır (Peltekoğlu, 2016, s. 582). Marconi'ye göre (2002, s. 70) kurumun görünüş şekli ve yaptıkları imajı oluşturmakta; imaj da, zaman içerisinde itibarı yaratmaktadır (Peltekoğlu, 2016, s. 581). Dolayısıyla itibar, iletişim sürecine kaynağın doğrudan aktif bir eylemle müdahil olmadığı ancak uzun süreçte gösterdiği duruşu ve eylemleri nedeniyle hedef kitle zihninde oluşan genel bir algıya karşılık gelmektedir. İmaj ise kuruma bir kimlik kazandırma çabası (Akdağ, 2010, s. 165) olarak kaynağın aktif eylemleriyle gelişen iletişim sürecinde oluşan bir algıdır (Güllüpunar, 2017a, s. 1649)

Kurumsal açıdan bakıldığında itibarın yönetilmesi, önemli bir kurumsal stratejiyi ifade etmektedir. İtibar yönetimi kurumsal açıdan yeni bir üretim, harcama ya da icat değildir. Kurumsal işleyişte itibarın gündeme alınması işidir (Kadıbeşegil, 2013, s. 125). Dolayısıyla kurumsal itibar; üretimden satışa, kurumun görsel göstergelerinden çevresiyle yürüttüğü ilişkilerine kadar geniş bir alanda anlam bulmaktadır. Kurumsal itibarın yönetilmesi demek; bu geniş alanı kapsayacak bir yönetsel bakış açısının oluşmasını gerekli kılmaktadır (Güllüpunar, 2017b, s. 90).

Bir kurumun sergilediği davranışlar, zaman içerisinde yavaş yavaş hedef kitle zihninde yer eder ve kurumun çıktılarında onların verecekleri tepkide önemli bir referans haline dönüşür (Alniacık vd., 2010, s. 96). Dolayısıyla itibar değeri arttıkça kurumun hareket alanı daha genişlemekte ve kolaylaşmaktadır. Çünkü itibarlı bir kurum rekabette hep bir adım öndedir. Müşterileri tarafından çok çabuk bir şekilde affedilebilmektedir (Acar, 2012, s. 14). Diğer bir anlatımla itibarın kuruma sağladığı faydaları; rakiplere karşı rekabet sağlamasında, kriz ya da durgunlukların kolay ve en az zararla atlatılmasına sağladığı katkıda, kurumun pazarlama faaliyetlerine kazandırdığı avantajlarda, nitelikli iş gücünün kuruma kazandırılmasında ve uzun vadeli bir finansal performansın oluşmasında aramak gerekir (Sabuncuoğlu, 2010, s. 95-98). Bu bakımdan seçimle yönetim kadroları belirlenen ve bu yüzden kurumun yönetim kadrolarının belirlenmesinde yoğun bir rekabetin yaşandığı belediyelerde, vatandaşın yönetim kadroları nezdinde kuruma karşı beslediği iyi niyet, belediye faaliyetlerinin meşruiyeti açısından büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla yönetim sürekliliği ve bir kamu kurumu olan belediyeye vatandaşların güvenlerinin devamı açısından belediyelerde itibar konusunun toplam bir değer olarak ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışma Giresun Belediyesi örneği üzerinden belediyelerin mevcut iletişiminin uzun vadede belediye algısı üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Belediyenin vatandaşa yansıyan farklı parametrelerdeki görevlerini yerine getirirken oluşan iletişim alanına bağlı olarak tanımlanan belediye algısının belediyenin uzun vadedeki genel algısını nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bu parametrelerde oluşturulan imaj değerleri ve bu değerlere bağlı olarak vatandaşların uzun vadede belediyeyi algılama biçimleri tanımlanmaktadır.

Belediyelerin uzun vadede tanımlanmış bir değeri olan itibar algısının oluşmasında birçok alt faktör etkili olabilmektedir. Çünkü itibar, ekonomi, strateji, pazarlama, organizasyon teorisi, sosyoloji, iletişim ve muhasebe gibi disiplinlerin etkisiyle genişleyen bir kavramdır (Fombrun vd., 2000, s. 243). İtibarla ilgili yapılan çok sayıdaki tanım varlık (asset), yargılama (assessment) ve farkındalık (awareness) başlıkları altında sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre kurumsal itibar tanımları (Barnett vd., 2006, s. 30-32):

- İşletmenin yatırım gücü, finansal yapısı, varlıklarının değeri, ekonomik değeri ve kaynakları tanımlamaktadır,
- Paydaşların firma hakkındaki değer yargılarını, işletmeyle ilgili bilgileri yargılama biçimlerini, sübjektif ve kolektif değerlendirmelerini, toplam algılarını ve firma ile ilgili çeşitli konulardaki tahminlerini kapsamaktadır,
- Kurumun isminin yansımalarını, müşterinin gözündeki değeri, insanların zihnindeki algı gibi firma ile ilgili farkındalık durumunu anlatmaktadır.

Dolayısıyla bir kurumun vizyonu, değerleri, ahlaki kriterleri, amaçları, vaatleri, reklam ve halkla ilişkiler uygulamaları, eylemleri, kararları, meydan okumalara karşı duruşu, performansı, üretimi, hizmet sunumu, satışı, müşterinin hizmet alma deneyimleri, sosyal çevresinin ve kurumsal yapısının görünüşü gibi birçok faktör kurumsal itibarı etkilemektedir (Güllüpunar,

2017b, s. 90). Bu bağlamda Giresun Belediyesi imaj faktörleri tanımlanmakta ve bu faktörlerin kurumsal itibarına olan etkisi ele alınmaktadır.

Araştırma Soru ve Hipotezleri

Belediye başkanı, belediye personeli ve farklı hizmet alanları bakımından oluşan imajın Giresun Belediyesinin genel algısına etkisinin tespiti amacıyla bu çalışmanın temel araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

- Belediye imaj faktörleri nelerdir?
- Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özellikleri ve siyasi görüşleri ile belediye imaj faktörleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?
- İmaj faktörleri belediyeye olan genel algı üzerinde bir etki oluşturmakta mıdır?

İmaj faktörlerinin genel algı üzerindeki etkisiyle ilgili olarak çalışmanın hipotezleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

H⁰ İmaj Faktörlerinin Giresun ilgili genel algı türleri üzerinde bir etkisi yoktur.

H¹ İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin kaliteli hizmet ürettiği algısını etkiler.

H² İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin insan odaklı bir çalışma prensibine sahip olduğu algısını etkiler.

H³ İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin hizmet üretirken halkla bütünleştiği algısını etkiler.

H⁴ İmaj faktörleri Giresun Belediyesi'ne duyulan saygı üzerinde etkilidir.

H⁵ İmaj faktörleri Giresun Belediyesine duyulan sevgiyi etkiler.

H⁶ İmaj faktörleri Giresun Belediyesine olan bağlılığı etkiler.

H⁷ İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin güvenilir ve inandırılır olarak algılanmasını etkiler.

H⁸ İmaj faktörleri Giresun Belediyesiyle ilgili olumsuz bilgilere kuşku ile yaklaşma düzeyini etkiler.

H⁹ İmaj faktörleri Giresun Belediyesinden alınan hizmetin başkalarına anlatılması istekliliğini etkiler.

Yöntem

Çalışmada keşfedici, tanımlayıcı ve neden sonuç ilişkisi araştıran araştırma modelleri birlikte kullanılmıştır. Keşfedici araştırmalarda araştırma konusuna ilişkin değişken ve boyutlar belirlenmektedir. Tanımlayıcı araştırmalarda değişkenler arasındaki ilişkiler saptanmakta ve anakütleye yönelik tanımlamalar yapılmaktadır. Neden sonuç ilişkisi araştıran araştırmalarda ise iki veya daha fazla değişken arasındaki etki ele alınmaktadır (Kurtulmuş, 2010, s. 20-21).

Bu modellere uygun olacak biçimde çalışmada nicel bir araştırma yöntemi olan anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Belediye faaliyetleri, belediye personeli ve belediye başkanı bağlamında belediye imaj faktörlerinin tanımlanması ve bu faktörlerin belediye ile ilgili oluşan genel algıya etkisini incelemek amacıyla yapılan bu araştırma, Giresun Belediyesi örneğinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla bu araştırma Giresun şehir merkezinde uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle doğrudan çalışmanın yazarları tarafından gerçekleştirilen bu çalışmada toplam 425 kişi ile görüşülmüştür.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri imaj ve itibar kavramlarının kavramsal tanımlaması bağlamında hazırlanan bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Dolayısıyla hazırlanan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, belediye imaj faktörlerinin belirlenebilmesi amacıyla belediye hizmet ve faaliyetlerini, personelini ve belediye başkanını ele alan yargılardan oluşmaktadır. İkinci bölüm, belediyenin itibar değeri olarak tanımlanan ve belediyeye dönük genel algının değerlendirildiği yargıları içermektedir. Anket formunun üçüncü bölümü ise sosyo-demografik ve siyasi değişkenleri kapsayan sorulardan oluşmaktadır. Bu bağlamda birinci bölümde toplam 63 yargı, ikinci bölümde toplam 9 yargı ve üçüncü bölümde ise toplam 6 soru yer almaktadır. Anket formundaki her bir yargı için 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte 1: “kesinlikle katılmıyorum”, 2: “katılmıyorum”, 3: “kararsızım”, 4: “katılıyorum”, 5: “kesinlikle katılıyorum” şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla cevaplar 5’li likert ölçeğinde 1’den 5’e giden aralıklarla sınıflandırılmıştır. Buna göre $4/5=0,80$ olarak hesaplandığından 1 ile 1,80 arası “kesinlikle katılmıyorum”, 1,81-2,60 arası “katılmıyorum”, 2,61-3,40 arası kararsızım, 3,41-4,20 arası “katılıyorum” ve 4,21-5,00 arası “kesinlikle katılıyorum” aralıklarında cevaplar elde edilmiştir.

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Çalışmada keşfedici araştırma analizi olarak keşfedici faktör analizi; tanımlayıcı araştırma analizi olarak Tek Yönlü ANOVA, Bağımsız Örneklem T-Testi ve betimleyici istatistikler ve neden sonuç araştırma modeli olarak çoklu doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır. Faktör analiziyle belediye imaj boyutları belirlenmiştir. Tanımlayıcı analizlerle imaj boyutlarının sosyo-demografik ve siyasi değişkenlerle ilişkileri ve araştırmaya katılanların sosyo-demografik ve siyasi durumları tanımlanmıştır. Regresyon Analiziyle imaj boyutlarının belediye genel algısına olan etkileri hesaplanmıştır. Ayrıca çalışmada gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda elde edilen SPSS program kayıtları, doğrudan belediye genel algısıyla ilgili yargılarla Regresyon Analizine alınmıştır.

Bulgular ve Yorum

Betimleyici İstatistikler

Yüzde 56'sı erkek, yüzde 44'ü kadın olan araştırmaya katılanların yüzde 20'si 18-24 yaş, yüzde 23,8'i 25-29 yaş, yüzde 22,6'sı 30-37 yaş, yüzde 18,8'i 38-49 yaş ve yüzde 14,8'i 50-75 yaş arasındadır. Araştırmaya katılanların yüzde 10,6'sı ilkokul, 14,4'ü ortaokul, yüzde 31,5'i lise, yüzde 40,7'si üniversite, 1,4'ü doktora ve yüzde 1,4'ü diğer öğretim düzeylerine sahiptir. Araştırmaya katılanların gelir durumları ise yüzde 25,7'si 140 TL-1000 TL, yüzde 20,1'i 1001 TL-1430 TL, yüzde 18,1'i 1431 TL-1920 TL, yüzde 21,6'sı 1921 TL-2900 TL ve yüzde 14,6'sı 2901 TL-7500 TL şeklindedir.

Araştırmaya katılanların siyasal görüşlerine bakıldığında sırasıyla yüzde 32,6'sı milliyetçi, yüzde 18,7'si muhafazakar, yüzde 17,7'si sol, yüzde 10,9'u demokrat, yüzde 8'i İslamcı, yüzde 5'i sosyal demokrat, yüzde 1,4'ü liberal olarak kendilerini tanımlanmışlardır. Araştırmaya katılanların yüzde 5,7'si ise siyasal görüşünü diğer olarak belirtmiştir. Ayrıca 2014 yerel seçimlerinde araştırmaya katılanların yüzde 39,1'i Ak Parti'ye, yüzde 35,5'i CHP'ye, yüzde 18,8'i MHP'ye, yüzde 0,5'i HDP'ye ve yüzde 6,1'i diğer partilere oy vermiştir.

Giresun Belediyesi İmaj Faktörleri

Çalışmanın uygulama bölümünde öncelikli olarak Giresun Belediyesinin kurumsal temsili ve eylemleri açısından vatandaşlar üzerinde nasıl bir algı oluşturduğu üzerinde durulmuştur. Bu amaçla hazırlanan ölçek çerçevesinde toplanan verilerle faktör analizi yapılmıştır. Bunun sonucunda Giresun Belediyesinin kurumsal imajı ile ilgili 8 faktör ortaya konmuştur. Bu faktörler “belediye başkanı”, “ulaşım”, “alt yapı”, “sosyal ve kültürel faaliyetler”, “imar ve planlama”, “personel”, “üst yapı” ve “temizlik” olarak tanımlanmıştır.

Yapılan analizde faktöre tabi tutulan maddeler ile ana grup arasında anlamlı bir fark ($p=,000$) bulunmuştur. Giresun Belediyesi imajı ile ilgili faktörlerin tanımlanması amacıyla hazırlanan ölçekte yer alan 63 maddenin 48'i faktörlere ayrılmıştır. Analizde KaiserMeyer-Olkin (KMO) Örneklem yeterliliği ölçütü 0,929 olarak gerçekleşmiş toplam varyansın yüzde 64,519'u açıklanmıştır. Bu örneklem yeterliliği ölçütü “çok iyi” olarak tanımlanabilecek bir değeri ifade etmektedir (Kalaycı 2006: 322). Açıklanan varyansın sosyal bilimlerden oldukça iyi olduğu söylenebilir. Ayrıca faktörlere ayrılan 48 maddenin genel güvenilirlik değeri (α)0,958 olarak hesaplanmış ve bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış 2006: 405). Her bir faktörün aldığı genel ortalamalara bakıldığında ise araştırmaya katılanlar “başkan” faktörü dışındaki diğer bütün faktörlerde yer alan maddelere 5'li Likert Ölçeğine göre kararsızlık aralığında cevap vermişlerdir. “Başkan” faktörünün ortalaması ise ilgili maddelerin araştırmaya katılanlar tarafından “katılıyorum” aralığında elde edilen cevapla desteklendiğini göstermektedir. Dolayısıyla Giresun Belediyesinin oluşturduğu imaj değerlerinde belediye başkanı en önemli faktör olarak değerlendirilebilir.

Tablo 1: Belediye İmajı Faktörleri

MADDELER	A.O	SS	F. Yüku							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Faktör 1: Belediye Başkanı										
Belediye başkanı insanı seven, insana değer veren ve saygı duyan biri	3,409	1,234	,824	,160		,292		,113		
Belediye başkanı genel olarak herkes tarafından sevilen biri	3,508	1,161	,817	,114		,200	,137			
Belediye başkanı güler yüzlü bir insan	3,573	1,186	,803	,195		,204	,111			
Belediye başkanı personeli üzerinde babacan bir otoriteye sahip	3,369	1,120	,801		,112	,199				
Belediye başkanı hitabeti güçlü bir insan	3,590	1,133	,796		,111			,232		
Belediye başkanı giyimi ve kuşamı ile karizmatik bir insan	3,618	1,159	,794				,172	,108		
Belediye başkanı adaletli bir kişiliğe sahip	3,340	1,158	,744	,123	,122	,304	,185	,120		
Belediye başkanı belediyeçilik alanında yetkin biri	3,504	1,150	,715	,155	,214	,123	,122	,259		
Belediye başkanının halkla güçlü bir iletişimi var	3,377	1,271	,713			,214		,254	,122	,114
Başkan herkes tarafından kolaylıkla ulaşılabilen biri	3,137	1,299	,695			,378		,114		,183
Aritmetik Ortalama	3,442									
Faktör 2: Ulaşım										
Şehir içi otobüs sefer sayısı yeterli	3,124	1,195		,742	,153					
Şehrin bütün noktalarına gece geç saatlere kadar toplu ulaşım hizmeti veriliyor	3,021	1,270	,111	,678		,168	,162			-,307
Şehir içi otobüs sefer tarifelerine aynen uyuluyor	3,337	1,173	,151	,652	,159					,132
Şehrin toplu ulaşımında farklı seçenekler bulabiliyoruz	3,223	1,251	,219	,644	,170	,150				,208
Şehirde ucuz bir toplu ulaşım hizmeti veriliyor	3,016	1,254		,614	,175	,110	,209		,148	
Şehirde sunulan toplu ulaşım hizmeti yeterli	2,928	1,230		,611	,233	,135	,289		,176	,179
Şehirdeki otobüs durakları iyi planlanmış	2,935	1,200	,180	,598		,138	,180		,402	,170
Belediyeye ait toplu ulaşım araçları yeni temiz ve güvenli	3,064	1,208	,167	,595	,193	,132	,138	,215	,283	,188
Aritmetik Ortalama	3,091									
Faktör 3: Alt Yapı										
Şehrin kanalizasyon sistemi sorunsuz işliyor	2,771	1,257	,131	,218	,788		,154	,138		
Şehrin kanalizasyonu sağlık açısından sorun oluşturmuyor	2,839	1,221	,132	,121	,787		,115	,115		
Şehirde yağmur suyu ve atık su giderleri sorunsuz işliyor	2,754	1,193	,158	,151	,774		,177			
Şehirde kanalizasyon ve su patlağı gibi sorunlarla karşılaşılıyor	2,661	1,260		,145	,664			,136	,146	,112
Şehirde güçlü bir altyapı olduğu için tekrar tekrar kazılmış çukurlarla karşılaşılıyor	2,458	1,341		,120	,649			,112	,232	
Şehirde içme suyu şebekesi sağlıklı	2,823	1,313	,138	,139	,619	,155	-,110		,301	,284
Aritmetik Ortalama	2,725									
Faktör 4: Sosyal ve Kültürel Faaliyetler										
Belediye yoksullara dönük çeşitli projeler geliştiriyor	3,040	1,159	,337	,103		,740	,165	,103	,103	

Belediye işsizliğin önlenmesi için çeşitli projeleri hayata geçiriyor	2,672	1,228	,280			,729		,206		
Belediye muhtaç vatandaşların tespitinde etkin bir çalışma yürütüyor	2,974	1,168	,327			,692	,295		,147	
Belediye toplumun her kesimi için ihtiyaç duyulan eğitim faaliyetleri yapıyor	2,801	1,247	,264	,130	,142	,670		,298		
Belediye yardıma muhtaç vatandaşlara yeterli yardım hizmeti veriyor	3,033	1,161	,355	,170		,651		,121	,143	-,143
Belediye belirli gün ve haftalarda halkla birlikte programlar düzenliyor	2,959	1,199	,309	,130	,149	,460		,362		,172
Belediyenin kültürel faaliyetlerini yeterli ve önemli buluyorum	2,917	1,209	,296	,175	,255	,417	,207	,340		,126
Aritmetik Ortalama	2,917									
Faktör 5: İmar ve Planlama										
İmar planı şehri modern bir görünüme kavuşturdu	3,000	1,213	,311	,140	,129		,749	-,106	,155	
Şehirdeki kentsel dönüşüm uygulamaları yeterlidir	2,818	1,218		,220	,115		,718	,282		
Mimari yapı şehrin güzelliği açısından bir bütünlük oluşturuyor	3,049	1,209	,138	,169	,224	,106	,700		,206	
Şehirdeki yapılaşma modern bir anlayışa sahip	2,862	1,128	,227			,192	,595	,237	,275	
Şehirde cadde ve sokak isimleri kolay ve anlaşılır	3,267	1,106	,255			,132	,513	,180	,320	,260
Belediye izin ve ruhsatlandırma konusunda yeterli denetimler yapıyor	3,059	1,085	,157	,207	,198	,130	,497	,261		
Aritmetik Ortalama	3,0101									
Faktör 6: Personel										
Belediye temizlik ekibi saygılı ve nazik	3,200	1,232	,167			,118	,129	,774	,104	
Şehir içi ulaşımda görevli şoförler güler yüzlü ve nazik	3,037	1,250	,148		,171	,120	,133	,724		
Belediyeye ulaştığımda personel yapıcı ve yardımcı bir davranış gösteriyor	3,179	1,176	,212		,190	,161	,113	,660	,109	,294
Zabıta hizmeti sunan belediye personeli güler yüzlü ve kibar	2,969	1,219	,186	,143		,322	,280	,626		,117
Belediyedeki işlerimde yetkili personele kolayca ulaşabiliyorum	3,130	1,195	,340		,177	,188		,606	,224	,223
Aritmetik Ortalama	3,1111									
Faktör 7: Üst Yapı										
Şehirde köprülü geçit ve kavşak düzenlemeleri yeterli	2,952	1,100		,189	,182	,120	,178		,785	
Şehirde köprülü geçit ve kavşak düzenlemeleri iyi planlanmıştır	3,009	1,140		,214	,212	,124	,159		,776	
Şehirdeki üst-yapı çalışmaları engelli dostu bir şehir algısı oluşturmaktadır	2,848	1,228		,320	,131	,180	,357		,499	-,321
Şehirdeki çevre, park ve bahçe düzenlemeleri yeterli	3,093	1,160	,207	,217	,355		,248		,497	
Aritmetik Ortalama	2,981									
Faktör 8: Temizlik										
Şehirdeki çöp konteynerleri zamanında ve düzenli olarak boşaltılıyor	3,265	1,183	,234	,373	,198		,229	,185	,102	,562

Şehrin her noktasında yeterli miktarda çöp konteynerleri bulunmakta	2,854	1,243	,104	,275	,302	,252	,370	,138		,507
Aritmetik Ortalama	3,0576									
Özdeğer (Eigenvalues)			7,494	4,364	4,089	3,916	3,612	3,444	2,626	1,423
Varyans (%)			15,612	9,091	8,519	8,159	7,526	7,176	5,470	2,966
Toplam Varyans	%64,519									
Faktör Güvenilirlikleri (Cronbach's Alpha)			,951	,873	,859	,889	,847	,844	,804	,729
Genel Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)	,958									
KMO Measure of Sampling Adequacy	,929									
Bartlett's Test of Sphericity	$X^2= 12941,905$; df: 1128; p=,000									

Giresun Belediye Başkanıyla ilgili maddelerin gruplandığı ilk faktör “belediye başkanı” olarak tanımlanmıştır. 10 Maddenin yer aldığı “belediye başkanı” faktörü toplam varyansın yüzde 15,612’sini açıklamaktadır. Yüksek derecede güvenilir (α)0,959 olan faktörün Özdeğeri 7,494 olarak gerçekleşmiştir. Faktörde yer alan maddelerin genel ortalamaları ise 3,442’dir. “Katılıyorum” düzeyinde gerçekleşen bu ortalama, Giresun Belediye Başkanının vatandaşın belediyeyle ilgili algısında olumlu bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Belediye başkanı faktöründe “Belediye başkanı insanı seven, insana değer veren ve saygı duyulan biri” maddesi en yüksek (,824) faktör yükü ile yüklenirken, “başkan herkes tarafından kolaylıkla ulaşılan biri” maddesi en düşük (,695) faktör yüküne sahiptir (Tablo 1).

Belediye imajıyla ilgili olarak ortaya konan ikinci faktör belediye ulaşım hizmetleriyle ilgili maddelerden oluşmaktadır. 8 maddeden oluşan bu faktör “ulaşım” olarak tanımlanmıştır. Toplam varyansın yüzde 9,091’inin açıklandığı “ulaşım” faktörünün güvenilirlik değeri (α)0,873, öz değeri ise 4,364 olarak gerçekleşmiştir. Güvenilirlik değeri faktörün yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Faktörde yer alan maddelerin genel ortalaması 3,091’dir. Bu değer, ulaşım konusunda araştırmaya katılanların ulaşım ile ilgili algılarını genel olarak kararsızlık düzeyinde tanımladıklarını göstermektedir. “Ulaşım” faktöründe en yüksek faktör yükü (,742) “şehir içi otobüs sefer sayısı yeterli” maddesinde; en düşük faktör yükü (,595) “belediyeye ait toplu ulaşım araçları yeni, temiz ve güvenli” maddesinde gerçekleşmiştir (Tablo 1).

Üçüncü faktör belediye alt yapı hizmetleri ile ilgili 6 maddeden oluşmaktadır. Dolayısıyla bu faktör “alt yapı” olarak tanımlanmıştır. Öz değeri 4,089 olan faktörde toplam varyansın yüzde 8,519’u açıklanırken güvenilirlik değeri yüksek derecede güvenilir (α)0,859 olarak hesaplanmıştır. Faktörde yer alan maddeler 2,725 genel ortalamayla araştırmaya katılanlardan kararsızlık aralığında bir onay almıştır. Bu ortalamanın desteklenmeme aralığına daha yakın olması Giresun Belediyesinin alt yapı hizmetlerinin vatandaş tarafından olumsuz algılandığı söylenebilir. Faktörde yer alan maddelerin faktör yükleri ele alındığında; “şehirin kanalizasyon sistemi sorunsuz işliyor” maddesi en yüksek (,788), “Şehirde içme suyu şebekesi sağlıklı” maddesi en düşük (,619) faktör yüküne sahiptir (Tablo 1).

Çalışmada dördüncü faktör “sosyal ve kültürel faaliyetler” olarak tanımlanmıştır. Çünkü Giresun Belediyesinin sosyal ve kültürel alanda yaptığı çalışmaların ifade edildiği 6 madde dördüncü faktörde gruplanmıştır. Yüksek derecede güvenilir (α =,889) olan faktörün öz değeri 3,916’dır. Toplam varyansın yüzde 8,159’u bu faktör tarafından açıklanmıştır. Faktör

maddelerinin genel ortalaması 2,917 olarak gerçekleşmiştir. Bu değer araştırmaya katılanların sosyal ve kültürel çalışmalarla ilgili maddeleri onaylama durumlarının “kararsızlık” düzeyinde olduğunu göstermektedir. “Sosyal ve kültürel faaliyetler” faktöründe en yüksek faktör yükü (,740) “belediye yoksullara dönük çeşitli projeler geliştiriyor” maddesinde, en düşük faktör yükü (,417) ise “belediyenin kültürel faaliyetlerini yeterli ve önemli buluyorum” maddesinde gerçekleşmiştir (Tablo 1).

İmar hizmetleriyle ilgili maddelerden oluşan beşinci faktör grubu “imar ve planlama” olarak tanımlanmıştır. Toplam 6 maddeden oluşan faktörde toplam varyansın yüzde 7,526’sı açıklanmıştır. Öz değeri 3,612 olan “imar ve planlama” faktörünün güvenilirlik değeri $\alpha=,847$ olarak gerçekleşmiştir. Bu değer faktörün yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Faktörde yer alan maddelerin ortalaması 3,010 ile araştırmaya katılanların maddelere katılım durumunun kararsızlık aralığında olduğunu göstermektedir. Faktörde yer alan “imar planı şehri modern bir görünüme kavuşturdu” maddesi en yüksek faktör yüküyle (,749), “belediye izin ve ruhsatlandırma konusunda yeterli denetimler yapıyor” maddesi ise en düşük faktör yüküyle (,497) yüklenmiştir (Tablo 1).

Belediye hizmetleriyle ilgili olarak vatandaşlarda oluşan izlenimlerin en önemli belirleyicilerinden birinin personel olduğu söylenebilir. Dolayısıyla çalışmada Giresun Belediyesi çalışanlarının vatandaşlar tarafından değerlendirildiği maddelerden oluşan altıncı faktör grubu “personel” olarak tanımlanmıştır. Toplam varyansın yüzde 7,176’sının açıklandığı “personel” faktöründe öz değer 3,444, güvenilirlik değeri ise $\alpha=,844$ ’dür. Yüksek bir güvenilirliğe sahip olan personel faktörünün genel ortalaması ise 3,111’dir. Bu değer, araştırmaya katılanların belediye personeliyle ilgili maddelere kararsızlık aralığında cevap verdiklerini göstermektedir. Toplam 5 maddenin gruplandığı “personel” faktöründe “belediye temizlik ekibi saygılı ve nazik” maddesi en yüksek (,774), “beleliyedeki işlerimde yetkili personele kolayca ulaşabiliyorum” maddesi en düşük (,606) faktör yüküyle yüklenmiştir (Tablo 1).

Çalışmanın yedinci faktör grubu üst yapı hizmetleriyle ilgili maddelerden oluşmaktadır. Toplam 4 maddenin yer aldığı bu faktör “üst yapı” olarak tanımlanmıştır. Öz değeri 2,626 olan faktörün güvenilirlik düzeyi $\alpha=,804$ olarak gerçekleşmiştir. Faktörde toplam varyansın yüzde 5,470’i açıklanmıştır. Faktörün genel aritmetik ortalaması ise 2,981’dir. Bu değer Giresun Belediyesinin üst yapı hizmetleriyle ilgili araştırmaya katılanların memnuniyet düzeyinin kararsızlık aralığında olduğunu göstermektedir. Ayrıca faktörde yer alan “şehirde köprülÜ geçit ve kavşak düzenlemeleri yeterli” maddesi en yüksek (,785) faktör yüküne, “şehirdeki çevre, park ve bahçe düzenlemeleri yeterli” maddesi en düşük (,497) faktör yüküne sahiptir (Tablo 1).

Çalışmada “temizlik” olarak tanımlanan sekizinci ve son faktör ise temizlik hizmetleriyle ilgili maddelerden oluşmaktadır. Oldukça güvenilir ($\alpha=,729$) olan “temizlik” faktörünün öz değeri 1,423’tür. Faktörde toplam varyansın yüzde 2,966’sı açıklanmıştır. Faktörde yer alan maddelerin genel ortalaması 3,057’dir. Bu değer araştırmaya katılanların temizlikle ilgili maddelere kararsızlık aralığında cevap verdiğini göstermektedir. Ayrıca 2 maddeden oluşan faktörde “şehirdeki çöp konteynerleri zamanında ve düzenli olarak boşaltılıyor” maddesi en yüksek (,562) faktör yüküyle,

“şehrin her noktasında yeterli miktarda çöp konteynerleri bulunmakta” maddesi en düşük (,507) faktör yüküyle yüklenmiştir (Tablo 1).

Faktörlerin Sosyo-Demografik ve Siyasi Değişkenler Açısından Analizi

Çalışmada araştırmaya katılanların cinsiyet, gelir, yaş ve eğitim gibi sosyo-demografik değişkenler, bir önceki belediye seçimlerinde oy verilen siyasal parti adayı ve araştırmaya katılanların siyasal görüşleri ile Giresun Belediyesi imaj faktörleri arasındaki ilişkinin tanımlanması amacıyla ANOVA ve T-Testi analizleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre sosyo-demografik değişkenler ile Giresun Belediyesi imaj faktörleri arasında genellikle anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür. Buna karşın siyasi değişkenler ve imaj faktörleri arasında büyük ölçüde anlamlı farklara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılanların cinsiyeti bakımından “İmar ve Planlama” faktörü anlamlı ($p<,050$) bir fark oluşturmuş; diğer faktörler açısından anlamlı bir fark yoktur. İmar ve planlama açısından Giresun Belediyesinin hizmetleri kadınlar (3,125) tarafından erkeklere (2,919) göre daha yüksek bir ortalama ile desteklemişlerdir. Araştırmaya katılanların gelir durumları açısından bakıldığında; “belediye başkanı”, “ulaşım”, “altyapı” ve “imar ve planlama” faktörleri açısından anlamlı ($p<,050$) bir fark oluşmuştur. Buna göre, genel olarak gelir düzeyi arttıkça “belediye başkanı”, “ulaşım”, “altyapı” ve “imar ve planlama faktörlerinin belediyenin imajı açısından 2 bin 900 TL gelire kadar olumlu bir algıya neden olurken; 2 bin 900 TL gelirden daha yüksek gelir seviyelerinde ise bu olumlu algının düşüşe geçtiği görülmüştür. Dolayısıyla düşük gelir gruplarının Giresun Belediyesi hizmetleri nedeniyle daha olumlu bir algıya sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılanların yaş düzeyleri ile Giresun Belediyesinin imaj faktörleri arasında anlamlı ($p>,050$) bir fark bulunamamıştır. Eğitim düzeyi açısından ise yalnızca ulaşım faktöründe anlamlı bir fark oluşmuş ve eğitim düzeyi arttıkça ulaşım hizmetlerinin oluşturduğu algının ortalaması düşmüştür. Diğer bir anlatımla eğitim düzeyi arttıkça ulaşım hizmetlerinden duyulan memnuniyet azalmıştır.

Siyasi görüşleri bakımından araştırmaya katılanların “belediye başkanı”, “ulaşım”, “alt yapı”, “sosyal ve kültürel faaliyetler”, “imar ve planlama”, “personel” ve “temizlik” faktörleri ile ilgili algıları arasında anlamlı ($p<,050$) bir fark oluşturmuştur. Belediye başkanı algısında kendisini “sol” (,530) siyasal görüşle tanımlayanlar muhafazakarlar (-,530) göre daha yüksek bir ortalama farkına sahiptir. “Ulaşım” faktörü açısından kendisini “sol” (3,455) görüşle tanımlayanlar “milliyetçi” (3,011) görüşle tanımlayanlara göre daha yüksek bir ortalama ile anlamlı fark oluşturmuştur. Kendisini “muhafazakar” olarak tanımlayanlar (2,468) “sol” (3,020) olarak tanımlayanlara göre daha düşük bir ortalama ile anlamlı bir fark oluşturarak alt-yapı hizmetlerini daha olumsuz değerlendirmişlerdir. “Sosyal ve Kültürel Faaliyet” faktörü açısından kendisini “sol” (3,285) olarak tanımlayanlar ile “muhafazakar” (2,754) olarak tanımlayanlar arasında anlamlı bir fark oluşmuş ve muhafazakarlar daha düşük bir ortalama sahip olmuşlardır. Kendisini “sol” (3,502) olarak tanımlayanlar kendisini “sosyal demokrat” (2,675), “liberal” (2,416), “İslamcı” (2,951), “muhafazakar” (2,761) ve “milliyetçi” (2,978) olarak tanımlayanlara göre daha yüksek

bir ortalamayla Giresun Belediyesinin imar ve planlama konusundaki hizmetlerini daha olumlu bir algı ile tanımlamışlardır. “Personel” ve “üst yapı” faktörleriyle siyasi görüşler arasında yapılan birebir karşılaştırmalarda ise anlamlı bir fark bulunamazken “temizlik” faktörü bakımından muhafazakarlar (2,616) ile kendisini “sol” (3,466) ve “milliyetçi” (3,081) olarak tanımlayanlar arasında anlamlı bir fark oluşmuştur. Bu sonuçlar genel olarak kendisini “sol” olarak tanımlayanların muhafazakar ve milliyetçilere göre Giresun Belediyesinin hizmetleriyle ilgili daha olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Cumhuriyet Halk Partili bir başkan tarafından yönetilen Giresun Belediyesi hizmetleriyle ilgili algıda sol eğilimli vatandaşlar daha olumlu bir bakışa sahiptirler. Bu da, belediye imaj algısında siyasi değerlendirmelerin ön plana çıktığını göstermektedir.

2014 yerel seçimlerinde oy verilen parti ile belediye imaj faktörleri arasında “belediye başkanı”, “ulaşım”, “alt-yapı”, “sosyal ve kültürel faaliyetler”, “imar ve planlama”, “üst – yapı” ve temizlik faktörleri açısından anlamlı bir fark ($p < ,050$) bulunurken; “personel” faktörü açısından anlamlı bir fark ($p > ,050$) oluşmamıştır. Buna göre, Ak Parti’ye oy verenler (3,312) CHP’ye oy verenlere (3,660) göre “belediye başkanı” faktörünü, MHP’ye oy verenler (2,918) CHP’ye oy verenlere göre (3,272) “ulaşım” faktörünü, Ak Partiye oy verenler (2,767), CHP’ye oy verenlere (3,105) göre “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörünü, Ak Parti’ye oy verenler (2,858) CHP’ye oy verenlere (3,286) göre “imar ve planlama” faktörünü ve Ak Parti’ye oy verenler (2,917), CHP’ye oy verenlere (3,341) göre “temizlik” faktörünü daha olumsuz bir algı ile tanımlamışlardır. Diğer bir ifadeyle CHP’ye oy verenler belediye imaj faktörlerini diğer partilerden daha olumlu bir ortalamayla olumlu bulmaktadırlar. Dolayısıyla seçmen davranışının belediye imajıyla ilgili faktörlerin algılanışında anlamlı fark oluşturan önemli bir etken olduğu söylenebilir.

İmaj Faktörlerinin Belediye Hakkındaki Genel Algıya Etkisi

Bu bölümde araştırmanın birinci bölümünde ortaya konan Giresun Belediyesi imaj faktörlerinin araştırmaya katılanların Giresun Belediyesiyle ilgili genel algılarına olan etkisi ele alınmaktadır. Bu amaçla SPSS programında elde edilen faktör kayıtları doğrudan araştırma formunun ikinci bölümünde yer alan ve Giresun Belediyesine dönük genel algının tanımlanması için araştırmaya katılanlara yöneltilen önermelerden elde edilen veriler Regresyon analizine alınmıştır. Bu kapsamda, Giresun Belediyesine olan genel algı diğer bir ifadeyle belediyenin itibar değeriyle ilgili dokuz model oluşturulmuştur. Tablo 2’de gösterilen analiz sonuçları bu modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Regresyon Analizi Sonuçları

Giresun Belediyesi Kaliteli Hizmet Üreten Bir Belediyedir.	=	3,376	+	,503 Başkan (,000)	
			+	,133 Ulaşım (,005)	
			+	,344 Alt Yapı (,000)	
			+	,306 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)	
			+	,179 İmar ve Planlama (,000)	
			+	,298 Personel (,000)	
			+	,088 Üst Yapı (,062)	
			+	,243 Temizlik (,000)	
	$R^2=,424; F^{(8-416)}= 38,213; P=,000$				
Giresun Belediyesi İnsan Odaklı Bir Çalışma Prensiğine sahip	=	3,310	+	,525 Başkan (,000)	
			+	,190 Ulaşım (,000)	
			+	,308 Alt Yapı (,000)	
			+	,328 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)	
			+	,033 İmar ve Planlama (,474)	
			+	,292 Personel (,000)	
			+	,057 Üst Yapı (,216)	
			+	,178 Temizlik (,000)	
	$R^2=,417; F^{(8-416)}=37,172; P=,000$				
Giresun Belediyesi Halkla Bütünleşerek Hizmet Üretir	=	3,290	+	,608 Başkan (,000)	
			+	,159 Ulaşım (,001)	
			+	,280 Alt Yapı (,000)	
			+	,351 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)	
			+	-,008 İmar ve Planlama (,863)	
			+	,295 Personel (,000)	
			+	-,029 Üst Yapı (,532)	
			+	,147 Temizlik (,002)	
	$R^2=,439; F^{(8-416)}=40,707; P=,000$				
Giresun Belediyesine Güçlü Bir Şekilde Saygı Duyuyorum.	=	3,463	+	,598 Başkan (,000)	
			+	,237 Ulaşım (,000)	
			+	,263 Alt Yapı (,000)	
			+	,240 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)	
			+	,201 İmar ve Planlama (,000)	
			+	,195 Personel (,000)	
			+	,150 Üst Yapı (,001)	
			+	,125 Temizlik (,006)	
	$R^2=,434; F^{(8-416)}=39,952; P=,000$				
Giresun Belediyesini Seviyorum	=	3,532	+	,554 Başkan (,000)	
			+	,198 Ulaşım (,000)	
			+	,252 Alt Yapı (,049)	
				+	,174 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)
				+	,253 İmar ve Planlama (,000)
				+	,272 Personel (,000)
				+	,086 Üst Yapı (,064)
				+	,174 Temizlik (,000)
	$R^2=,441; F^{(8-416)}=36,223; P=,000$				

Kendimi Giresun Belediyesine Bağlı Hissediyorum	=	3,321	+	,377 Başkan (,000)
			+	,134 Ulaşım (,008)
			+	,306 Alt Yapı (,000)
			+	,105 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,038)
			+	,254 İmar ve Planlama (,000)
			+	,311 Personel (,000)
			+	,092 Üst Yapı (,069)
			+	,081 Temizlik (,107)
$R^2=,294; F^{(8-416)}=21,706; P=,000$				
Giresun Belediyesinin Söylediklerini Güvenilir ve İnanılır Buluyorum	=	3,295	+	,568 Başkan (,000)
			+	,244 Ulaşım (,000)
			+	,220 Alt Yapı (,000)
			+	,296 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)
			+	,117 İmar ve Planlama (,014)
			+	,180 Personel (,000)
			+	,061 Üst Yapı (,200)
			+	-,032 Temizlik (,498)
$R^2=,380; F^{(8-416)}=31,859; P=,000$				
Giresun Belediyesiyle İlgili Olumsuz Olarak İfade Edilen İfadelere Kuşku İle Bakarım	=	3,294	+	,391 Başkan (,000)
			+	,089 Ulaşım (,077)
			+	,270 Alt Yapı (,000)
			+	,105 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,039)
			+	,057 İmar ve Planlama (,255)
			+	,217 Personel (,000)
			+	,069 Üst Yapı (,172)
			+	,080 Temizlik (,111)
$R^2=,225; F^{(8-416)}=15,113; P=,000$				
Giresun Belediyesini Başkalarına Anlatmaktan Gurur Duyarım	=	3,318	+	,469 Başkan (,000)
			+	,165 Ulaşım (,001)
			+	,275 Alt Yapı (,000)
			+	,237 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler (,000)
			+	,198 İmar ve Planlama (,000)
			+	,301 Personel (,000)
			+	,112 Üst Yapı (,023)
			+	,181 Temizlik (,000)
$R^2=,357; F^{(8-16)}=28,872; P=,000$				

p değerleri parantez içinde verilmiştir.

“İmaj faktörleri Giresun Belediyesi kaliteli hizmet üreten bir belediyedir algısını etkilemektedir” şeklinde oluşturulan model araştırma sonuçlarına göre anlamlı ($p=,000$) bir modeldir. Buna göre, imaj faktörleri Giresun Belediyesinin kaliteli hizmet ürettiği algısının yüzde 42’sini açıklamaktadır. Her bir imaj değerinin bu algı üzerindeki etkisine bakıldığında ise “başkan” faktörünün yüzde 50, “ulaşım faktörünün” yüzde 13, “alt-yapı” faktörünün yüzde 34, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörünün yüzde 30, “imar ve planlama” faktörünün yüzde 18, “personel” faktörünün yüzde 30, “üst-yapı” faktörünün yüzde 8 ve “temizlik” faktörünün yüzde 24 oranında bu algı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu faktörlere dayalı olarak imaj değerlerinde gerçekleşecek yükseliş ya da düşüş Giresun Beledisinin itibar değerini aynı

oranda düşürmekte ya da yükseltmektedir. Kaliteli hizmet üretme algısına etki eden en önemli imaj faktörünün ise önemli bir farkla “başkan” faktörü olduğu görülmektedir.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin insan odaklı bir çalışma prensibine sahip olduğu algısı üzerinde anlamlı ($p=,000$) bir açıklayıcıdır. Dolayısıyla bu algının yüzde 42’si belediye imaj faktörleri tarafından açıklanmaktadır. Buna göre olumlu ya da olumsuz yönde meydana gelebilecek bir değişim “başkan” faktöründe yüzde 52, “ulaşım” faktöründe yüzde 19, “alt yapı” faktöründe yüzde 31, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktöründe yüzde 33, “personel” faktöründe yüzde 29 ve “temizlik” faktöründe yüzde 19 oranında Giresun Belediyesinin insan odaklı bir çalışma prensibine sahip olduğu algısını aynı yönde etkilemektedir. “İmar ve Planlama” faktörü ile “üst yapı” faktörü bu algı üzerinde anlamlı ($p>050$) bir etken değildir.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin halkla bütünleşerek hizmet ürettiği algısı üzerinde yüzde 44 oranında anlamlı ($p=,000$) bir açıklayıcıdır. “Başkan” faktörüne verilen değer açısından meydana gelebilecek bir azalma ya da artış Giresun Belediyesinin halkla bütünleşerek hizmet ürettiği algısını aynı yönlü olarak yüzde 60 oranında etkilerken; “ulaşım” faktörü yüzde 16, “alt yapı” faktörü yüzde 28, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörü yüzde 35, “personel faktörü yüzde 29 ve “temizlik” faktörü yüzde 15 oranında aynı yönlü olarak etkilemektedir. “İmar ve planlama” ve “üst yapı” faktörleri bu algı üzerinde anlamlı ($p>,050$) bir etken değildir. Dolayısıyla ilk sırada başkana olan bakış, ikinci sırada ise sosyal ve kültürel faaliyetlerden kaynaklanan algı Giresun Belediyesinin hizmet üretirken halkla bütünleştiği algısını etkilemektedir.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesine duyulan güçlü saygının üzerinde yüzde 43 oranında anlamlı ($p=,000$) bir açıklayıcıdır. “Başkan” faktörü yüzde 60, “ulaşım” faktörü yüzde 24, “alt yapı” faktörü yüzde 26, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörü yüzde 24, “imar ve planlama” faktörü yüzde 20, “personel” faktörü yüzde 19, “üst yapı” faktörü yüzde 15 ve “temizlik” faktörü yüzde 12 oranında araştırmaya katılanların Giresun Belediyesine duydukları saygının gücünü etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle bu faktörlere bağlı olarak belediye imajında meydana gelebilecek bir düşüş ya da artış aynı yönde belediyeye duyulan saygı düzeyini de değiştirmektedir. Belediyeye duyulan saygı üzerinde etkili olan en önemli etken başkan faktörüdür. Arkasından alt yapı ve sosyal ve kültürel hizmetlere bağlı imaj etkenleri gelmektedir.

Belediye imaj faktörleri Giresun Belediyesine duyulan sevgi düzeyini anlamlı ($p=,000$) bir şekilde açıklamaktadır ve bu açıklama oranı yüzde 44’tür. İmaj faktörlerinin her biri açısından bakıldığında; “üst yapı” faktörü dışındaki faktörlerin bu algı üzerinde anlamlı bir etken olduğu görülmektedir. Buna göre “başkan” faktörü yüzde 55, “ulaşım” faktörü yüzde 20, “alt yapı” faktörü yüzde 25, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörü yüzde 17, “imar ve planlama” faktörü yüzde 25, “personel” faktörü yüzde 27 ve temizlik faktörü yüzde 17 oranında Giresun Belediyesine duyulan sevgiyi etkilemektedir. Diğer bir anlatımla bu faktörlerin oluşturduğu izlenimde meydana gelebilecek olumlu ya da olumsuz bir bakış aynı yönlü olarak Giresun Belediyesine duyulan sevgi düzeyini de değiştirmektedir. Ayrıca bu algı açısından en önemli etkenler sırasıyla “başkan”, “personel”, “alt yapı” ve “imar ve planlama” faktörleridir. Ancak başkan faktörü önemli bir farkla diğerlerinden daha önce gelmektedir.

İmaj faktörleri araştırmaya katılanların Giresun Belediyesine duydukları bağlılık düzeyi üzerinde yüzde 29 oranında anlamlı ($p=,000$) bir açıklayıcıdır. Faktörlerin aldığı değerlerde meydana gelebilecek bir yükseliş ya da azalma Giresun Belediyesine olan bağlılık düzeyini aynı yönlü olarak “başkan” faktöründe yüzde 37, “ulaşım” faktöründe yüzde 13, “alt yapı” faktöründe yüzde 30, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktöründe yüzde 10, “imar ve planlama” faktöründe yüzde 25 ve “personel” faktöründe yüzde 31 oranında etkilemektedir. Araştırmaya katılanların belediyeye duydukları bağlılık açısından “üst yapı” faktörü ve “temizlik” faktörü anlamlı ($p>,050$) bir etken değildir. Bu algı üzerinde diğer itibar değerlerinde olduğu gibi başkan faktörü ilk etken olarak görülmektedir. Ancak burada etki düzeyi önemli bir düşüş göstermiştir. Hemen arkasından “personel” ve “alt yapı” faktörü önemli etkenler olarak ortaya çıkmaktadır.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesinin güvenilirlik algısı üzerinde anlamlı ($p=,000$) bir açıklayıcıdır. Bu algı üzerinde yüzde 38 açıklama oranına sahip olan imaj faktörleri pozitif yönlü bir etki oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle, imaj faktörlerinde meydana gelebilecek azalış ya da yükseliş Giresun Belediyesinin güvenilirliğini de aynı yönde etkilemektedir. Buna göre “başkan” faktörü yüzde 57, “ulaşım” faktörü yüzde 24, “alt yapı” faktörü yüzde 22, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörü yüzde 30 ve “personel” faktörü yüzde 18 oranında Giresun Belediyesine duyulan güveni etkilemektedir. “Üst yapı” ve “temizlik” faktörleri anlamlı ($p>,050$) bir etken olarak bulunamamıştır. Dolayısıyla Giresun Belediyesine duyulan güven düzeyine en yüksek oranda etki eden faktör belediye başkanıdır. Gerçekleştirilen sosyal ve kültürel faaliyetler de bu algı üzerinde önemli bir etken olarak görülmektedir.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesiyle ilgili olumsuz ifadelerle kuşku ile yaklaşma düşüncesi üzerinde yüzde 22 oranıyla anlamlı ($p=,000$) ve pozitif yönlü bir açıklayıcıdır. Dolayısıyla imaj faktörlerinin aldıkları değerlerde gerçekleşebilecek düşüş ya da yükseliş durumlarında Giresun Belediyesiyle ilgili olumsuz ifadelerle kuşkuyla bakma eğilimi de aynı yönde düşmekte ya da yükselmektedir. Buna göre “başkan” faktörü yüzde 39, “alt yapı” faktörü 27, “sosyal ve kültürel faaliyetler” yüzde 10 ve “personel” faktörü yüzde 22 oranında Giresun Belediyesiyle ilgili olumsuz ifadelerle şüpheli yaklaşma eğilimini etkilemektedir.

İmaj faktörleri Giresun Belediyesini başkalarına anlatma istekliliği üzerinde yüzde 36 oranı ile anlamlı ($p=,000$) ve pozitif yönlü bir açıklayıcıdır. Dolayısıyla belediyenin imaj değerlerinde meydana gelebilecek bir artış ya da azalış aynı yönlü olarak belediyi başkalarına anlatma istekliliğini etkilemektedir. Bu bağlamda “Başkan” faktörü yüzde 47, “ulaşım” faktörü yüzde 16, “alt yapı” faktörü yüzde 27, “sosyal ve kültürel faaliyetler” faktörü yüzde 24, “imar ve planlama” faktörü yüzde 20, “personel” faktörü yüzde 30, “üst yapı” faktörü yüzde 11 ve “temizlik” faktörü yüzde 18 oranında bu istekliliği etkilemektedir. Bu algı açısından da “başkan” en yüksek etkiyi yaparken “personel” ve “alt yapı” faktörü de önemli etkenler olarak ortaya çıkmaktadır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında; imaj faktörleri Giresun Belediyesinin itibar değerlerini çoğunlukla yüzde 40 oranlarında açıklamaktadır. Her bir imaj faktörünün itibar değerlerini açıklama yönü ise pozitifdir. Diğer bir ifadeyle aynı yönlüdür. Dolayısıyla imaj değerlerinde meydana gelebilecek artış ya da azalış aynı yönlü olarak itibar değerlerini de artırmakta ya da

azaltmaktadır. İmaj değerlerinin etkileme gücü açısından bakıldığında ise “başkan” faktörünün diğer faktörlere göre çok güçlü bir şekilde Giresun Belediyesi itibar değerlerini etkilediği görülmektedir. Vatandaşın aldığı hizmetten daha çok başkan faktörüne dayalı olarak belediye itibarını tanımlaması, belediye itibarının tanımlanmasında hem siyasal faktörlerin önemli olduğunu hem de hizmetlerin başkan imajıyla birlikte algılandığı anlamını doğurmaktadır. Çünkü belediye itibarı üzerinde “başkan” faktöründen hemen sonra genellikle alt yapı hizmetleri ve sosyal ve kültürel faaliyetler gelmektedir. Ayrıca belediye personelinin vatandaşa yaklaşımından kaynaklanan imaj değeri de, belediye itibarı üzerinde önemli bir etkidir. Bu durum, hizmet alan vatandaşların belediyenin kurumsal iş görme alışkanlığından diğer bir ifadeyle kurumsal kültüründen de etkilendiğini göstermektedir.

Sonuç

Diğer kumu kurumlarıyla kıyaslandığında vatandaşla etkileşimin daha yüksek olduğu belediyelerdeki belediye-vatandaş iletişimin uzun dönemde belediyeyle ilgili genel algı üzerindeki etkisini Giresun Belediyesi örneğiyle ele alan bu çalışma, kurumsal olarak belediyelerin görev alanları ile ilgili gerçekleştirdikleri eylemler ve bu eylemlerle aracılığıyla vatandaşta oluşan izlenimlerin uzun dönemde belediye bakışı etkilediğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, belediyeye dönük genel algı, belediyeyi temsil makamı olan başkanlıktan ulaşım, sosyal ve kültürel faaliyetlerden üst ya da alt yapı hizmetlerine kadar geniş bir alanda gerçekleşen faaliyetler ve bunların iletişim yönetiminden etkilenmektedir.

Çalışmada belediyenin eylemleri ya da vatandaşın belediyeyle ilgili somut gerekçelere dayalı olarak edindiği izlenimlerin “belediye başkanı”, “ulaşım”, alt yapı”, “sosyal ve kültürel faaliyetler”, “imar ve planlama”, “personel”, “üst yapı” ve “temizlik” gibi faktörlere dayalı olduğu ortaya konmuştur. Bu faktörler daha yoğun bir şekilde siyasal görüş ve oy verilen parti değişkenleriyle anlamlı fark oluşturmaktadır. Buna karşın sosyo-demografik değişkenler açısından anlamlı fark oluşturan faktör sayısı genel itibarıyla daha düşük düzeydedir. Dolayısıyla belediye imajının tanımlanmasında siyasal görüş ve oy verilen parti değişkenlerinin önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Cumhuriyet Halk Partisi adayının belediye başkanı seçildiği Giresun’da kendisini “sol” görüşle tanımlayanlar “muhafazakar” ve “milliyetçi” olarak tanımlayanlara göre Giresun Belediyesinin hizmetleriyle ilgili daha olumlu bir algıya sahip olmuşlardır. Aynı şekilde Belediye Başkanlığı seçiminde Cumhuriyet Halk Partisine oy verenler diğer partilere oy verenlere göre çalışmada ortaya konan imaj faktörlerini daha yüksek bir ortalama ile desteklemişlerdir. Bu durum belediye hizmetlerinin ya da diğer kurumsal faaliyetlerinin vatandaşta bıraktığı izlenim üzerinde siyasi bakışın önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

İmaj faktörleri, Giresun Belediyesiyle ilgili “kaliteli hizmet üretir”, “insan odaklı bir çalışma prensibine sahiptir”, “halkla bütünleşerek hizmet üretir”, “güçlü bir şekilde saygı duyuyorum”, “seviyorum”, “bağlılık duyuyorum”, “söylediklerini güvenilir ve inanılır bulurum”, “hakkındaki olumsuz bilgilere kuşkuyla yaklaşırım”, “başkalarına anlatmaktan mutluluk duyarım” şeklinde araştırmanın ikinci bölümünde tanımlanmış olan genel algıları etkilemektedir. Bu algılar yüzde

22 ve yüzde 44 arasında imaj faktörleri tarafından açıklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, Giresun Belediyesiyle ilgili tanımlanmış olan genel algılar yüzde 22 ve 44 arasındaki değerlerle imaj faktörlerinin etkisi altındadır. Ancak çoğunlukla bu oran yüzde 40'lar düzeyindedir. Faktörlerin bu genel algıları açıklama yönü ise pozitif yönlüdür. Daha açık bir anlatımla, imaj değerlerinde meydana gelebilecek bir artış ya da azalış aynı yönlü olarak belediyeye ilgili genel algıları da etkilemektedir. Genel algılar üzerinde en yüksek etki düzeyine sahip olan imaj faktörü, açık bir farkla “başkan” faktörüdür. Bu durum Giresun Belediyesiyle ilgili genel algıların tanımlanmasında siyasi faktörün önemli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla vatandaşlar somut bir çıktı olarak edindikleri hizmetleri siyasi tercihlerin etkisi altında değerlendirmektedirler. Genel algılar üzerinde “başkan” faktöründen sonra genellikle “alt – yapı hizmetleri”, “sosyal ve kültürel faaliyetler” ve “personel” faktörleri önemli etkenlerdir. Personel” faktörünün öne çıkan faktörler arasında yer alması vatandaşların Giresun Belediyesiyle ilgili genel algıyı tanımlama süreçlerinde belediyenin kurumsal iş görme alışkanlığının önemli bir etken olduğu şeklinde yorumlanabilir. Çünkü belediye hizmetlerinin vatandaşa dağıtılması sürecindeki personelin tutum ve davranışları bu algının oluşmasında belirleyici bir etkidir.

Araştırmanın temel bulguları dikkate alındığında belediyenin imaj değerinin özellikle başkan faktörü üzerinden güçlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü belediyenin genel algısı üzerinde en yüksek etkiyi açık bir farkla “başkan” faktörü yapmaktadır. Başkan faktörü siyasi taraftarlık çerçevesinde belli bir orana kadar güçlü bir imaj olarak korunabilir. Ancak bu oranın üzerine çıkabilmek için daha açık, daha geniş bir kitleyi kuşatan ve taraftarları pekiştirmenin yanında muhalif olanların da yönetime katılmalarını sağlayan bir stratejiyle başkana bağlı imaj değeri yükseltilebilir. Buna bağlı olarak belediyeye dönük genel algı da güçlenecektir.

Bu çalışmada belediye başkanı ve temel belediye hizmetlerine dayalı olarak gelişen genel imaj boyutlarının uzun dönemde belediyenin itibar değerini nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, imaj boyutları daha daraltılarak ele alınabilir ve somut bir eylem üzerinden belediye imaj boyutları tanımlanarak bunların belediyenin itibar değeri üzerindeki etkisi incelenebilir. Daha açık bir anlatımla; belediyenin gerçekleştirdiği bir sosyal sorumluluk faaliyeti, bir alt yapı hizmeti veya sadece personelin davranışları gibi örnek bir olay üzerinden proje tabanlı olarak imaj boyutları belirlenerek itibara etkisi ele alınabilir.

Kaynaklar

- Acar, E., (2012). *İtibar Yönetimi*. Kerasus Yayınları.
- Akdağ, M. (2010). *Örgütsel Açıdan İnsan Kaynakları ve Halkla İlişkiler*. Literatürk Yayını.
- Alnaçık, E.; Alnaçık, Ü. ve Genç N., (2010), Kurumsal İtibar Bileşenlerinin Algılanan Önemi Demografik Özelliklerden Etkilenmekte midir? *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13(23), 93-114.
- Barnett, M. L.; Jermier, J. M. & Laffert, B. A. (2006). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Engin, E. (2014). Kurum İmajı Çerçevesinde Kimlik, İmaj ve İtibar İlişkisine Genel Bir Bakış. G.I. Aydınalp (ed.), *İmaj Üretimi içinde (ss.1-16)*. Nobel Yayınları.
- Definition of reputation. (2018, 25 Ocak). Takvim. 25.01.2018 Tarihinde <https://www.merriam-webster.com/dictionary/reputation> adresinden edinilmiştir.
- Definition of image. (2018, 25 Ocak). 25.01.2018 Tarihinde <https://www.merriam-webster.com/dictionary/image> adresinden edinilmiştir.
- Fombrun, C. J.; Gardberg, N. A. & Sever J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A Multi Stakeholder Measure of Corporate Reputation. *A Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Göksel, A. B. (2010). *Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Griffin, A. (2014). *Crisis, Issues and Reputation Management*. Kogan Page.
- Güllüpunar, H. (2017a). İmaj ve İtibarın Kavramsal Farklılıkları Bağlamında Public Relations Review Dergisinde Yayınlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme. II. *Uluslararası Akademik Araştırmalar Kongresi Bildiri Kitabı içinde (ss.1648-1656)*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Güllüpunar, H. (2017b). Reputation Management as a Strategic Practice of Public Relations in the Frame of Turkey. U. Arkan (ed.). *Practice Fields in Public Relations: The Panorama of Turkey (pp.87-111)*. Frankfurt: Peter Lang GmbH.
- İtibar. (2018, 25 Ocak). 25.01.2018 Tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a69c28db58e11.07356502 adresinden edinilmiştir.
- İmaj. (2018, 25 Ocak). 25.01.2018 Tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a69c2953a6341.97422545 adresinden edinilmiştir.
- Kadıbeşegil S. (2013). *İtibar Yönetimi*. Medicat Yayınları.
- Kalaycı, Ş. (2006). Faktör Analizi. Ş. Kalaycı (ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde (ss.321-331)*. Asil Yayınları.
- Karaköse, T. (2012). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*. Nobel Yayınları.
- Karatepe, S. (2008). İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (23), 77-97.
- Kayış, A. (2006). Güvenilirlik Analizi. Ş. Kalaycı (ed.). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (ss.403 - 419)*. Asil Yayınları.
- Kim, Y. (2014). Strategic Communication of Corporate Social Responsibility (CSR): Effects of Stated Motives and Corporate Reputation on Stakeholder Responses. *Public Relations Review*, 40, 838-840.
- Kurtulmuş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Okay, A. & Okay, A. (2007). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Der Yayınları.
- Peltekoğlu, F. B. (2016). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayınları.
- Ponzi, L. J.; Fombrun, C. J. & Gardberg, N. A. (2011). RepTrakTM Pulse: Conceptualizing and Validating A Short-Form Measure of Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 14(1), 15-35.

- Sabuncuoğlu, Z., (2010). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.
- Shim, K. & Yang, S. U. (2016). The Effect of Bad Reputation: The Occurrence of Crisis, Corporate Social Responsibility, and Perceptions of Hypocrisy and Attitudes Toward A Company. *Public Relations Review*, 42, 68-78.
- Yener, M. & Ergun, S. (2014). İtibar Yönetimi: Tanım, Ölçüm ve Teori. H. Sumer & H. Pernsteiner (ed.), *İtibar Yönetimi İçinde* (ss.3-23). İstanbul: Beta Yayınları.



II. Dünya Savaşı'nda Kadınlara Yönelik Hazırlanan Afişlerin Göstergebilimsel Çözümlemesi: “Women’s Land Army” Örneği*

Semiotic Analysis of the Posters Prepared Towards Women in the Second World War:
“Women’s Land Army” Case

Samet KAVOĞLU**

Öz

II. Dünya Savaşı'nın çetin şartlarında erkeklerin askere gitmesiyle azalan tarımsal üretimi tekrar arttırmak; kentli işsiz kadınları da bir iş sahibi yaparak, az da olsa gelir elde edilmesini sağlayarak, oluşan psikolojik yıkımın önüne geçmek amacıyla İngiltere, Avustralya ve ABD'de kurulan “Women’s Land Army” organizasyonlarının afişleri, araştırma kapsamında göstergebilimsel olarak incelenmiştir. Her üç ülkede de yayınlanan afişlerin ortak özellikleri kentli kadına hitap edilmesi nedeniyle tarım arazileri içerisinde şık ve bakımlı kadın görsellerinin kullanılması ve yapılan işin kolay ve keyifli olduğunu belirtmek adına kadınların güler yüzlü ve yorgunluk belirtisine yer verilmeden betimlenmesidir. Bu olumlu ve keyifli tasvire karşın gerek ilgili dönemde yaşayanların anlatımları, gerekse tarımsal üretim faaliyetinin doğası afişlerde gösterilenlerin gerçeklerle örtüşmediğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Kadın, Tarım, Üretim, Afiş.

Abstract

The paper applies semiotic analysis on the posters prepared by “Women’s Land Army” established in the USA, England and Austria in order to improve the agricultural production, which was decreased after men’s joining to the army in harsh conditions of the Second World War, and prevent psychological destruction by employing the unemployed urban women as well in some kind of labor and enabling them to earn income even if it is just a smidgen. The study in the paper argues that the posters published in these three countries have some characteristics in common; they all use visual expressions of

* Bu çalışma, 4. Genç Bilim Adamları Sempozyumu'nda sunulan tebliğ genişletilerek hazırlanmıştır.

** Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, sametkavoglu@gmail.com.

presentable women in the agricultural lands due to addressing the urban women and describe the smiling women without any sign of exhaustion to indicate how this work is easy and pleasant. Despite these positive and pleasant descriptions, not only the statements of the people lived in the relevant period and but also the nature of agricultural production reveal that the signified do not jibe with reality.

Keywords: Semiotics, Women, Agriculture, Manufacturing, Poster.

Giriş

Küresel çapta çok büyük yıkımlara neden olan I. ve II. Dünya Savaşları, yaşanan can ve mal kayıplarının yanı sıra toplumsal hayatı çok derinden etkileyen yeni kavram ve olguların da oluşmasına neden olmuştur. Savaşa müdahil olan tüm ülkelerde üretimde ağırlıklı olarak görev alan erkeklerin, savaşa katılmak üzere orduya dahil edilmesiyle birlikte, toplumsal hayatın devamı, ordunun, kamunun ve vatandaşların ihtiyacı için kadınların daha yüksek oranda üretim faaliyetlerine katılımı gerekmiştir.

Sanayi tesislerinden, tarımsal üretime, hizmet sektörlerinden, ordu görevlerine kadar pek çok alanda kadın emeğine artan oranda ihtiyacı dikkate alan hükümetler, ilgili kurumları kanalıyla çeşitli faaliyetler düzenlemiş ve bunları duyurmak için dönemin en etkin iletişim yöntemleri olan basılı materyaller ve radyodan yararlanılmıştır.

Bu araştırma çerçevesinde tarımsal üretimi canlandırmak, savaş esnasında gerekli gıda maddelerinin sıkıntısını yaşamamak, bunların yanı sıra savaşa katılmayan kadın vatandaşları da bu seferberliğin içerisine dahil ederek, oluşabilecek psikolojik ve sosyolojik sorunların önüne geçmek amacıyla başta İngiltere olmak üzere, ABD ve Avustralya'da kurulan "Woman's Land Army" yapılanmaları ele alınmış ve bu organizasyonlara daha fazla sayıda üye kazandırılmak amacıyla basılan afişler göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir.

Göstergebilim

Türkçede göstergebilim ile karşıladığımız semiyotik sözcüğü Yunanca semeiotike teriminden, semiyoloji sözcüğü ise Yunanca semeion (gösterge) ve logia ("kuram" "söz") anlamından doğmuştur (Rifat, 1992, s. 17).

Göstergebilim, öbür okuma yöntemlerine eklenen yeni bir okuma biçimi değil, okumanın, çözümlemenin koşulları konusunda ortaya atılmış, geliştirilmiş, tutarlı, tümü kapsayıcı bir varsayımlar ağıdır. Bir başka deyişle anlatılarda, metinlerde anlamların nasıl birbiriyle eklenerek üretildiğini araştıran, öncelikle de bu üretim sürecini ortaya koyabilecek bir kuramsal aygıt (düşünme modeli) geliştiren bilimsel tasarıdır (Rifat, 1996, s. 17).

Göstergebilimsel çözümlemeye başvuran kişi;

Çokanlamlı dizgeleri ele aldığımda, "yorumu açık dizge" ya da "anlamı sonsuz dizge" diyerek, "her şeyi söyleyebilme" yetkisini kendine tanımaz. Anlatının çokanlamlılığını (anlatı içine yerleşmiş, aralarında bağlantı bulunan anlamlar demeti) yine anlatının kendi içinde tutarlı bağlantılar, ilişkiler ağı kurarak yeniden yapılandırmaya çalışır. Anlatının yüzeyine değil, derinliklerinden yüzeye uzanan üretim sürecini çözümlerken, "her şeyin söylenebileceği"ne değil, "her şeyin birbirleriyle bağlantı içinde bulunduğu"na, bu nedenle, çözümleyici söylemin de bir tutarlılık içinde yaratılabileceğine inanır. (Rifat, 1996: 14-15)

Fiske (2003) bu durumu şöyle bir örnekle açıklamaktadır:

Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir; "sokak" sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayarı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu bir oyun alanı hâline getirebilirim. Ya da siyah-beyaz bir film, sert odak ayarı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan çocuklar için soğuk, zalim, barınılmaz ve yıkıcı bir mekân hâline getirebilirim. (s. 116)

İtalyan göstergebilimci Umberto Eco; "Dilsel olan veya olmayan herhangi bir metnin işleyişi, üretilme anının yanı sıra bu metnin anlaşılması, gerçekleşmesi, yorumlanması açısından hem alıcının oynadığı rol, hem de metnin bu tür katılım biçimlerini nasıl öngördüğü göz önüne alınır" der. Televizyon bildirimlerini inceleyen Eco televizyonda verilen bildirimlerin yani kodların kendi vericilerinin düzgülerine uygun olarak incelenmesinin uygun olmadığını belirtir ve kendi alıcılarının kodlarına bağlı olarak ne söylediğinin ya da ne söyleyebileceğinin de incelenmesi gerektiğini belirtir. Eco çalışmalarında üç tür amaç belirtir. Bunlar: 1- Yaratıcının amacının (*intentio auctoris*) araştırılması olarak yorum, 2- Yapıtın amacının (*intentio operis*) araştırılması olarak yorum, 3- Okurun amacının (*intentio lectoris*) verilışı olarak yorum arasındaki ayırmadır.

Burada sorulması gereken sorular:

- Metinde, yazarın ne söylemek istediği
- Metinde, metnin ne söylediği
- Metinde alıcının orada ne bulduğunu, alıcının kendi anlamlama dizgelerine, arzularına ya da isteklerinin ne olduğudur. (Akt. Rifat, 2005)

Sonuç olarak kısaca ifade etmek gerekirse; bir iletişimin gerçekleşebilmesi için verici tarafından gönderilen mesajın alıcı tarafından anlaşılması gerekir. Dolayısıyla alıcının peşinde olduğu şey göstergenin hangi maddeden yapıldığı, biçimi, hacmi ya da görüntüsü değildir. Onun için önemli olan, göstergenin anlamıdır. Çünkü alıcı, göstergenin ne anlattığını anlayabilirse bildiriye çözmüş olacaktır. (Günay, 2002, s. 184)

Reklamların Göstergibilimsel Çözümlemesi

Culler'ın (1985), Saussure'ü konu edindiği kitabındaki "bir ekinde anlamı olan her şey bir gösterge ise, dolayısıyla göstergibilimsel bir araştırma nesnesiyse, göstergibilim insanbilimlerin

ve toplumbilimlerin çoğu dallarını kapsamına alacaktır. Herhangi bir insan etkinliğine, müzik olsun, mimarlık, görgü kuralları, reklâm, moda, yazın olsun, her birine göstergebilim açısından yaklaşabiliriz” (s. 100) şeklindeki ifadesinden yola çıkarak basılı reklam materyalleri olan afişlerin de göstergebilimsel çözümlemesinin yapılabileceği düşüncesi hakim olmuş ve bu konuda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Dilbilimci olan Saussure göstergebilimsel çözümlemeyi metinler üzerinde yapmış, Charles Sanders Pierce ise çalışmalarıyla alanın genişlemesine imkan sağlamıştır.

Pierce, Lady Welby’ye yazdığı mektupta “matematik, ahlak, metafizik, genel çekim, termodinamik, erkekler ve kadınlar, şarap, ölçü ve tartı birimi, ne olursa olsun her şeyi ancak göstergebilimsel olarak incelemiştir.” şeklinde yazmaktadır. Felsefecinin bu mektubu ve çeşitli çalışmaları göstergebilimin, dilbilim ve edebiyat dışı alanlarda geçerlik kazanmasını sağlamıştır (Akt. Küçükdoğan, 2009).

Olaya reklâmlar açısından bakıldığında ise şunlar söylenebilir. Her reklâm bir üründen söz eder; bu onun düz anlamıdır. Ancak başka şeyler anlatır; bu da onun yan anlamıdır (Akt. Küçükdoğan, 2009),

John Fiske (2003), bu yaklaşımla ilgili şöyle bir örnek vermektedir:

Chanel firması Fransız yıldız Catherine Deneuve’yü, parfümüne incelikli geleneksel Fransız şıklığının özel bir imgesini vermek için seçtiğinde Catherine Deneuve sistemdeki bir gösterge hâline geldi. Bir gösterge olarak Catherine Deneuve’nün anlamını belirleyen, diğer gösterge yıldızlarıdır. Catherine Deneuve bir Susan Hampshire (fazla İngiliz), bir Twiggy (fazla genç, modayı yakından izleyen, benimsediği modayı çabuk değiştirebilen), bir Brigitte Bardot (aptal sarışın) ve diğerleri değildi. (s. 69)

Fisk’in ifade ettiği şekilde örnekler çoğaltılabilir, fakat genel olarak ele alındığında, günümüzde göstergebilim çabaları aralıksız olarak büyüyorsa, bu, gerçekte, dünyadaki anlamlamanın önemini ve yayılımını daha iyi fark ediyoruz demektir. Anlamlama artık modern dünyanın düşünme biçimi durumuna gelmektedir; bu biraz da, “olay”ın, daha önceleri pozitif bilimin düşünce birimini oluşturmuş olması gibi bir şeydir (Barthes, 1993, s. 155).

Women’s Land Army

Woman’s Land Army (WLA) savaşa giden erkeklerin yerine tarımda çalışmaları için kadınları teşvik etmek amacıyla I. ve II. Dünya Savaşı esnasında İngiltere’de kurulan sivil bir örgütlenmedir. İngiltere’de “Land Girls” olarak bilenen organizasyonun savaş zamanındaki tarımsal üretime sağladıkları katkılar, olumlu sosyolojik ve psikolojik etkiler tespit edilince aynı ad ve faaliyet tanımlarıyla Amerika Birleşik Devletleri ile Avustralya’da da WLA’lar kurulmuştur (Wikipedia, 2012).

İngiltere’de I. Dünya Savaşı zamanında Tarım Bakanlığı tarafından organize edilen “Land Army” 1915 yılında faaliyetlerine başlamış ve 1917 yılı sonuna kadar 260.000 civarında kadın, tarım işçisi olarak, 20.000’i de kendi hesaplarına WLA’da çalışmışlardır.

Sadece İngiltere'de 6 milyon erkeğin savaşa katıldığı bir dönemde gıda arz ve güvenliğinin sağlanması ve kadınların da savaşın bir parçası haline gelmesi amacıyla kurulan WLA'lara ilk anda geleneksel çiftçilerin çoğunun karşı çıkmasına rağmen Ticaret Bakanlığının yoğun bilgilendirmeleri sonucu bu faaliyet başarıya ulaşmıştır.

I. Dünya Savaşı'nın bitmesiyle normal hayatlarına dönen kadınlara, II. Dünya Savaşı'nın sinyallerinin iyice hissedilir olmaya başlamasıyla birlikte tarımsal üretimin arttırılması amacıyla tekrar ihtiyaç duyulduğunda, dönemin İngiliz Hükümeti WLA'yı Haziran 1939'da tekrar başlatmıştır.

WLA'ya katılanların büyük bölümü kırsalda yaşayan kadınlar olmakla birlikte, Londra ve kuzeydeki sanayi şehirlerinden katılan da pek çok kadının organizasyon içerisinde yer alması önemli bir noktadır.

İlk etapta gönüllülük esasına göre işleyen sistem, zorunlu askere almalar tarafından desteklenince 1944'te 80.000 civarında üye kitlesine sahip oldu ve dağıtıldığı 21 Ekim 1950 tarihine kadar faaliyetlerini devam ettirdi (Nationalarchives, 2012).

Daha önce de ifade edildiği gibi bu sistem ABD'de ve Avustralya'da da uygulanmıştır. 1943 yılında kurulan "Women's Land Army of America" (WLAA) 1947 yılına kadar, 1942 yılında kurulan "Australian Women's Land Army" (AWLA) ise 1945 yılına kadar faaliyetini sürdürmüştür.

Australian Women's Land Army

AWLA, II. Dünya Savaşı sırasında tarım sektöründe artan işgücü ihtiyacını karşılamak amacıyla 27 Temmuz 1942'de İngiliz WLA örnek alınarak kurulmuştur. Japonya'nın karşı blokta yer alması ile birlikte, Avustralya derhal asker alımlarına başlayınca boş kalan çiftlikler ve tarım arazilerinin işlenmesi için; savaş döneminde yurtdışından gıda maddesi temininin zorluğu da hesaba katılarak, kamu ve kadın örgütlenmeleri ortaklığında, İşgücü Genel Müdürlüğü koordinatörlüğünde hızlı bir örgütlenmeye gidilmiştir. 18 ila 50 yaş arasındaki İngiliz ya da müttefik ülke kökenli göçmenlerin kabul edildiği organizasyonda kentli ve tarımsal faaliyetler konusunda bilgisi düşük kadınlar ağırlıktaydı (AWM, 2012; Wikipedia, 2012).

Haftada 48 saat çalışılan ve ortalama 30 Şilin ücret alınan AWLA'da 1943 yılına gelindiğinde 2382 daimi ve 1039 yardımcı üye olmak üzere toplam 3421 üye vardı ve bu örgütün ulaştığı en yüksek noktaydı. AWLA mensupları genel olarak sebze-meyve yetiştiriciliği, domuz, koyun ve kümes hayvanları bakımı gibi işlerde çalışmışlardır. Daimi çalışanlara hastalık yardımı da ödenmesine rağmen, aynı işi yapan erkeklerden çok daha düşük ücretlerle çalıştırılmışlardır (AWM, 2012).

Women's Land Army of America

WLAA, İngiliz WLA örnek alınarak I. ve II. Dünya Savaşlarında faaliyet gösteren, savaşan erkeklerin yerine kadınların çalışması prensibine dayalı tarımsal bir üretim yapılanmasıdır (Weiss, 2009). 1917-1921 ve 1943-1947 yılları arasında çalışmalarını yürüten organizasyonda görev alan kadınlar bazı kaynaklarda "farmerettes" olarak ifade edilmektedir (Radcliffe, 2012).

I. Dünya Savaşı süresince çoğu eğitimli ve üniversitelerin koordinasyonu ile irtibat kurulan 15-20 bin kentli kadın WLAA'da istihdam edilmiştir. Theodore Roosevelt gibi ilericiler tarafından desteklenen WLAA özellikle ABD'nin Batı ve Kuzeydoğu bölgelerinde etkili olmakla birlikte, dönemin ABD Başkanı Woodrow Wilson'ın muhalifleri tarafında kadın gücü ve bu faaliyetlerin kadın sağlığı üzerine etkileri konusu sorgulanmıştır (Wikipedia, 2012).

II. Dünya Savaşına gelindiğinde ise, 18 yaş altı kız ve erkekler için kurulan "Victory Farm Volunteers" organizasyonu ile birlikte Amerikan Mahsul Teşkilatı çatısı altında yeni bir yapılmaya gidilmiştir. Bu dönemde sadece Oregon Eyaleti'nde çalışan WLAA üyelerinin sayısı dahi 135 bin kişi düzeyindedir (Arcweb, 2012; Nebraskahistory, 2012).

Yöntem

Araştırmada İngiltere, ABD ve Avustralya'da II. Dünya Savaşı süresince kadınları tarımsal faaliyetlere yönlendirmek amacıyla basılmış afişler göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Göstergebilimin araştırmaya konu her nesneyi bütüncül olarak değerlendirip, anlam katan unsurları ve anlamaya aracılık eden unsurları kesitlere ayırma yaklaşımı ekseninde şekillenen araştırmada üç ülkenin kadınlara dönük propaganda afişleri bütünü içerisindeki karşıtlıklar ve imgelere yüklenen anlamlar üzerinden okunmaya çalışılacaktır. Bu noktada giyim, sözsüz iletişim öğeleri ve arka fon gibi simgesel kodların yanı sıra sloganların ve diğer yazılı göstergelerin de ayrıntılı analiz edileceği ve göstergeler arası ilişkilerin çeşitli açılardan sorgulamaya tabi tutulacağı ifade edilebilir.

Sınırlılıklar

Araştırmaya konu afişlerin basılı nüshalarını incelemek için ilgili ülkelerin yerleşik arşivlerine erişim gerekmektedir. Araştırmanın mekânsal ve zamansal kısıtlılıkları ile yaşanabilecek bürokratik engeller göz önünde bulundurularak, ilgili görsellerin internet ortamına aktarılan suretlerinden faydalanılmıştır. İlgili döneme ait afişlerin çokluğu ve makale kapsamında değerlendirilmesinin zorluğu nedeniyle, incelenecek afişlerin seçiminde arama motorlarından yararlanılmış ve araştırma evresinde arama motorlarında en üst sırada yer alan görseller incelenmek üzere seçilmiştir.

Bulgular

Çalışmada İngiltere, Avustralya ve ABD'deki WLA organizasyonlarının afişleri göstergebilimsel çözümlenmeye tabi tutulurken üç husus üzerinde durulmuştur. Bunlardan ilki görsel göstergeler, ikincisi yazılı göstergeler, son olarak da göstergeler arası ilişkiler hususudur.

Görsel 1'de yer alan WLA görseli, İngiliz Tarım ve Maliye Bakanlıkları ile Ulusal Servis tarafından H.M. Kırtasiye Ofisi'ne hazırlattırılıp, 1939-1945 yılları arasında Londra cadde ve sokaklarına asılmıştır.

Dikey olarak tasarlanan afişte WLA üniforması giyen bakımlı bir kadın figürü ile mavi bir gökyüzü ve yeşillenmekte olan tarlalar görülmektedir. "Sağlıklı ve Mutlu Bir İş İçin Kadınların Arazi Ordusu'na Katılın" olarak Türkçeleştirilebilecek bir ifade ve detaylı bilgi için irtibat bilgileri yer almaktadır.

Görsel 1. İngiltere'de II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayınlanan WLA Afişi



Kaynak: McMaster Ü. Kütüphaneleri

WLA Afişinin Görsel Göstergeleri

WLA afişinde yer alan görsel göstergeler buğday başakları içerisinde bir elinde ceket, bir elinde dirgeni ile arka fonda yer alan tarlaya bakan, bakımlı bir kadındır.

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

İngiltere'de II. Dünya Savaşı sürecinde WLA'ya üye olanlara iki adet kısa kollu gömlek ile iki çift çorabın yanı sıra birer çift ayakkabı/çizme ile yeşil kazak, önlük, şort, şapka ve yağmurluktan oluşan üniformalar verilmiştir. Görselde yer alan kadının üzerindeki kıyafetler de işbu WLA üniformasıdır.

İlk bakışta dikkati çekeceği gibi kıyafetler kadının üzerine tam oturmuş ve arkada görünen tarlayı işlemesine rağmen üzerinde tek bir leke olmadığı gibi, az bile olsa terleme belirtisi görülmemektedir.

b. Sözsüz İletişim:

Ortaya koyduğu işe gururla bakan, kendinden emin ve dik bir duruş sergileyen kadın figürü buğday başaklarının içerisindeki ayakları hariç tamamen görünmektedir. Afişin sol tarafında hafif yan bir açıyla resmedilen kadının yüzünde beliren ifade yaptığı işten duyduğu gururu gösterirken, uçsuz bucaksız tarlaların ortasında bakımlı görüntüsüyle dikkat çekmektedir.

c. Arka Fon:

Arka fonda masmavi bir gökyüzü altında açmakta olan buğday tarlası ve etrafta yeşillenmiş olan diğer araziler görünmektedir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“For A Healthy, Happy Job Join The Women’s Land Army”

“Sağlıklı ve Mutlu Bir İş İçin Kadınların Arazi Ordusuna Katılın” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının “For a healthy, happy job” bölümü mavi bulutların önünde lacivert, italik ve bombeli bir stilde, “join the” kısmı askeriye çağrıştıracak şekilde koyu yeşil ve italik; “Women’s Land Army” ise koyu kahve, tümü büyük harflerle ve ince bir fontla yazılmıştır.

b. Diğer:

“For Details Apply To Nearest WLA County Office Or To WLA Headquarters 6 Chesham Place (Street) London S.W. 1.”

“Ayrıntılı bilgi için en yakın WLA Bölge Ofisine ya da 6 Chesham Yerleşim Yeri (Caddesi) Londra S.W.1’deki WLA Merkezine müracaat edebilirsiniz” şeklinde çevrilebilecek yazının “For details” bölümü küçük harf ve italik olarak, geri kalan bölüm ise bir alt satırda ve büyük harflerle kahverengi olarak yazılmıştır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

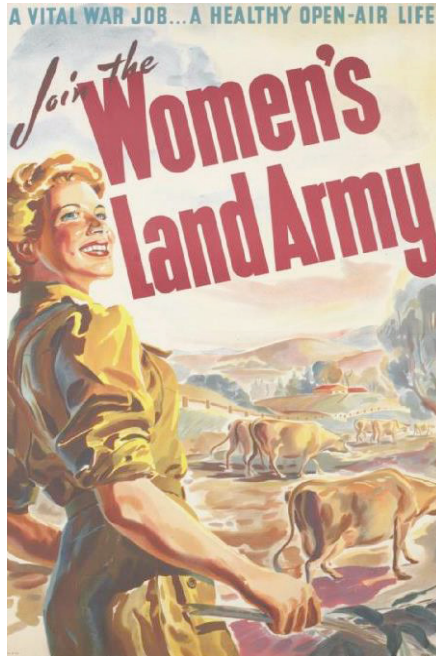
WLA afişinde göze çarpan ilk husus yaptığı işten gurur duyan üniformalı kadın görselidir. II. Dünya Savaşı’nın çetin şartları içerisinde “sağlıklı ve mutlu bir iş” bulmanın önemli bir fırsat olduğu nitelendirilmek istendiğinden bulutların önünde, özgürlüğü temsil eden mavi ve italik bir font kullanılması vurguyu kuvvetlendirmiştir. Haki renkteki “join the” (katıl) yazısı ve üniforma savaş psikolojisindeki toplumda, kadınları da bu faaliyete katılarak savaşın bir parçası olduklarına ikna amaçlı olarak kullanılmıştır. Kentli ve daha önce tarımla ilişkili işlerde çalışmamış kadınları

hedef kitle olarak seçen organizasyon afişlerinde kadın figürünü tarlaların ortasında bir moda ikonu gibi resmederek önyargıları ve korkuları yıkmaya çalışmıştır. "Women's Land Army" ifadesine de tamamı büyük harflerle ve basılı alanın dörtte biri ölçüsünde yer verilerek dikkatler organizasyona çekilmek istenmiştir. Organizasyon, kadınlardan oluşan bir tarım ordusunu temsil ettiği için, kadın zarafetine uygun ince bir font seçildiği de görülmektedir. Afişte uçsuz bucaksız tarlalarda tek bir kadının resmedilerek, bir kadının bile neler başarabileceği mesajı verilirken, diğer taraftan bireyselci İngiliz yaşam tarzına da bir gönderme yapılmaktadır.

Görsel 2'de yer alan afiş ise Avustralyalı kadınların tarım ve hayvancılık faaliyetlerinde çalışmasını özendirilebilmek adına AWLA tarafından 1943 yılında H ve G Pty Ltd. Şti.'ye hazırlattırılmıştır.

745x478 mm ölçülerinde, dikey olarak hazırlanan afişte Avustralyalı bir kadın elinde ince bir ağaç dalı ile hayvan sürüsünün yanı başında resmedilmiştir.

Görsel 2. Avustralya'da II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayımlanan AWLA Afişi



Kaynak: İmparatorluk Savaş Müzesi

AWLA Afişinin Görsel Göstergeleri

AWLA afişinde yer alan görsel göstergeler elinde ince sopasıyla sarı saçlı, beyaz tenli, yapılı saçları, makyajlı yüzü ile bakımlı bir kadın ve arka fonda geniş bir arazide büyük baş hayvanlar şeklindedir.

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

AWLA'da da katılımcılara, İngiltere'deki gibi üniforma benzeri kıyafetler verilerek, savaş psikolojisindeki toplumun düşünce sistematiğine uygun bir giyim tarzı benimsenmiştir. Açık kahve tonlarında kolları dirseklere kadar sıyrılmış kıyafet kadının üzerine tam oturmuş ve arkada görünen büyükbaş hayvanlarla ilgilenmesine rağmen üzerinde tek bir leke de olmamıştır.

b. Sözsüz İletişim:

Şehirli kadın için zor bir iş olarak görülebilecek hayvancılık faaliyetiyle uğraşmasına rağmen yüzünün gülüyor olması, yaptığı işten keyif aldığı ve düşüncedekinin aksine bu faaliyetin çok da zor bir iş olmadığı mesajını vermektedir. Afişin yarıya yakın bölümünü kaplayan kadın figürünün kendinden emin ve dik duruşu, saçlarının ve makyajının çiftlik ortasında bile normal hayatındaki gibi yapılı oluşu aslında dikkatle okunması gereken göstergeler olarak dikkat çekmektedir. Görseldeki kadın figürünün ten ve saç rengi de dönemin düşünce sistematiğini okumak adına önemli sözsüz, yazılı olmayan göstergelerdir.

c. Arka Fon:

Arka fonda çitlerle çevrilmiş bir arazi ve küçük yükseltiler ile birlikte yarıya kadar görünen bir ağaç ve birkaç adet büyükbaş hayvan görünmektedir. Çok parlak olmasa da mavi bir gökyüzü resmedilmiştir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“A Vital War Job... A Healthy Open-Air Life”

“Join The Women's Land Army”

“Hayati Bir Savaş Görevi... Sağlıklı Açık hava Hayatı” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının “A Vital War Job... A Healthy Open-Air Life” afişin üst bölümünde, turkuaz rengi ve büyük harflerle, “join the” koyu kahve, italik ve aşağıdan yukarıya doğru; “Women's Land Army” ise kırmızı renkte ve ilk harfleri büyük olarak yazılmıştır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

Savaş ortamında hazırlanmış afişte hem yazılı hem de görsel göstergelerle psikolojik faktörlere göndermeler yapıldığı görülmektedir. Yapılacak iş “hayati bir savaş görevi” olarak nitelendirilirken, kadın figürünün üzerindeki askeri üniformayı çağrıştıran kıyafetle vurgu kuvvetlendirilmiştir. Diğer taraftan resmedilen kadın figürünün beyaz tenli, sarı saçlı, Avrupalı bir karaktere büründürülmesi, ilgili dönemde özellikle İngiltere kökenli olanlarla, müttefik ülke

orijinli olanların bu organizasyona dahil edilmesi isteğinin bir yansımasıdır. Ayrıca gülümseyen ve ufka bakan kadın figürü savaşın kazanılacağına ve geleceğin aydınlık olduğuna dair verilmek istenen mesajı da içerisinde barındırmaktadır. Yine burada da geniş bir arazide tek bir kadın resmedilerek, WLA afişinde olduğu gibi bir kişinin bile savaşta önemli olduğu mesajı verilmek istenmektedir.

"Women's Land Army" ifadesi yalnızca ilk harfleri büyük ve kalın bir fontla, kırmızı renkte yazılmıştır. Font ve punto yapısı ile dikkatler organizasyona çekilerken, renk seçimiyle de kadınlarla özel bir oluşum olduğu vurgusu pekiştirilmiştir.

Amerikan Mahsul Teşkilatı tarafından Hubert Morley'e hazırlattırılan Görsel 3'teki afiş 1943-1945 yılları arasında ABD'nin çeşitli eyaletlerinde kadınların WLAA'ya katılımını teşvik etmek amacıyla kullanılmıştır.

Dikey olarak hazırlanan afişte olgunlaşmış meyveleri toplayan, WLAA logolu kıyafet giyin bir kadın resmedilmiştir.

WLAA Afişinin Görsel Göstergeleri

WLAA afişinde yer alan görsel göstergeler bir eliyle üzeri meyvelerle dolu ağaç dalını tutan, diğer eliyle de olgunlaşmış meyveleri toplayan bakımlı bir kadın görselidir.

Görsel 3. ABD'de II. Dünya Savaşı Sürecinde Yayınlanan WLAA Afişi



Kaynak: Oregon Eyalet Üniversitesi Kütüphanesi (oregondigital.org)

I. Simgesel Kodlar:

a. Giysiler:

İngiltere ve Avustralya'daki üniformalara nazaran, üzerinde organizasyonun arması da olsa sivil hayata görece yakın kıyafet seçimi afişte dikkati çekmektedir. Altta siyah bir pantolon, üstte ise açık renk kolları dirseklere kadar kıvrık V yaka tişört giymiş şekilde resmedilen kadının sağ omzundan asılı ve sol tarafında duran, büyük bölümü de ağacın arkasında kaldığı için sepet olduğu düşüncesi uyandıran görsel, giysiler alt başlığı içerisinde ele alınmaktadır. Diğer görsellerde olduğu gibi estetik kaygılar bu afişte de ön plana çıkarılmış ve kıyafetler kadının üzerine tam oturmuş şekilde resmedilmiştir.

b. Sözsüz İletişim:

Olgunlaşmış meyvelerle dolu ağaç dalından ürün toplayan kadının gülen ve yukarı bakan yüzünde yaptığı işten duyduğu gurur gösterilirken, hasat gibi zor ve yorucu bir faaliyet yürüten biri olmasına rağmen saçlarının yapılı oluşu ve yorgunluk ya da terleme belirtisinin yer almaması dikkat çeken sözsüz iletişim öğeleridir.

c. Arka Fon:

Afişte WLAA üyesi kadın ve meyve ağacı dışında görsel bir unsur yer almamaktadır. Arka fonda sadece mavi bir gökyüzü görünmektedir.

2. Yazılı Göstergeler

a. Sloganlar:

“Harvest War Crops”

“Savaş mahsullerinin hasadı” olarak Türkçeye çevrilebilecek yazının ilk harfi büyük, diğerleri küçük olmakla birlikte, ince ve italik bir font seçilmiş, renk olarak da kırmızı tercih edilmiştir.

b. Diğer:

“The Women’s Land Army” büyük harflerle ve mor olarak yazılmış alt satırına da daha küçük puntolarla, büyük ve siyah harflerle bağlı olduğu teşkilat olan “of The U.S. Crop Corps” yazısı eklenmiştir. Ayrıca afişin sol alt köşesinde teşkilatın logosu yer almaktadır.

3. Göstergeler Arası İlişkiler

WLAA afişinde daha önce incelenen diğer iki görselden farklı olarak arka plan kullanılmadan sadece kadın figürüne ve meyvelerin toplandığı bir ağaç dalına yer verilmiştir. Kadın oldukça bakımlı ve neşeli resmedilirken, yapılan işin zorluğu gibi gerçeklerden uzaklaşarak verilmek istenen mesajın kuvvetlendirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Kadının üzerindeki kıyafetler

İngiltere ve Avustralya uygulamasının aksine savaş üniformasından ziyade kolej üniformasına benzer şekilde tasarlanmıştır. Bu seçim askeri disiplinden daha çok, savaş döneminde toplumsal aidiyet duygusunu arttırmak için kurulmuş gönüllü bir oluşum izlenimi vermek için tercih edilmiş; bu durum üniformayla birlikte oluşabilecek aktif savaş psikolojisinin önüne geçilmek istendiği şeklinde yorumlanabilir. Zira ilgili dönemde savaşın ABD toprakları dışında sürüyor olması da bu düşüncüyü kuvvetlendirmektedir. Afişte diğerlerine nazaran dikkat çeken bir diğer nokta da katılma dönük doğrudan bir çağrı ifadesinin yer almamasıdır. Savaş mahsullerinin toplanması olarak tanımlanan keyifli, yorucu olmayan ve faydalı bir faaliyet olduğu ve bunun WLAA tarafından gerçekleştirildiği ifade edilerek dolaylı bir çağrı yapılmaktadır.

Sonuç

İngiltere, Avustralya ve ABD'de yayımlanan her üç afişte de yazılı ve görsel göstergelerle gösterilmek istenen hususlar incelendiğinde, ortak noktanın kentli kadınların hedeflenmesi olduğu görülmektedir. Kentli kadına alıştığı hayattan vazgeçmeden, bu işleri yaparken de bakımlı olabileceği, çok fazla yorulmadan, sağlıklı ve mutlu bir iş yapabileceği mesajının veriliyor olması görünenin (düzanlam) ötesinde vurgulanan başlıca husustur.

Rakamlar incelendiğinde üç ülkede de kentli kadınlara yönelik hazırlanmış afişlerle hedef kitleye ulaşım sağlandığı, fakat çizilen tabloyla (gösterilen) gerçeklerin örtüşmediği de ilgili dönem araştırmalarında görülmektedir. Örneğin İngiltere'de WLA'ya katılanların büyük çoğunluğunun daha önce garsonluk, hizmetçilik, kuaförlük ya da fabrika işçiliği gibi işlerde çalışmış; çoğunun daha önce tarımda hiç çalışmamış ve çok azının kırsalda yaşamış kadınlardan oluştuğu ve yapılan işlerin, afişlerde göz alıcı şekilde tasvir edilen yaşamdan oldukça uzak olduğu ifade edilmiştir (BBC, 2012).

Reklamlar ister ticari, isterse de kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ya da devlet kaynaklı olsunlar, doğaları gereği gerçek ile hayalin sınırlarını flulaştırarak bireyleri reklamveren hedeflerine yönlendirmeyi amaçlayan iletişim araçlarıdır.

Sonuç olarak, kamu kaynakları ile finanse edilen ve savaş zamanı azalan tarımsal üretimi tekrar sürdürülebilir bir çizgiye çıkarmak amacıyla kurulan WLA'lara üye kazandırmak için hazırlanan her üç reklam afişinde de ifade edilen fluluğun yaratıldığı görülmektedir. Göstergibilimsel bir okumayla incelendiğinde hedef kitleleri harekete geçirmek için yazılı ve görsel göstergelerin harmonisinden faydalandığı, savaş ortamında arzulanan mutlu, huzurlu ve aydınlık günlerin hayalinin de çeşitli göstergelerle pazarlandığı sonucuna varılabilir.

Kaynaklar

- Australian Women's Land Army (2012). Awm.gov.au. 07.04.2012 tarihinde http://www.awm.gov.au/encyclopedia/homefront/land_army.asp adresinden edinilmiştir.
- Australian Women's Land Army (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Australian_Women%27s_Land_Armay adresinden edinilmiştir.
- Culler, J. (1985). *Saussure*. N. Akbulut (Çev.). İstanbul: Afa Yayınları.
- Çamdereli, M. (2000). Çok ileri giderek bir 'mavi' afişi okumak ya da bir reklâm afişinin göstergebilimsel çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 5.
- Çamdereli, M. (2006). Reklam arası. Konya: Tablet Yayınevi.
- Elaine F. Weiss (2009). Before rosie the riveter, farmerettes went to work. Smithsonianmag.com. 07.04.2012 tarihinde <http://www.smithsonianmag.com/history-archaeology/Before-Rosie-the-Riveter-Farmerettes-Went-to-Work.html> adresinden edinilmiştir.
- Farm Labor Programs Work to Bring In the Crops (2012). State.or.us. 07.04.2012 tarihinde <http://arcweb.sos.state.or.us/pages/exhibits/ww2/services/farm.htm> adresinden edinilmiştir.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. S. İrvan (Çev.). Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Günay, D. (2002). *Göstergebilim yazıları*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Harvest War Crops poster (2012). 07.04.2012 tarihinde <https://oregondigital.org/catalog/oregondigital> adresinden edinilmiştir.
- Join the Women's Land Army (2012). Iwm.org.uk. 07.04.2012 tarihinde <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/33507> adresinden edinilmiştir.
- Küçükerdoğan, R. (2009). *Reklam nasıl çözümlenir? Reklam iletişiminde göstergeler ve stratejiler*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Ministry of Agriculture and the Ministry of Labour and National Service, Poster, [1939-1945] (2012). Mcmaster.ca. 07.04.2012 tarihinde <http://digitalcollections.mcmaster.ca/ministry-agriculture-and-ministry-labour-and-national-service-poster-1939-1945> adresinden edinilmiştir.
- Rifat, M. (1992). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Rifat, M. (1996). *Göstergebilimcinin kitabı*. İstanbul: Düzlem Yayınları.
- Rifat, M. (2005) XX. yüzyılda dilbilim ve göstergebilim kuralları 2: Temel metinler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- The Lost Army: The Woman's Land Army of America (2012). Radcliffe.edu. 07.04.2012 tarihinde http://www.radcliffe.edu/schles/schlesnews_lostarmy.aspx adresinden edinilmiştir.
- The Women's Land Army in Britain (2012). BBC. 07.04.2012 tarihinde <http://news.bbc.co.uk/dna/ptop/plain/A2116478> adresinden edinilmiştir.
- Women in World War II – Introduction (2012). Nationalarchives.gov.uk. 07.04.2012 tarihinde http://www.nationalarchives.gov.uk/womeninuniform/wwii_intro.htm adresinden edinilmiştir.
- Women's Land Army (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Women's_Land_Armay adresinden edinilmiştir.
- Women's Land Army of America (2012). Wikipedia.org. 07.04.2012 tarihinde http://en.wikipedia.org/wiki/Woman%27s_Land_Armay_of_America adresinden edinilmiştir.
- World War II – Crop Corps (2012). Nebraskahistory.org. 07.04.2012 tarihinde http://www.nebraskahistory.org/publish/publicat/timeline/wwii_crop_corps.htm adresinden edinilmiştir.



Milli Mücadele Ruhunun Toplumsal Harekete Dönüşümü: Telgraf Hareketi

The Transformation of the Spirit of the War of Independence into a Social Movement:
Postal Telegraph Movement

Gülcan İŞİK*

Öz

İzmir'in 15 Mayıs 1919 tarihinde Yunanlılar tarafından işgal edilmesi, Türk milletinin hafızasında derin izler bırakan ve Türk Kurtuluş Savaşı'nın dönüm noktalarından birini teşkil eden önemli bir olaydır. Nitekim Mondros Mütarekesi'nden sonra başlayan işgaller içinde Türk milletinin en çok tepki gösterdiği hadise İzmir'in işgali olmuştur. Dolayısıyla Kurtuluş Savaşı'nda milletin direnme gücünü harekete geçiren, İzmir'in işgalidir denilebilir. Özellikle de bu tarihten sonra Batı Anadolu'daki şehir ve kasabalardan başlamak üzere, ülkenin hemen her tarafında işgali protesto eden mitingler düzenlenmiş ve yurdun dört bir yanından vilayet, köy ve kasabalardan ilgili makamlara işgali protesto eden telgraflar çekilmiştir. Böylece tüm yurtta telgraflar aracılığıyla başlayan bir toplumsal hareketlenme ortaya çıkmıştır. Çalışmanın konusunu teşkil eden bu telgraflar, İstanbul'a (Padişaha, Sadarete, Dahiliye ve Hariciye Nezaretlerine ve İstanbul'daki İtilaf Devletleri temsilcilerine) çekilmiştir. Günümüz toplumsal hareket çalışmalarına, milli tarihimiz içerisinde çok önemli bir dönüm noktası olan İzmir'in işgali ve protesto hareketlerinin analizini kazandırmak amacıyla tasarlanan bu çalışmayla hem alanda var olan örneklerle tarihi bir olayın yeniden okuması kazandırılacak hem de kolektif hareketlerin Türkiye tarihine ilişkin somut veriler sunulacaktır. Bu doğrultuda, 14 vilayetten çekilen telgrafların içerik analizi yöntemiyle incelendiği çalışmada, telgraflarda ortaya çıkan ruhun, Milli Mücadele hareketinin de başlatıcısı olduğu varsayılmaktadır. İnceleme sonunda, hem işgalin Türk milleti üzerindeki etkisi hem de yurdun dört bir yanında aynı tepkiyi veren kolektif bir ruhun varlığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İzmir'in İşgali, Toplumsal Hareket, Telgraf Hareketi, Milli Mücadele.

Abstract

Occupation of İzmir by the Greek on May 15, 1919 was a key event which was engraved in the memory of the Turkish Nation and which constituted one of the turning points of Turkish War of Independence.

* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, gulcanisik@gazi.edu.tr.

Indeed, occupation of İzmir was the event which Turkish Nation reacted most among occupations in the aftermath of Mudros Armistice. Thus, this event can be considered as the catalyzer of the national resistance. Notably as of the occupation date, meetings were held countrywide starting in the urban and rural districts in Western Anatolia in order to protest the occupation and telegraphs of protest were sent from villages, towns and provinces all over Turkey. So, a social mobilization was triggered by telegraph throughout the country. These telegraphs which are the subject matter of this study were wired to İstanbul (to Sultan, Grand Vizier, Ministers of Foreign Affairs and the Interior, and to the Representatives of Entente Powers in İstanbul). This study which is designed to make an analysis on the occupation of İzmir, a significant turning point in our national history contributing to today's social movement studies, will present a novel reading for the current examples in the field and yield concrete data regarding Turkish history of social movements. In this regard, this research, which analyzes telegraphs sent from 14 cities with content analysis, assumes that the spirit emerging from the telegraphs are the starter of National Struggle movement. As a result, the study reveals the influence of the occupation on the Turkish Nation and the presence of a collective spirit which gives the same reaction throughout the country.

Keywords: Occupation of İzmir, Social Movement, Telegraph Movement, War of Independence.

Giriş

30 Ekim 1918'de imzalanan Mondros Ateşkes Antlaşması'nın hükümleri, Birinci Dünya Savaşı'nın galiplerinin Osmanlı Devleti'ni parçalamayı öngören vaatlerini gerçekleştirebilecekleri uygun bir zemin yaratmıştı. İzmir'in işgaline karar veren İngiltere, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri, 14 Mayıs 1919 tarihinde, işgalin Amiral Calthorpe tarafından yürütülmesini uygun bulmuşlardır (Akşin, 1986, s. 179-181)¹.

Oysaki İzmir'in Yunanistan tarafından işgaline Paris Barış Konferansı'nda karar verilmiştir. Venizelos, 30 Aralık 1918 tarihli konferansta, iddialarını bir muhtıradan belirtmiş ve bunları savunmuştur. Venizelos konferansta sunduğu muhtırasında, Ermenilerin isteklerinin de yerine getirilmesi gerektiğini belirterek, bu isteklerini Wilson'un barışı korumak için ileri sürdüğü prensiplere dayandırmak istiyordu. Bu prensip, “halen Osmanlı idaresinde bulunan diğer milletlerin varlıkları hiçbir baskıya maruz kalmaksızın, otonom bir şekilde, kendilerini tam inkişaf imkânları mutlak bir teminat altına alınacaktır” hükmü idi. Gerçekte bu hükmün, azınlığın çoğunluğu hükmü altına almak manasında olamayacağı oldukça açıktı. Fakat Venizelos, buna dayanarak, Yunanistan hesabına, üzerinde hak iddia ettiği bölgede Rumların çoğunlukta olduğunu söylüyor ve bunu teyit için de bir takım istatistikler gösteriyordu. Bütün bu sebeplerden dolayı Venizelos, Wilson prensiplerindeki özerklik şeklini de kabul etmiyor, bütün bu bölgelerin Yunanistan'a ilhakını istiyordu (Selvi, 2007, s. 7).

Bu sırada İzmir'de faaliyet gösteren Yunanlıların işbirlikçi cemiyetleri tarafından Rumların taşkınlıkları da günden güne artmaya başlamıştı. Rumların güttükleri asıl amaç, Türklerin

1 İngilizer, savaşın başında tarafsızlığını ilan eden Yunanistan'ı kendi taraflarına çekebilmek için “Megali İdea” doğrultusunda bir takım vaatlerde bulunmuşlardı. Çünkü İngilizer, bu bölgelere güçlü bir İtalya yerine; kendilerine bağlı, zayıf bir Yunanistan'ın yerleşmesini kendi çıkarları için daha faydalı görüyorlardı (Selvi, 2007, s. 8).

sabrını taşıyıp karışıklıklara sebebiyet vermek, ardından bölgede güven sağlanamıyor diye Batı Anadolu'nun Yunanistan'a verilmesini sağlamaktı (Kurat, 1986, s. 407). Böylece 12 Mayıs 1919'da müttefikler, Venizelos'a Yunanların İzmir'i işgal etmeleri serbestliğini vermişlerdir.

İzmirli Rumlar ise işgal haberini 13 Mayıs Salı günü öğleden sonra Aya Fotini Kilisesi'nde Mavrudis tarafından okunan Venizelos'un beyannamesiyle öğrenmişlerdi. Venizelos'un İzmir'in işgaline dair beyannamesinde; Yunan hürriyetiyle cins ve mezhep farkı olmadan, eşitlik ve adalet bahşedeceklerini, İzmir'deki etnik unsurlara itimat ve emniyet telkin edilir ve kardeşlik hisleri gösterilirse, Yunan milli menfaatlerine mükemmel şekilde hizmet edilmiş olunacağı belirtilmişti (Taçalan, 2007, s. 216-217).

Gelinen noktada 15 Mayıs 1919'da Yunan palikaryalarının İzmir'e ayak basmaları, bütün yurttaki derin bir üzüntü ve infiale sebep olmuştu. Yunan askeri sahile ayak basar basmaz halkı "Yaşasın Venizelos" diye bağırma ve alkışlamaya zorlamıştır (Mısıroğlu, 1976, s. 49-50). Neticede İzmir telgrafçılarının işgal haberini tüm yurttaki telgraf merkezlerine ulaştırmalarıyla da toplumsal hareketlenmenin fitili ateşlenmiştir. İngiliz tarihçi Arnold Toynbee'ye (2000) göre İzmir'in 1919 Mayıs'ında Yunanlılar tarafından işgali, yalnız Türk Milliyetçiliği hareketini yaratmakla kalmamış, aynı zamanda 1919-1922 Türk-Yunan Savaşı'nın da nedeni olmuştur (s. 7). Zira kolektif davranış tiplerinin ortaya çıkmasında sosyal yapı, birinci etkindir (Şentürk, 2006, s. 36). Bu noktada Neil Smelser'in kolektif davranış fikri, sosyal sistemin kriz unsurlarıyla ve onu yeniden inşa etme çabalarıyla uyumaktadır (akt. Touraine, 1985, s. 752). Smelser, "yapısal gerilimi" kolektif eylem için gerekli bir koşul olarak vurgular. Ona göre değişime yönelik her çaba, bir gerilimin sonucu olmak zorundadır (akt. Jasper, 2002, s. 539). Bu nedenle, Alain Touraine'in (1985) de belirttiği gibi toplumsal hareketler de kültürel kalıbın sosyal kontrolü etrafındaki çatışmalara atıfta bulunmaktadır (s. 760). İzmir'in Yunanlılar tarafından işgali, Türk Kurtuluş Savaşı'nın dönüm noktalarından birini teşkil eden ve Anadolu'da başlayan işgaller içinde Türk milletinin en çok tepki gösterdiği önemli bir olaydır. Çünkü o tarihe kadar bir kısım vatanperver ve ileri görüşlü asker Mütareke sonrası ortaya çıkan tabloya bakarak uzun vadeli bir kurtuluş ve çözüm arayışını görmüşken, İzmir'in işgalinin ardından aydınlar ve geniş halk kesimleri de işin ciddiyetinin farkına varmışlar ve bağımsızlığa ulaşacak en emin yolda ilerlemek üzere bir arayış içerisine girmişlerdir (Özsoy, 2007, s. 131). Dolayısıyla Kurtuluş Savaşı'nda milletin direnme gücünü harekete geçiren, İzmir'in 15 Mayıs 1919'da Yunanlılar tarafından işgalidir denilebilir (Sarıhan, 2004, s. 118). Çünkü alınan ilk haberlerden, facianın boyutları açıkça anlaşılıyordu. Ayrıca işgalin İzmir'le sınırlı kalmayacağından korkuluyor ve hatta bunun ilhaka dönüştürülmesi ihtimali korkuları daha da arttırıyordu. Bu sebeple, Batı Anadolu'daki şehir ve kasabalardan başlamak üzere, ülkenin hemen her tarafında işgali protesto eden mitingler düzenlenmiş ve yurdun dört bir yanından vilayet, köy ve kasabalardan ilgili makamlara işgali protesto eden telgraflar çekilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Tarihi-I, 2009, s. 153-154).

Böylece tüm yurttaki telgraflar aracılığıyla başlayan bir toplumsal hareketlenme ortaya çıkmıştır. Çalışmanın konusunu teşkil eden bu telgraflardan bazıları padişaha, Sadarete, Dahiliye ve Hariciye Nezaretlerine, bazıları da İstanbul'da bulunan İtilaf Devletleri temsilcilerine gönderilmiştir. Ancak İtilaf Devletleri'ne gönderilen telgraflar ya bilgi vermek ya da ilgililere iletilmesi amacıyla Sadaret

makamına gönderilmiştir. Sadarete ve Padişaha gönderilen telgraflarda, bilhassa hükümetin İzmir konusunda gerekli teşebbüslerde bulunması istenilmektedir. İtilaf Devletleri temsilcilerine gönderilen telgraflarda ise özellikle Wilson Prensipleri'ne dayanılarak hak, hukuk ve adalet ilkeleri üzerinde durulmaktadır. Günümüz toplumsal hareket çalışmalarına, milli tarihimiz içerisinde çok önemli bir dönüm noktası olan İzmir'in işgali ve protesto hareketlerinin analizini kazandırmak amacıyla tasarlanan bu çalışmayla alana, hem tarihi bir olayın farklı bakış açısıyla ilk kez yeniden okuması kazandırılacak hem de kolektif hareketlerin Türkiye tarihine ilişkin somut veriler sunulacaktır. Söz konusu telgrafların tamamı Prof. Dr. Haluk Selvi'nin (2007) İşgal ve Protesto adlı eserinde Osmanlı Türkçesiyle yer almaktadır. Kitapta 14 vilayet ve 16 bağımsız mutasarrıflık merkezlerinden, kazalarından ve köylerinden çekilmiş toplam 686 adet telgraf yer almaktadır. Bu çalışmada, 14 vilayetin merkez sancağından çekilen toplam 64 adet telgraf günümüz Türkçesine aktarılmıştır. Telgrafların içerik analizi yöntemiyle incelendiği çalışmada, telgraflarda ortaya çıkan ruhun, Milli Mücadele hareketinin de başlatıcısı olduğu varsayılmaktadır. İncelemenin kendi içerisinde sistematizasyonu sağlamak için iki ana altı da alt kategori belirlenmiştir. İstanbul Hükümeti ve İtilaf Devletleri ana kategorilerdir. Bilgi ve Destek, Talep ve Tehdit ilk kategorinin; Kınama, Talep ve Tehdit ise ikinci kategorinin alt kategorileridir. Aynı ilden farklı zamanlarda çekilen telgraflarda aynı ifadelere rastlandığından, tekrara düşmemek adına telgraflar kategoriler bazında bir bütün olarak analiz edilmiştir.

Buna göre, İstanbul Hükümeti kategorisine padişaha, sadrazama, İçişleri ve Dışişleri Bakanlığına gönderilen telgraflar dahil edilmiştir. İtilaf Devletleri kategorisinde ise İstanbul'da bulunan İtilaf Devletleri temsilcilerine yönelik telgraflar ve çalışma kapsamında incelenen tüm telgraflardaki İtilaf Devletleri'ne yönelik söylemler ele alınmıştır. Kimi telgrafta yumuşak ve olumlu bir dil kullanılırken, kiminde daha sert ve tehdit içeren ifadeler yer almaktadır. Buna göre Bilgi ve Destek alt başlığında vilayetlerden padişaha ve hükümetine yönelik bağlılık ve destek ifadeleri ile İzmir'in işgali karşısında il, kasaba ve köylerinde meydana gelen olayların bilgilendirme mesajları alınmaktadır. Kınama alt başlığında; İzmir'in Yunanistan tarafından haksız işgali ve işgal sonrası yaşanan olumsuz gelişmeler karşısında Türk milletinin ruhunda uyanan tepkilerin ifade biçimleri incelenmektedir. Talep alt başlığında; halkın hem İstanbul Hükümeti'nden hem de İtilaf Devletleri temsilcilerinden özellikle de İzmir'in işgaline ve bu işgalin ilhaka dönüşmesine ilişkin kaygı ve talepleri ele alınmaktadır. Tehdit başlığında ise, işgalin derhal son bulmasına yönelik açıktan ve üstü kapalı tehdit söylemleri dahil edilmektedir.

Toplumsal Harekete İlişkin Kuramsal Çerçeve

Sosyolojinin diğer alt dalları gibi klasik kolektif davranış teorisi de genel bir toplum tasavvuruna sahiptir. Bu modelde, bireysel ve toplumsal hareket modernliğin tarihsel sürecinin bir sonucu olarak görülmektedir. Birey ve toplumsal hareket, insanın kendisini geleneksel bağların (din, akrabalık, vs.) boğuculuğundan özgürleştirdiği bir tarihsel süreç içine oturtulur. En açık ifadesini Smelser'da bulan bu yaklaşıma göre kolektif davranış, modernleşme sürecinin doğurduğu yapısal değişimlere tepki olarak ortaya çıkan irrasyonel ve geçici hareketler olarak

değerlendirilmektedir². Bu tip bir analiz ilk önce toplumsal hareketleri uç olarak nitelemekte, fakir ve köksüz insanların da bu hareketlerin toplumsal tabanını teşkil ettiğini ileri sürmektedir. İkinci olarak, toplumsal hareketleri modernleşme sürecinin meyvelerinden herkes faydalandığında zayıflayacak geçici bir olgu olarak algılamaktadır. Dolayısıyla klasik toplumsal hareketler sosyolojisi, değişimin gerçek dinamizminin toplumda değil tarihte yattığını ileri sürmektedir. Bazı tarihselci öngörüler ışığında tarihin önceden belirlenmiş kurallarına göre ilerleyen bir toplum tasavvur eden klasik yaklaşım, toplumsal hareketleri belirli evreler çerçevesinde ele almakta ve bu hareketleri süregiden yapısal değişimlerin sadece birer yansıması olarak nitelendirmektedir. Diğer bir deyişle bu bakış açısında toplumsal hareketler, sosyal ve ekonomik kriz zamanlarında ortaya çıkan birer “ateş” gibidir (akt. Çayır, 1999, s. 13-14).

Aslında kolektif davranış ve toplumsal hareket çalışmalarını sağlam temellere oturtan Herbert Blumer'dir. Blumer'a göre kolektif davranış,

...büyük ölçüde kendiliğinden, kuralsız ve düzensizdir. Bir toplumda dengesizlik ve huzursuzluğun var olması otomatik olarak kolektif tepki olması anlamına gelmez. İkinci olarak, bir grup insan var olan rahatsızlıklarını birbirleriyle paylaşır ve bir şeyler yapılması konusunu tartışırlar. Böylece toplumdaki huzursuzluklar yayılır. Toplumsal düzendeki bozukluklar ve bu konudaki huzursuzluk tesadüf, sirayet (bulaşma), duyarlılık, etkiye açıklık ve karşılıklı etki ile ortaya çıkar. (akt. Uysal, 2007, s. 34)

Blumer'in görüşünde, toplumsal huzursuzluklar düzenli ve planlı bir biçimde ortaya çıkmak yerine, daha çok rastgele süreçlerle ve faktörlerle ortaya çıkar. Bu süreçte insanların etkiye açık olması ve bazı konularda duyarlı olması belirli bir konuda ikna olmalarına yardımcı olmaktadır. Blumer, kolektif davranışın irrasyonel olduğunu reddederek, bu tür davranışın da rasyonel ve anlamlı bir davranış olduğunu söylemektedir. Ona göre kalabalık eylemler bulaşıcı döngüsel tepkilerle oluşur (akt. Uysal, 2007, s. 34).

Toplumsal hareketlerin incelenmesi esasta değişen değerler ve normlar kadar, değişen sosyal düzen ve kültürel değişmeyi de kapsamaktadır. Toplumsal hareketler, insan ilişkilerinde etkileşime biçim verme süreci ve bazı sosyal müesseselerde ortaya çıkan değişmeyi sağlamak için de yürütülen kolektif eylem biçimleridir. Giddens (1999), toplumsal hareketleri “yerleşik alanın dışındaki toplu eylemler yoluyla, ortak bir çıkarı korumak ya da ortak bir hedefe erişmeyi sağlayabilmek için girişilen toplu bir çaba” olarak açıklamaktadır (s. 540-541). Herhangi bir kolektif davranış şeklinden farklı olan toplumsal hareketler, sabit (kararlı), organize edilmiş ve süreklidir (Şentürk, 2006, s. 35). Dolayısıyla bir kolektif davranış türü olan toplumsal hareketler, devamlı olması ve organize edilmiş olması gibi özellikler taşıması açısından diğer hareketlerden ayrılmaktadır. Üzerinde anlaşılmuş ortak bir amaç ve belirlenmiş bir hedef, belli bir birikim sonunda şekillendiği için de bir sürekliliği ve organize edilmeyi gerektirir. Dolayısıyla toplumsal hareketler, paylaşılan toplu kimliğin temeline dayalı olarak toplum çatışmasıyla bağlantılı bireyler ve/veya organizasyonlardır (Diani, 2001, s. 7). Gerhard Kessler'e (1985) göre de her toplumsal

2 Le Bon'a (2005) göre de kolektif davranış düzensiz, karşıt ve kendiliğinden isyan eylemidir ve şiddete eğilimlidir (s. 23-29).

hareket bir zaman içinde kendisine sabit, sağlam bir şekil vermeye eğilimlidir, yani her hareket muhakkak bir şekle bürünür (s. 129-131). Halkın fikir hayatı ne kadar serbest ve gelişkin ise, toplumsal hareket ve fikir akımları da o kadar zengin ortaya çıkar.

Toplumsal hareketler, sosyo-politik durumun benzer özelliklerine sahiptirler ancak yine de onları tanımlamak zor olabilir. Çünkü toplumsal hareketler, genel olarak çoklu ortak eylemlerden oluşmaktadır. Kolektif eylem, insanların ortak bir amaca ulaşmak için tekrar tekrar veya belirli bir süre boyunca birlikte yaptıkları, paylaştıkları şeylerdir ve gittikçe artan şu durumlar için izlenen bir yol olmaktadır: Resmi temsilcilik kullanmak istemeyenler için geliştirilmiş bir ses veya vasıta olarak, sosyal dışlanma karşısında olan ve karar alma sürecine daha geniş katılım için, daha şeffaf ve daha sorumlu ulusal hükümetler ve uluslararası yönetim için, insanların kendilerini çevrelerindeki dünyadan dışlanmış hissettiklerinde ve siyasal kurumların toplumu nasıl yönettiği konusunda derin bir güvensizlik hissettiklerinde ortaya çıkar. Toplumsal hareketler hem demokratik hem de baskıcı devletlerde ortaya çıkan sosyal, kültürel, politik veya ekonomik endişeleri yerel, ulusal veya ulus ötesi olarak inceler. Bazı sosyal hareketler mevcut sistemi iyileştirmeye çalışabilir, bazıları radikal ve devrimci fikirler ve bazıları hakları genişletmeye ya da sınırlamaya çalışabilir. Bazıları şiddet kullanır, bazıları kullanmaz (Bhonagiri, 2016, s. 1). Buna göre toplumsal hareketler, temelde birçok çelişkiyi içeren yapısal bir bileşimle karşılaşılması sonucunda belirli bir örgütlenme biçimiyle doğarlar. Sistem açısından her toplumsal hareket ise, düzenin korunmasını amaçlayan siyasal aygıtın müdahalesine yani karşı hareketine neden olur. Buna göre toplumsal hareket, bir anlamda da yenilik öneren ve toplumsal ortaklığı bir eylem grubuna dönüştürme başarısına dayanan bir oluşum grubu olarak da tanımlanabilir (Castells, 1983, s. 270-273).

Bu çerçevede toplumsal hareketleri, genel olarak toplumsal yapılar arasında süregelen çatışmada oluşan ve kolektif eylem biçimleri olarak ortaya çıkan hareketler şeklinde tanımlamak gerekmektedir (Collas, 2002, s. 69). Aslında sosyal ve politik karşı çıkışların bir sonucu olarak değerlendirilmesi gereken toplumsal hareketlerin tanımlayıcı öğelerinden birisi de, araçlarının değişime açık olmasıdır (Mucchielli, 1991, s. 7). Özellikle bu durum, son yıllarda yapılan toplumsal hareket çalışmalarında ortaya çıkmış ve toplumsal hareketlerin iletişimsel eylem boyutunun ağırlık kazanmasına yol açmıştır (Collas, 2002, s. 69).

Toplumsal hareket üzerine çalışmalar gerçekleştiren akademisyenler, söz konusu hareketlere her biri aynı olmasa da bazı özellikler atfetmişlerdir. Örneğin, Robert K. Merton (1983) bugün genel anlamda vuku bulan toplumsal hareketlerin üç temel nitelik taşıdığını öne sürmektedir. Buna göre, toplumsal hareketler belirgin amaçlar peşindedir, uyum sağlayan organizasyonlardır ve birleştirici bir ideolojiye sahiptir (s. 434). Alberto Melucci ve Leonardo Artvizer (2000) de toplumsal hareketlerin üç karakteristiğini dayanışmanın bozulması, var olan çatışmanın halkça sunumu ve eylemin meydana geldiği sistem içinde uyumluluğun limitlerinin bozulması olarak ayırmaktadır (s. 518). Kolektif eylemin çağdaş formlarına başvurulduğunda, bu karakteristiklerin her biri kültürel çoğalma ve toplumsal karmaşıklık ile ilgilenen yeni bir yönetime izin vermektedir. Farklı şekilde adlandırılmasına rağmen, aslında bu özellikler özünde birbirine oldukça benzerdir.

Melucci (2004) de bu noktada toplumsal hareketlerin amacının iktidarı ele geçirmek ve sistemi tümünden değiştirmek olmadığını açıkça vurgulamıştır (s. 271). Bununla birlikte toplumsal hareketlerin birçoğu, insanların denetimleri ötesindeki siyasal ve ekonomik güçler karşısındaki adaletsizliğe ve çaresizliğe tepki duygularına da karşılık vermektedir (Fuentes ve Frank, 1990, s. 35-36).

Toparlayacak olursak, toplumsal hareketler harekete geçirmek için mücadele ettikleri “sorunu” aktif olarak çerçevelemekte ya da yeniden biçimlendirmektedirler. Bu nedenledir ki, toplumsal hareketler yeni bir hayat düzeni kurmak için girişilen kolektif eylemler olarak da görülebilirler (Fuchs, 2006, s. 109). Bu noktada topluluklara fikirler, kimlikler ve hatta idealler sağlayan kolektif oluşum anında en iyi tasarlanmış geçici kamusal alanlar gibidirler (Eyerman ve Jamison, 1991, s. 4) Çünkü toplumsal bir hareket, “otoriteleri hedef alan talep temelli kampanyaları; özel amaçlı dernekler dâhil olmak üzere halk toplantıları, medya bildirimleri ve gösteriler gibi bir dizi iddiada bulunma performanslarını ve birliğin, sayıların, bağların amacının değerini kamusal olarak temsil eder” (Tilly, 2004, s. 7). Nihayetinde toplumsal hareketler, toplumun değerlerini ve kurumlarını dönüştürmek amacıyla girişilen, yenilgi gibi kesin zaferle de sonuçlanabilen maksatlı kolektif eylem biçimindedir (Castells, 2004, s. 3).

Halk İsyanda Vatan İşgalı Altında: İzmir’in İşgali ve Kolektif Ruhun Uyanışı

Yunanların İzmir’i işgali sırasında pasaport iskelesi civarında başlayan olaylar, kısa sürede şehirde Yunanların Türkleri tacize, hakarete hatta mezalime varacak eylemlere girişmeleriyle devam etmiştir (Çukurova, 1987, s. 461-471)³. Böylece, uzun süreden beri sessiz bir çılgıca bürünmüş vatansever gençler, İzmir’e Yunanlıların ayak bastığını duyunca “Artık Yeter!” demiş ve Redd-i İlhak prensibini yayınlamışlar (Türkiye Cumhuriyeti Tarihi-I, 2009, s. 153) ve İlhakı Red Heyet-i Milliyesi’nin teşkil edilmesini sağlamışlardır. Heyet, 14 Mayıs 1919 akşamı İzmir halkını adeta uyanışa ve direnişe sevk eden duygusal ve dokunaklı şu beyannameyi kaleme almıştır:

Ey bedbaht Türk, Wilson prensipleri unvan-ı insaniyet karinesi senin hakkını gasp ediyor ve namusun yırtılıyor. Artık kendini göster. Burada zengin, fakir, alim, cahil yok. Fakat Yunan hâkimiyetini istemeyen büyük bir kitle olduğunu ilan ve ispat et! Bu, sana düşen en büyük vazifedir. Geri kalma! Hüsrân ve nîkbet fayda vermez. Binlerle, yüz binlerle Maşatlığa koş ve Heyet-i Milliyе’nin emrine itaat et. (Karlı, 2004, s. 134-135; Özsoy, 2007, s. 129-130)

Haydar Rüştü Öktem (1991), bu bildiriye “İzmir gençliğinin eseri” olarak anmaktadır (s. 67). Bildiriler, sultani öğrencileri ve İhtiyat Zabıtları Cemiyeti tarafından Türk mahallelerinde dağıtılmıştır. Bu beyannameden sonra gece yarısı İzmir’de Maşatlık’ta (Yahudi Mezarlığı’nda) büyük bir miting yapılmıştır. Milli Mücadele ruhunun toplumsal bir harekete dönüşümünün ilk göstergesi sayılabilecek bu olayda halk, “Vatanını seven Yahudi Mezarlığı’na gelsin!” diye bağırarak,

3 Yunan askerlerince başta İzmir ve çevresi olmak üzere Ege, Trakya, Marmara ve İç Anadolu gibi bölgelerde, gasp, yağma, işkence, katliam türünde vahşet ve zulümler yapılmıştır. Sadece Kuzey Ege Bölgesinde 7 bine yakın Müslüman katledilirken, yakılan bina sayısı 13 bin civarındadır (Ayışığı, 2002, s. 777-779).

mahalle mahalle gezen gençlerin ve öğrencilerin çağrısına uymuşlardır (Apak, 1990, s. 12). Fakat yapılan bütün bu görkemli gösteriler ve halkın yoğun ilgisi, Osman Özsoy'un (2007) da dediği gibi, İtilaf Devletleri'ni işgal konusundaki niyetlerinden vazgeçirmeye yetmemiştir (s. 130).

İzmir'in işgalini 15 Mayıs 1919 günü öğrenen Damat Ferit Hükümeti, aynı gün bir bildiri yayımlama gereğini duymuştur. Bu bildiri de, verilen notada Yunanlılardan söz edilmediğine işaret edilerek, hükümetin aldatıldığından söz edilmiştir. Fakat sonuç olarak hükümetin "devlet ve millet haklarını korumak için kendine düşeni yaptı" öne sürülerek halk, "sükûnet ve ağırbaşlı davranmaya" çağırılmıştır (Türkmen, 2016, s. 31). Oysaki söz konusu tarihte Yunanlıların işgal günü yol açtığı facialar Anadolu'da bile duyulmuş, ancak tıpkı İstanbul Hükümeti gibi İtilaf Devletleri de bu facialara hiçbir tepki göstermemişlerdir. Nitekim işgalden hemen sonra, şehrin Türk halkının ileri gelenlerinden bazılarının Müftü Rahmetullah Efendi'nin başkanlığında, Amiral Calthorpe ile görüştüklerinden bahseden Umar, Calthorpe'un heyetle çok kısa süreliğine görüştüğünü ve yaşanan Yunan faciasına ilişkin olarak da "Bağlaşık devletlerce İzmir'in işgaline Yunan kuvvetleri memur edilmiştir. Bu kuvvetlerin komutanı da, güvenlik için ve kendisine verilen görevin iyi yapılması için istediği ve gerekli gördüğü tedbirleri almaya yetkilidir. Ben buna karışmam" dediğini kaydetmektedir (Umar, 1974, s. 194).

İzmir'in işgaline karşı oluşturulan toplumsal hareketlilik elbette ki Kurtuluş Savaşı için büyük bir moral ve destek yaratmıştır. Zira bunun başlamasında da Redd-i İlhak prensiplerini yayınlayan gençliğin yaktığı ilk ateş etkili olmuştur, çünkü Zeki Sarıhan'ın (2004) da belirttiği gibi, Kurtuluş Savaşı yılları gençliğin ideolojisinde en önde, milliyetçilik gelmektedir. Kurtuluş Savaşı'nın İttihat ve Terakki'nin İkinci Meşrutiyet'ten beri yetiştirmekte olduğu milliyetçi bir gençliği hazır bulduğunu belirten, gençliğin Türk tarihinin onur duyulacak bir tarih olduğunu düşündüğünü ve Türklüğü küçümseyen anlayışlara tahammül edemediğini, İslamiyet'in değerlerini de Türklüğün değerleri içinde ele aldığını kaydetmektedir. Bu nedenle, gençliğin kendisini "asri", yani "çağdaş" olarak tanımladığını söylemektedir (s. 15).

İzmir'in işgaliyle meydana gelen olaylar ve sonrasında yaşanan gelişmeler, yıldırım hızıyla yurdun dört bir köşesine yayılarak her vatandaşın kalbinde derin tepkiler uyandırmıştır. Başta Darülfünûn öğrencileri ve hocaları olmak üzere bazı gazeteler, aydınlar, sivil toplum örgütleri ve en önemlisi de sivil halk tüm dünyaya haksız işgali ve yaşanan olayları duyurma gayretiyle ve elbette temelinde yatan bağımsızlık arzusuyla bir araya gelerek toplumsal bir hareketlenme gerçekleştirmişlerdir.

Örneğin, 6 Haziran 1921 günü bütün dünya gençliğine seslenen bir bildiri kaleme alınır. Edebiyat Fakültesi Öğrenci Derneği'nin yayımladığı bu bildiri de, Ege ve Marmara Bölgesi'ndeki Yunan zulümleri anlatılmakta, İngiltere, Fransa ve İtalya temsilcilerinden oluşan soruşturma kurulunun da Yunan zulümlerini doğruladığı belirtilmektedir. Edebiyat Fakültesi, İzmir'in işgaliyle Yunanlıların yaptığı kötülükleri anlatmak için Fecayi Komisyonu kurmuş, ele geçirdiği kanlı olayların fotoğraflarını çoğaltarak yabancı ülkelere göndermiştir (Sarıhan, 2004, s. 152). Yine aynı şekilde 17 Mayıs 1919 tarihinde Darülfünûn'un konferans salonunda yapılan protesto toplantısında öğrenciler, 18 Mayıs gününü Milli Matem Günü ilan etmişlerdir (Sunata, 2006, s. 33).

Başkentten başlayan mitinglerin ardından, Anadolu'nun muhtelif şehir ve kasabalarında da mitinglerin ardı arkası kesilmemiştir. Mitinglerin örgütleyicileri arasında en önde yer alan gençlerin yanında cemiyetler vardır. Bununla birlikte işçi dernekleri ve kadın cemiyetleri de harekete aktif bir şekilde dâhil olmuşlardır. Cephe hattında bulunanlar ise oluşturdukları Kuva-yı Milliye birlikleri ile köy köy dolaşarak bu fikri kamuoyuna yaygınlaştırmaya çalışmışlardır (Türkmen, 2016, s. 38). Bu mitingler, milli duygular etrafında kenetlenen kitleleri harekete geçirmiştir. Nitekim Kuva-yı Milliye ruhunun bütün vatan sathına yayılmasında, birlik ve beraberliğin sağlanıp pekiştirilmesinde şüphesiz bu toplantı ve mitinglerin rolü çok büyük olmuştur.

Bütün baskılara rağmen, Türk basını da milletin duygularına tercüman olarak, İtilaf Devletleri'ne karşı medeni cesaretle mücadele edebilmek için halkın milli duygular etrafında birleşmesinde etkili olmuştur. Basında çıkan haberler ve işgal bölgesinden daha içerilere doğru canını kurtarıp kaçabilen Türklerin anlattıkları ve işgalin genişlemesiyle artan facialar ve kıyımların bütün ülke genelinde öğrenilmesi, milletin ruhunda nefret fırtınalarının büsbütün kabarmasına zemin hazırlamıştır (Türkmen, 2016, s. 31).

Telgraflarla Ortaya Çıkan Bağımsızlık ve Milli Mücadele Hareketi

İşgal gününün faciaları çok kısa zamanda bütün yurttan ve dünyada duyulmuştu. İzmirli Türk telgrafçıları, İngiliz subaylarının denetimine rağmen gizlice çektikleri şu telgrafla, haberi bütün yurda yaymışlardı:

İzmir, Yunanlılar tarafından işgal olundu. Şehirde katliam bütün şiddetiyle devam ediyor. Kan gövdeyi götürüyor. Hamiyetli olan, Allah'ını, Vatanını, Dinini seven Vatan Ordusuna imdat etsin. Bu telgrafi ele geçirmiş olan muhabere memuru arkadaşlarımızdan Allah aşkına rica ederiz. Açık olan bütün hatlarla memleketin her tarafına yetiştirsinler. Onlar da, gönderdikleri yerlere bizim ricamızı tekrarlasınlar. Namuslarına, vatanperverliklerine, erkekliklerine havale! (Umar, 1974, s. 189-190)

İzmir'in işgalini protesto eden telgrafları alan Sadrazamlık makamı, bir taraftan bunları İçişlerine, Dışişlerine ve ilgili devletlerin İstanbul'daki devlet temsilcilerine iletirken diğer taraftan da vilayetlere cevap vermeye çalışıyordu. Padişah, İzmir'in işgal edileceğini 14 Mayıs günü öğrenmiş, Menteşe ahalisi kendisine durumu bildiren ve vatanlarının korunmasını isteyen telgrafi 15 Mayıs'ta çekmişlerdi. Padişah, vilayetlerden gelen telgraflara sadrazam tarafından cevap yazılmasını istemişti. Damat Ferit Paşa da 18 Mayıs 1919 tarihinde İtilaf Devletleri'nin İstanbul'da bulunan temsilcilerine (önceki bölümde metni sunulan) nota vererek, Yunanistan'ın bu haksız işgalinin sonlandırılmasında İtilaf Devletleri'nin adaletine güvendiklerini bildiriyordu. Diğer taraftan İzmir'in işgali ile ilgili çekilen protesto telgraflarından rahatsız olan hükümet, 18 Haziran 1919'da bir karar alarak bunu bütün telgrafhanelere göndermişti. Bu karara göre, Müdafaa-i Milliye ve Redd-i İlhak cemiyetlerinin verecekleri telgrafların çekilmemesi, bütün telgrafhanelere Posta ve Telgraf Umum Müdürlüğü tarafından emrediliyordu (Selvi, 2007, s. 22-23).

Tüm yurttta başlayan mitingler ve işgali protesto telgrafları üzerine Harbiye Nezareti, ülkedeki bu faaliyetlerin mahiyetinin ne olduğu konusunda o sırada Havza'da bulunan Mustafa Kemal Paşadan aydınlatıcı bilgi istemiştir. Mustafa Kemal Paşa verdiği cevapta, İstanbul'a çekilmiş olan bütün telgrafların milletin işgaller karşısındaki memnuniyetsizliğinin bir sonucu olduğunu, bu duygunun ülkenin her köşesine yayıldığını, yani umumi olduğunu, devlet memurları ile ordunun şimdilik tarafsız kaldığını belirtmiştir (Tosun, 1996, s. 71).

Bu gelişmeler ve bilgiler ışığında, aşağıda çalışma kapsamında ele alınan telgrafların içerik analizi sunulmaktadır. İncelenen telgraflarda vilayet bazında tepkilerin nasıl dile getirildiğinin daha net görülebilmesi adına çözümleme vilayetlerin her birinin tek tek belirlenen kategorilere göre incelenmesiyle gerçekleştirilecektir. Böylece, söz konusu dönemin önemli gelişmeleri karşısında, tüm yurdun sosyolojik ve siyasi çözümlemesi de yapılmış olacaktır. Çözümlemede telgraflarda yer alan ifadeler, orijinal haline müdahale edilmeden italik olarak aktarılmıştır. Bu nedenle ifadelerde yer yer cümle düşüklüklerine rastlamak mümkündür. Sayfa sayısı kısıtlılığı da göz önünde bulundurularak, vilayetlerdeki her bir telgraf bir bütün olarak değerlendirilmiştir.

İstanbul Hükümetine

Bilgi-Destek

Ankara Sancağı: “İzmir'in işgali olayından doğan keder ve genel üzüntüyü göstermek ve ulaştırmak üzere bugün il merkezinde otuz bini aşkın halk ve okul öğrencileri... Hacı Bayram Veli Hazretlerinin ulu türbesinde toplanarak yüce Tanrı'nın huzurunda avuç açıp yalvardıklarını söylemeleri gibi buna benzer olarak padişaha aşırı bağlılık ve vatanın korunması yolunda halifelüğün emir ve fermanlarını her zaman bekleyerek canlarını vermeye hazır bulduklarını dile getirerek...” [25 Mayıs 1919] (s. 37-38).⁴

“... bugün il merkezinde “Kadınlar Bahçesi” kız okulunda toplanan on üç bin Türk ve İslâm kadınları adına İstanbul'da İtilaf Devletleri ve Amerika temsilcilerine çekilip... bir sureti ... arz olunur...” [28 Mayıs 1919] (s. 38).

Aydın Sancağı: “Ateşkesin kesin ve açık hükümlerine karşı saldırıya geçen Yunanistan'ın zorbalıkla Bergama kazasını işgal altına alması Bergama, Soma, Kırkağaç kazalarını oluşturan dört yüz bin İslâm'ın haklı olarak çalkantı ve heyecanlanmasına neden olmuştur... Bundan dolayı İslâmlar Makedonya'da olduğu gibi canlarına namuslarına el uzattırmamak için silaha sarılarak... Beş seneden beri boşuna akıtılan kanlar artık yeterli görülerek Yunanistan'ın haksızlıklarına son verilmesini bekleriz.” [17 Haziran 1919] (s. 67).

Diyarbakır Sancağı: “Yunan askerlerinin İzmir'deki kıyım ve edep dışı alçakça hareketlerini duyan bu yöre halkı, son derece çalkantı içindedir. Her taraftan büyük devletler temsilcilerine başvurular uzayıp gitmektedir...” [22 Mayıs 1919] (s. 85-86).

4 Tüm telgrafların orijinal kaynağı Haluk Selvi'nin söz konusu eseri olduğu için telgrafların sonuna yalnızca sayfa numaraları yazılacaktır.

“...işgalin keder’i haberi belâya sürükler gibi Diyarbakır ve çevresini karma karışık ederek büyük bir heyecan içinde bıraktı. Her tarafta alçakçasına yaşamaktansa onurla ölmek ümitsizlik veren sese göre daha güzel geliyor...” [20 Mayıs 1919] (s. 84-85).

Edirne Sancağı: “...toplanan binlerce halk, padişahımız efendimizin topraklarını savunma ile iş başındaki hükümetin çalışma ve girişimlerine bütünüyle arka çıktıklarını, Osmanlı devletinin cezalandırılmasına ve Yunanlıların memleketimizi işgal fikirlerine karşı Edirne ve çevresinde bulunan İslâm topluluğu Osmanlı bayrağı altında ve onlarla beraber yok oluncaya kadar uğraşacaklarına söz verip yemin ettikleri ve bu durumu İstanbul’daki siyasi temsilciliklerine bildirdikleri arz olunur.” [23 Mayıs 1919] (s. 101).

“Varlığı için bugün yalnız bir kalp ve fikir taşıyan bütün millet, hükümetin vatan savunmasına hayatını bağlamıştır. Ne Times gazetesinde ne başkalarının Osmanlı padişahlığının parçalanma ve bölünmesine ilişkin yayımlarını dinlemeye kesinlikle dayanamaz. Osmanlı padişahlığının hukuksal varlığı Tanrısal ve sarsılmazdır...” [24 Mayıs 1919] (s. 101).

Erzurum Sancağı: “...büyük bir miting düzenlenmiş ve miting kurulu tarafından gerekli makamlara, İtilaf Devletleri temsilcilerine telgrafla başvurulmuştur. Bu haber il merkezi ve bağlısı yerlerde olağanüstü güzel bir etki bırakması yönüyle her tarafta mitingler düzenlenerek başvuruda buldukları, alınan haberlerden anlaşılıp milletin bu konuda gösterdiği yurtsevere yakışır yoldaki duyguları ve ortaya koyduğu olgunluk eseri hareketler takdir edilmeye değer bir haldedir...” [18 Mayıs 1919] (s. 135).

“...hükümetin bu konudaki her türlü hareket ve yurtsevere yakışır yoldaki çalışmalarına arka çıkılacağı bütün Erzurumlulardan oluşarak düzenlenen mitingde karar verilmiştir” [19 Mayıs 1919] (s. 135).

Hüdavendigâr (Bursa) Sancağı: “...Bursa halkı bugün de düzenledikleri mitingde görünen ve iğrenç cinayetlere hukuka aykırı saldırılara karşı nefret duygularını göstermiş ve hükümetimizin Türk ve İslâm’ın kanını, ırzını koruma ve namus ve istiklalini savunma konusundaki kararlıcasına yapılan işleri maliyle canıyla ve bütün varlığıyla arka çıkmaya hep bir ağızdan bağırarak Yunan işgaline boyut eğmektense tek bir kişi kalıncaya kadar mücadele ile ölmeye karar vermişlerdir.” [21 Mayıs 1919] (s. 150-151).

İstanbul Sancağı: “Azâmet ve heybet sahibi padişahımız efendimiz,...işgali acıklı haberi ile kalbinden yaralanmış olarak toplantı düzenleyen İstanbul okulları bayan ve erkek öğretmenleri, yedi yüz senelik büyük devletimizin ve on dört yüzyıllık İslâm halifeliğinin savunulması uğrunda hayatını feda etmeye kesin kararlı bulduklarını... haksızlıklara, Türkiye’yi bölen herhangi bir antlaşmaya imza konulmaması yakarışına ek olarak yüce tahtınızın eşğine kaldırıp eriştirirler...” [21 Mayıs 1919] (s. 162).

Kastamonu Sancağı: “Bugün Cuma namazının kılınmasından sonra Kastamonu’nun din bilgini, medrese öğrencileri, şeyh ve dervişleri, öğretmenler ve öğrenciler ile esnaf, tüccar ve çiftçiler parti görüşlerinden doğan bütün anlaşmazlıkları bütünüyle bırakarak, milletin toprak bütünlüğü ve bağımsızlığının ve memleketin siyasi ve fiili müdahalelerden tamamıyla

korunmasının sağlamak ve kutsal amaçları savunma amacıyla şimdye kadar bir benzeri görülmeyen bir toplantı düzenlediler...” [5 Haziran 1919] (s. 168-169).

Konya Sancağı: “... Her taraftan felakete uğramış milletin son rica ve niyazları olan bu açık hukukunu hayatında ne lazımsa yapılmasını ve millet kendisinin yardımcılarını hayatıyla kanıyla her şeyle yardımcı olup arka çıkmaya hazır bulunduğuyuz arz olunur” [21 Mayıs 1919] (s. 193).

Mamuretülaziz (Elazığ) Sancağı: “...İzmir ilinin Yunan askeri tarafından devletler hukukuna aykırı olarak işgali, buralarda çok büyük heyecan uyandırmış olmasıyla devlet hukukunu sağlayacakları sözünü veren büyük devletlerin bu önemli sorun üzerine dikkatlerini çekmek için ilimizde birçok köy, nahiye, kaza ve şehirde bulunan bütün bireyler şu milli matemde tek vücut olarak hareket eyleyeceklerinde birleşmiş...” [17 Mayıs 1919] (s. 216).

“...halife ve padişahlarının etrafında büyük bir bağlılıkla toplanan milletin hayatlarıyla engel olacağını ve bu hususta her özveriye hazır ve yüce halifemizin emirlerine hazır olduğumuzu bir kere daha ve büyük bir ümit ile halifelik yüce makamı eşliğine büyük bir heyecanla arz ve bütün uygarlık âleminde ve insanlığa ilan ediyoruz...” [11 Haziran 1919] (s. 219-220).

Sivas Sancağı: “...Osmanlı vatanı Osmanlılarındır. Bunu her milletin olduğu gibi bizim de ileri sürmemiz meydanda ve pek açıktır... Osmanlı tarihinin bir vakar ve şerefini taşıyan İzmir vilayetimizin işgalden kurtarılmasının İtilaf hükümetlerinin İstanbul’da bulunan siyasi temsilcilerinden niyaz ettik...” [17 Mayıs 1919] (s. 230).

“...Millet şerefli milli onura kefil olan şahsınızın soyluluğuna ve saygın hükümet kurulunun vicdan ve vatanseverliğinden emin ve soylu milletimin hukukunun ırkımıza ve şeref dolu tarihimize yakışacak bir şekil ve biçimle koruyacağına inancı tamdır...” [22 Mayıs 1919] (s. 230-231).

Trabzon Sancağı: “Sadrazamlığın yüce telgrafi il bağlılarına tebliğ ve yüksek anlamı merkezde gerekenlere anlatıldı. İzmir’e ait haksızca işlemler Osmanlı Kamuoyunu galeyana getirmekle beraber bu galeyan Osmanlılara özgü ağırbaşlılık yüce kişiliğiniz başkanlığı altındaki bakanlar kuruluna tam anlamıyla güven ile uygun bir surette ortaya konmuş ve zamanın önemini bilen Trabzon ve bağlı yerler halkı tarafından gerek bakanlık makamınıza ve gerek İtilaf Devletleri temsilcilerine protesto telgrafları çekilmesi ile yetinilmiştir...” [20 Mayıs 1919] (s. 264).

“...Osmanlı hükümetinin kolları altında yaşamayı hatta onun kutsal gölgesinde ölmeyi şeref ve övünç bilen cemiyetimizin birbirleriyle çok ilgili gördükleri Doğu illeri hemşerileriyle aynı kutsal amacın korunması için yedi il ve bağlıları delegelerinden oluşmak üzere Erzurum’da büyük bir kongrenin toplanmasını karar ve güvence altına almışlardır...” [4 Haziran 1919] (s. 265).

Talep

Bitlis Sancağı: “İzmir Redd-i İlhak Heyet-i Milliyesi’nden alınan telgrafnamede İzmir ve çevresinin Yunanistan’a bağlandığı bildiriliyor... ileride bir olup bitti karşısında kalmamak ve gelecekte göç felaketiyle bahtsızlık belasına katlanmamak üzere memleketimizin alın yazısından

halkımızın haberdar edilmesini rica ve makine başında cevabınızı bekleriz” [21 Mayıs 1919] (s. 80).

Diyarbakır Sancağı: “...milletin son kurtuluş dayanağı olan çalışkan bakanlar kurulumuzun hızlı girişimleriyle... Vatanın değil İzmir gibi bir yerinin pek az bir organı için bile en gerideki nüfusunu bile fedaya hazır bulunan kesin kararlı bir milletin haklı isteklerini elde etmede zorlukla karşılaşmayacağı inancını taşımaktayız...” [22 Mayıs 1919] (s. 86-87).

“Bugün gelen ajansta tesadüf edilen Arabistan sınırından Karadeniz’e kadar uzanan Anadolu’nun kuzey ve kuzeydoğusundaki Türk vilayetlerinin yalnız Ermenistan’da geniş, kendi başına bir takım ayrıcalıklarla yönetim kabul edilmek koşuluyla Osmanlı Devleti’ne bırakılacağına yüce şahsınıza önerilmesi, memleketimizde geniş bir tepki uyandırdı. Ermenistan’ın geniş kendi başına bir takım ayrıcalıklarla yönetiminin hangi illeri ve nereleri içine almak istenildiğinin ve büyük ve kesin çoğunluğunu Kürtlerin oluşturduğu bu yöre alın yazgısının ne olacağının açıklanmasını telgraf başında büyük bir istekle bekleriz.” [22 Mayıs 1919] (s. 86-87).

Edirne Sancağı: “...işgal ve ilhaktan vazgeçilmesi konusunda adı geçen devletler nezdinde girişimler ve öncülük yapılmasını dileriz” [17 Mayıs 1919] (s. 99-100).

“...İzmir şehri Osmanlı yurdunda sağ el ise Trakya’da sol eli olduğundan o memleketin süsü olan şehirlere karşı kurulan alçakça tuzağa güzel Trakya’nın da tutulması olasılığı kalplerimizi titretiyor. Sadrazamlık yüce katından daha önce yapılan açıklamadan çıkan sonuç kurtuluş ümidinin bir kere daha doğrudan Trakya hakkında tekrar edilerek son derecede titremeye sebep olan yüreklerimize ferahlık vermesini bütün Trakya halkı adına yüce kişiliğinizden dileriz.” [18 Mayıs 1919] (s. 100).

Erzurum Sancağı: “...İl merkezi ve bağlısı yerlerce son derece çalkantı ve heyecanda bulunan fikirler ve kamuoyunun duygularını azaltmak ve zihinlerin ruhsal olarak doyurulması için alınan kesin sonuç hakkında bilgi akışına izin verilmesi ve Tanrı’ya çok şükür asayişini bozacak en ufak bir olay bile meydana gelmediği arz olunur.” [18 Mayıs 1919] (s.135).

“...bu insanlık ve hukuk dışı işgalin kaldırılması için hükümetimizin vatan görevini yerine getireceğine emin olduğumuzu ve milletin her türlü özveriyle arka çıkmaya hazır bulunduğunu arz eyeriz” [25 Mayıs 1919] (s. 136).

Hüdavendigar (Bursa) Sancağı: “Padişahımız, güzel İzmir’in geçirmekte olduğu son acıklı olaylar karşısında Bursa heyecan içinde ağlaşıyor. Ciğerimize saplanacak bir düşman silahı önünde eğilmek istemeyeceğiz. Altı yüzyıldan beri beklediğimiz hükümdarlık tahtınıza sığınarak işaret buyrulacak fermanı gözlemekteyiz. Bize yol gösterin padişahımız” [21 Mayıs 1919] (s.150-151).

“...Milli onurumuza sürülen bu lekeyi temizlemek için kanımızın son damlasına kadar akıtmaya hazırız. Yüce hükümetimizden gayretli işler beklediğimizi arz eyeriz” [24 Mayıs 1919] (s. 153).

Kastamonu Sancağı: "...İzmir gibi bir Türk şehrinin Türklerin elinde kalmasında kesin yeterlik müjdeleyen Amerika Cumhurbaşkanı'nın prensiplerine uygun bir siyasetin ortaya çıkışı padişahımızın özel karşılıksız sevgilerini Kastamonu halkı adına ve yüz otuz bin nüfusa tercüman olarak istirham eyleriz. Bu konuda ve bütün durumda emir ve ferman vermek, emir sahibi olan kimsenindir." [16 Mayıs 1919] (s. 167).

Konya Sancağı: "...Medeniyet âleminin korumasından ayrı düşmüş olduğunu bir kere daha gören Müslümanlar, altı yüz yıllık bir insanlık devreleri olan bir azınlığın bundan böyle tutsaklığı altında aşağılanmış ve horlanmış yaşamaktansa hukukumuzu savuna savuna ölmeye, ...Bu kadar düşünmeksizin ve İslâm çoğunluğunun ayaklar altına alınan hukukunu Avrupa'daki uygar yüksek mahkemelere protestolarımızın gönderilmesini rica ederiz..." [16 Mayıs 1919] (s. 192-193).

Mamuretülaziz (Elazığ) Sancağı: "...Yüce saltanat tahtının etrafında toplanan ve alçakçasına yaşamaktansa vatanını savunurken ölmeyi kendisi için en büyük ve kutsal vazife bilen millet, işlerin hedefi ve istek olarak iki şey kabul etmiştir: birincisi herhalde milli bağımsızlığımızı koruma; ikincisi milli değerleriyle üstünlüğe sahip bir çoğunluk hukukunun azınlıklara feda edilmesine meydan verilmemesidir. Bugün il merkezinde toplanan ileri gelenler ve din bilginleri ve itibarlı kişiler ve siyasi topluluklar ve halk, vatandan ve gelecekte endişe ile heyecanlanan il halkını tatmin edecek resmi açıklamaları beklediklerini ve milli varlığımızı koruyacak arz edilen iki kural karşısındaki herhangi bir karar ve teklifi kabul edemeyeceğimizi hilafet yüce katınıza arz ediyoruz..." [11 Haziran 1919] (s. 219-220).

Sivas Sancağı: "...Yüce hükümetimizin uğradığı ümitsizlik ve bezginlikten kurtulacağından emin olduğumuz fiili girişimlerin neticesini büyük bir sabır ve metanetle beklemekte bulunduğumuz arz olunur" [17 Mayıs 1919] (s. 230).

"...Vatansever çalışmalarımıza bütün yetenek ve varlığı ile arka çıkacağına Allah huzurunda yemin eden bu cemaatin geleceğini açıkça görememekten doğan bir sınırlılık ile durumumuz hakkında hızlı bir şekilde gönderilecek bilgilerin bize ulaştırılmasını istirham ediyoruz. Ne oluyor? Bunu vakit ve zamanıyla bilelim. Çalışmalarımızda geç kalmayalım. İdamımız kararlaştırılmış ise ölümün yüksek bir şeklini seçime vakit bulmak isteriz." [4 Haziran 1919] (s. 232).

Trabzon Sancağı: "İzmir'de askeri işgal uğursuzluğuyla işlenen vahşicesine feci olaylar ilimiz içerisinde birer bela etkisini gösterdi... il halkı Yunanlılar'ın cana kıyma ve namusa saldırı yollu düzenledikleri hareketler insanlığa şiddetli protestoları İtilaf Devletleri nezdinde icra ve kutsal vatanın hiçbir parçasının bu gibi pis ve kirli ayaklara çiğnenmesine razı olmayacağının ulaştırılmasını istirham eyler." [25 Mayıs 1919] (s. 264).

Tehdit

Diyarbakır Sancağı: "...Bütün Osmanlıların her şekilde güven ve emniyetine sahip bulunan gayretli ve adil bakanlar kurulumuz bu konuda ittifak devletleri nezdinde verimli girişimlerde bulunmazsa bu yöre halkı ne olursa olsun diyerek İzmir'de vatan ordusuna katılmaya hazırdır. Çabuk ve hızlı önlemler alınması düşüncesiyle milletin kaynaşmasını dindirmek için yazılı

müjdeli bir haberi beklemekte bulunduğumuzu ve kararlı duygularımızın hemen yazılı basınla da duyurulmasını arz eyleriz...” [20 Mayıs 1919] (s.84-85).

Edirne Sancağı: “...Osmanlı-İslâm halkı, saltanatın mülkünün tamamını kuvvetli bir bütünlüğe bağlamak ve İzmir gibi Anadolu'nun en önemli şehrinin Yunan işgalinden kurtarılması için İtilaf Devletleri nezdinde kuvvetli girişimlerde bulunmaları... aksi taktirde ateş altında can vererek Yunanistan'ın boyunduruğunu kabul etmeyeceklerine yemin ettiklerini arz eylerim.” [24 Mayıs 1919] (s. 101).

Erzurum Sancağı: “...Ne yazık ki ne yüce hükümetimizin kamuoyunun bu haklı isteğine karşı girişim ve çalışmalarına ne de İtilaf Devletlerinin küçümsenen ve hor görülen hak ve adaletin onarılmasına yönelik çalışma ve gayretine hazır bulunmadığımızı gören Erzurumlular, ...hükümetten kesin ve etkin girişimlerde bulunmasının istenmesine ve adalet hakkının kendilerinden beklediği görevin savsaklanmaması hususunun İtilaf Devletlerine bildirilmesine ve Doğu illeri hakkındaki anormal ve hukuk dışı aşırı heveslere gerçek bir renk verilerek apaçık hükümleri kapsayan, ... bir Ermeni hukukunun kabul edilmesi niteliği anormal ve hukuk dışı bulunması nedeniyle kesinlikle kabul edilemeyeceğinin eklenmesine karar verilmiştir...” (12 Haziran 1919) (s. 140-141).

Van Sancağı: “...Doğu illerine Ermenilerin yönetimi altında özerklik verilmek istenildiğini haber aldık. Çok açık olan hukukumuzu göz önüne alınmazsa sorumluluk buna neden olanlara ait olmak üzere çocuk ve kadınlarımızı ön saflara sürerek iki atış arasında yok ettikten sonra son askerimizin kanı dökülünceye kadar savunmaya karar verdiğimizizi ve kesin bir cevap alıncaya kadar toplantılarımıza son vermeyeceğimizi arz ve adaletinize müracaat ederiz.” [4 Haziran 1919] (s. 285).

İtilaf Devletlerine

Kınama

Ankara Sancağı: “Ankara, İzmir gibi vatanın kalbi ve ruhu olan memleketimizin Yunanistan'a teslimini duyunca biz Ankara Türk-İslâm kadınları, cehennemini bir azap içinde yaşamaya başladık. ..büyük devletlerin alın yazgısına el koyması üzerine susması, Türk egemenliğinin boynunu vurdurmak ve değersizliğe sürüklemektir. Acaba büyük devletlerin adalet ve hakka aykırı olan bu hareket ve davranışlarıyla genel barışa katkıda bulunmuş olacaklar mıdır? Kesinlikle katkı sağlamış olmayacaklardır...” [28 Mayıs 1919] (s. 38).

Aydın Sancağı: “...Amerika Cumhurbaşkanı haşmetli Wilson hazretlerinin ortaya koydukları prensibe aykırı olarak İzmir civarını işgal eden Yunan askerinin uluslararası hukuk ile asla uygun düşmeyen saldırı hareketleri ... Müslüman halka öldürme ve yakışsız davranışlara katılmak ve her yönden Yunan askerinden cesaret alan yerli Rumların da günahsız Müslümanlardan birçoklarını katli, yok etme ve İslâm mağazalarına saldırı ile çapulculuk ve yağma eylemlerine giriştikleri bu içler acısı durum içinden kurtulabilip de gelenlerin gözleriyle gördükleri tespitlere dayalı ifadelerden anlaşılmış...” [20 Mayıs 1919] (s. 60-61).

Diyarbakır Sancağı: “Adalet ve insaniyetin koruyucusu olmak onuruyla temsilcileri bulunduğunuz büyük devletlerin Yunan işgal kuvvetleriyle İzmir’de yapmaya cesaret etmiş oldukları namusa saldırı, adam öldürme, yağma gibi yürekler acısı ve utanılacak durumu acaba nasıl değerlendiriyorlar?... Osmanlılar Barış Konferansı’nın adilcesine kararını büyük bir sabır ve gönül rahatlığı ile beklerken böyle ansızın ortaya çıkan acıklı olaylar karşısında kızgınlık ve çalkantıların artık üstü kapanamayacaktır...” [22 Mayıs 1919] (s. 85-86).

Edirne Sancağı: “...İzmir’de ezici çoğunluğun Türklerde olması ve İzmir’in Osmanlı Devleti’nin başta ve hatta Osmanlı padişahlığından evvel bile bir Türk memleketi olduğu halde Yunanlılar gibi uygarlıktan nasibini ve payını alamamış ve orada büyük çoğunluğa sahip Müslümanları zulm ve yok edecek bir devlet tarafından işgaline boyun eğmek dünyada görülmemiş bir haksızlık olacağı yönüyle bütün milli varlığımızla protesto ederiz...” [16 Mayıs 1919] (s. 99).

Hüdavendigâr (Bursa) Sancağı: “Milletlerin, azınlıkların, yenilgiye uğrayanların, zayıf ve güçsüzlerin haklarını gözetmeyi, barışın en büyük koşulu kabul etmekle siyasi ahlâkın ciddiyet ve yüceliğini kanıtlayan demokrat ve faziletli Amerika, İzmir’in bir hakka dayalı olmayarak Yunanlılar tarafından işgaline göz yummayacaklardır. Özellikle işgal esnasında halâ orada çocuklara yapılan korkunç feryatların kulaklarda ve ruhlarda yankılanan cinayetler karşısında titremeyecek ve isyan etmeyecek hiçbir uygar kalp düşünülemez...” [21 Mayıs 1919] (s.150-151).

Kastamonu Sancağı: “...Eğer bu prensipler bir aldatmacayı içermiyorsa bunlar ne için geliyor ve hangi esasa dayalı olarak büyük çoğunluğu tamamen Müslüman ve Türk olan memleketimiz azınlıklara armağan edilmek isteniyor. Anadolu’muzun batı taraflarını Yunan’a, güney taraflarını İtalya’ya doğunun bir kısmı henüz kendini kanıtlayıp kanıtlayamadığı bile anlaşılmayan Ermenilere hangi gerekçeyle verilmek isteniyor? Her taraf bilsin ve öğrensin ki bütün tarihleriyle nüfuslarının büyük çoğunluğu milli ve dini kuruluşlarıyla o muhteşem anıtsal eserleriyle etkin uygarlığıyla Türk ve İslâm olan bu yerler hiçbir şekilde ayrılık kabul etmez. Çünkü memleketimizin topluluğundaki kutsallık sırf Türklere aittir. Akdeniz’den yollarımızı kapamak ve sonra doğudan, güneyden sıkıştırmak bizlere nefes alma hakkı bırakmamak demektir... Galiplerimiz Türkleri acaba bir millet olarak mı tanımak istemiyorlar? Eğer böyle ise bin üç yüz senenin dini ve milli övücümüzden gökyüzüne yükselen manevi varlıklar âlemi ile ilgili minarelerimizle uyuşan o muhteşem kubbelerimizden utanç duysunlar.” [5 Haziran 1919] (s.168-169).

Konya Sancağı: “...İzmir gerek nüfus, gerek eserler ve gelenekleri bakımından Türk şehridir. Anadolu halkı zarif ve nazik başlı ve namusludur. Huzur bozacak hiçbir hareketleri yoktur. Sizlere ne haber verilirse büyük yalandır, bir propagandadır. Güvendiğiniz bir kurul ile inceden inceye araştırınız. Milletler Cemiyeti’nin prensiplerine uygun olarak yapılan işgalin haksızlığından dolayı protesto eder...” [20 Mayıs 1919] (s. 194).

Mamuretülaziz (Elazığ) Sancağı: “...İzmir’imizin işgali sırasında Yunan askerleri tarafından ... uğradıkları zulm ve saldırıdan dolayı sadece cihanın koruyucusu görevini üstlenen büyük İtilaf Devletleri hükümetlerinden değil; bütün uygarlık âlemine karşı bu hain ve acımasız hareketleri protesto ettiğimizi...” [22 Mayıs 1919] (s. 217).

Talep

Ankara Sancağı: "...Anadolu'muzun sürekli karışıklık ve çalkantı oluşturacağından, güvenliği sağlama kaygısıyla İzmir'imizin işgali, adaletine inandığımız birleşik üstün devletlerce uygun görülürse pek dost ruhumuz olan kendi askerleriyle yürütülmesini isterken ... kalplerimizin yaralarının daha da artmasına meydan verilmemesini yalvararak dileriz" [18 Mayıs 1919] (s. 36-37).

Aydın Sancağı: "...Yunan askerinin İzmir'den çıkarılması ve eğer kutsal vatanımızın ateşkes koşullarına göre işgali gerekiyorsa adaletlerinden kuşku duymadığımız başka bir devlet kuvvetlerinden birinin onların yerine geçirilmesi ve memleketin kaderini yeniden kazanacak ellere bırakılmasını dünya esenliği adına arz ederiz" [20 Mayıs 1919] (s. 60-61).

Diyarbakır Sancağı: "...Temsilcisi buldukları büyük devletlerden Wilson prensibine ve yirminci yüzyıla yaraşır adalete ulaşmamızı ümit ediyoruz..." [20 Mayıs 1919] (s. 84-85).

Edirne Sancağı: "...Bugün büyük bir adalet yığını havası şeklinde toplanan halk bu açık haksızlığın büyük devletler aracılığıyla kendi geçerli hukuk kuralları içinde onarılarak Osmanlı hukukuna uyulması ve büyük gürültülerle duyurulan prensiplerine dayalı olarak ricada bulunuruz" [19 Mayıs 1919] (s. 100-101).

Hüdavendigar (Bursa) Sancağı: "...Kral Victor Emanuel Hazretlerine Bursa'da miting halinde toplanan binlerce halkın feryatlarını arz ve takdime yüksek kişiliğinizi vekil ederken (İtalyan temsilcisi) dünyada adalet olmamıştır kuralının olup olmadığına inanmak isteriz" [21 Mayıs 1919] (s.150-151).

Kastamonu Sancağı: "1-Müslümanlık artık zahiri vaadlerle aldatılmamalıdır. 2 - Bay Wilson hiçbir kayda bağlamayarak bütün dünya milletleri nam ve hesabına ilân ettiği hak ve adalet prensipleri biz Müslümanlardan da esirgemeyeceğini ilân etmeli. 3 - Memleketinizin bin seneden beri Anadolu'daki İslâm ve Türk istiklâl ve toprak bütünlüğünü hiç kimsenin bozup değiştiremeyeceğini dünya barışı adına kendilerinden verilmesini uygun görenler hem bize ve hem bu kutsal hukukumuzu bilmeyenlere hemen bildirilmelidir. 4 - İsterse geçici niteliğe sahip olsa bile Yunan gibi macera arayıcı milletlerin galip gelenlerin arka çıkmasıyla olan işgallerine hemen son verilmeli ve sevgili Anadolu'muzun işgal edilen yerleri kurtarılmalıdır..." [5 Haziran 1919] (s.168-169).

Konya Sancağı: "Sizler ki büyük ve uygar milletin saygın vekillerisiniz... Bu sıfatlar ile sizleri yalnız bağlı olduğunuz devlet ve milletlerin değil bütün insanlığın ve uygarlığın temsilcisi görmek istiyoruz... Yunanlıların ve onlara katılan Hristiyan unsurların ne yaptıklarını işittiniz. Bunların parçalamadıkları ırz ve namus, katletmedik günahsız çocuklar, yağma etmedik mesken ve yurt, yıkılmadık kuruluşlar, çıldırtmadık İslâm kalmadığını da yapılan araştırmalarla doğruluğu ortaya çıkarmanızdır... Müslüman isek insandan başka bir şey değiliz... Müslümanları katil ve imha ve buna da Yunan askerini alet etmek hangi adalet ve insaniyete yakışır bilmeyiz... Bizi bu son dramdan korur ve başka yollarla korunmamıza yardımcı olursanız gerçek uygarlık görevinde milletlerinizi bir daha büyüklüğünü kanıtlamış olursunuz..." [16 (21) Mayıs 1919] (s. 191-192).

Mamuretülaziz (Elazığ) Sancağı: “...İzmir boşaltılıp İslâm saltanatına terk ve iade edilmedikçe buradaki galeyan fikirlerinin yatışmayacağını, damarlarında son bir damla kalıncaya kadar canlarını fedaya, her bir özveriyi yapmaya kararlı bulunan milletin kızgınlığının ve heyecanının sakinliğe erişebilmesi ancak İtilaf Devletleri'nin adalet ve insaniyetiyle yatışabileceğini arz eyeriz.” [27 Mayıs 1919] (s. 218).

Tehdit

Ankara Sancağı: “...Albayrak etrafında toplanacak Türk ulusal onurunu koruyacaklardır. Yedi yüz senelik parlak ve görkemli bir tarih sahibi olan Türk ve İslâm milleti, yaşam hakkını yok ettirmeyecek adaletli ve sürekli bir gücü elinde bulundurmaktadır...” [28 Mayıs 1919] (s. 38).

Aydın Sancağı: “...Rumeli ve Girit'de olduğu gibi her girdiği yeri kana boğmuş zulm ve facialar yapan ve milletleri yok etme yolunu alışkanlık haline getirdiği sonuç olarak benliğimizde sabit olan Yunan askerinin toprağımıza girişlerini bu kere de büyük bir öfkeyle geri çeviririz...” [20 Mayıs 1919] (s. 60-61).

Edirne Sancağı: “...Bizi İtilaf Devletleri ya sonsuza dek Osmanlı olarak görecektir veyahut bunun için nasıl öleceğimizi seyredecektir...” [24 Mayıs 1919] (s. 101).

Kastamonu Sancağı: “...zorla yapılan her şey bir gün yine zor gücüyle yıkılmaya mahkûmdur... Bilsinler ki her şey Müslüman Türk'tür ve Türk'ün de kalacaktır...” [5 Haziran 1919] (s. 168-169).

Konya Sancağı: “...Şu bilinen bir gerçektir ki, tıpkı fertler gibi milletlerin de bir milli onuru vardır. Yalnız onun için yaşarlar. Onun için teneffüs ederler. Bu aşırı bir biçimde zarar görürse dengesi bozulur ve durdurulması mümkün olmayan tepkileri ortaya çıkarır...” [20 Mayıs 1919] (s. 191-192).

Değerlendirme

İtilaf Devletleri'nin sözde Mondros Antlaşması'na dayanarak başlattığı işgal olayları, nihayetinde Yunanlıların İzmir'e ayak basmasıyla halkta öfke ve tepkinin dışavurumuna yol açmıştır. Yurdun hemen her bölgesinden İstanbul'a çekilen telgraflarda; işgale yönelik kınama, tepki, talep ve tehditler dile getirilmiştir. Yukarıda yer alan incelemede, merkeze yakın vilayetlerden çekilen telgraflarda padişah ve hükümetine olan güven ve bağlılık ifadelerinin daha çok yer aldığı görülürken, merkezden uzak bölgelerde ise bu bağlılık ifadelerine fazlaca yer verilmediği, aksine tehdide varan sözlerin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Örneğin Edirne, İstanbul ve Bursa gibi Osmanlı Devleti'ne başkentlik yapmış illerde, İstanbul Hükümetine ve padişaha bağlılık ve destek mesajının yoğun olduğu görülmektedir. Öyle ki, Edirne'de “Osmanlı padişahlığının hukuksal varlığı Tanrısal ve sarsılmazdır” (Selvi, 2007, s. 101); İstanbul'da “Azâmet ve heybet sahibi padişahımız efendimiz” (Selvi, 2007, s. 162) ve Bursa'da “Altı yüzyıldan beri beklediğimiz hükümdarlık tahtınıza sığınarak işaret buyrulacak fermanı gözlemektediriz. Bize yol gösterin padişahımız” (Selvi, 2007, s. 150-151) ifadeleri yer almaktadır. Edirne'de dikkati

çeken bir husus da Trakya meselesidir. Nitekim Paris Barış Konferansı'nda Venizelos, Trakya'nın da Yunanistan'a ilhakını talep etmiştir (Kurtuluş, 1979, s. 13). Bu nedenle çekilen telgraflarda, padişahlık makamı yüceltilerek, bu konuda hükümetin kararlı tavırlar sergilemesi ve olumlu sonuçlar elde etmesi beklenilmektedir.

Padişaha ve hükümetine yönelik güvensizlik ve tepkinin en net Ermenistan meselesi üzerinden yöneltildiği görülmektedir. Örneğin Bitlis, Diyarbakır, Erzurum ve Van'dan çekilen telgraflarda işgale karşı birlik ve beraberlik vurgusunun yanı sıra, Ermeni meselesine yönelik hükümetin hiçbir girişimde bulunmaması, daha doğrusu işi ağırdan alması üzerine yöneltilen eleştiri ve tehdit ifadeleri dikkat çekicidir. Bitlis'te "bir olup bittiye ve göç felaketine uğramamak" (Selvi, 2007, s. 80) şeklinde başlayan cümlede; Diyarbakır'da hangi bölgelerin Ermenistan'a verileceği endişesine ilişkin "...Kürtlerin oluşturduğu bu yöre alın yazgısının ne olacağının açıklanmasını telgraf başında büyük bir istekle bekleriz..." (Selvi, 2007, s. 86-87); Van'da "Çok açık olan hukukumuz göz önüne alınmazsa sorumluluk buna neden olanlara ait olmak üzere" (Selvi, 2007, s. 285) ve Erzurum'da bütün bu meselelerin çözümüne ilişkin hükümete yönelik "Ne yazık ki ne yüce hükümetimizin kamuoyunun bu haklı isteğine karşı girişim ve çalışmalarına ne de İtilaf Devletlerinin küçümsenen ve hor görülen hak ve adaletin onarılmasına yönelik çalışma ve gayretine hazır bulunmadığınızı gören Erzurumlular..." (Selvi, 2007, s. 140-141) ifadelerinde İstanbul'a ve İtilaf Devletleri'ne olan güvensizlik açıkça ortaya konulmaktadır. Bilindiği üzere Mondros Mütarekesi'nden sonra İngiltere'nin çıkarları doğrultusunda Ermeniler, Türk topraklarına saldırılar düzenleyerek Akdeniz'e sahili olan Büyük Ermenistan ülküsünün yakın bir gelecekte gerçekleşeceğini düşünüyorlardı (Yerasimos, 2000, s. 31-34). Nitekim 30 Ocak 1919 tarihinde Paris Barış Konferansı'nda Ermenileri umutlandıran bir karar alınmıştır. Ermeni patriği Zaven, Yunan patriğinin İngiliz Yüksek Komisyonu'na sunduğu dilekçesi ile İtilaf Devletleri'ni Anadolu'yu işgal etmeye teşvik etmişti (Özçelik, 2017, s. 655). Zira böyle bir işgalde, Doğu Anadolu'yu elde edebileceklerdi.

Erzurum ve milli mücadeledeki yeri hakkında yapılan incelemelerde, çoğunlukla Milli Mücadele'nin Erzurum'dan başlatıldığı söylenilmektedir. Gerçekten de o dönemin ilk büyük kongresinin Erzurum'da düzenlenmesi, Mustafa Kemal Paşa'nın kongrenin hemen öncesinde Erzurum'a gelmesi, burada askerlik mesleğinden istifa ederek kongreye katılması ve kongre başkanı seçilmesi; en önemlisi de kongrenin sonunda oluşturulan Temsil Heyeti'ne başkan kabul edilmesi, Milli Mücadele tarihinin seyrini değiştiren gelişmelerdir (Küçükkuşurlu, 2016, s. 50).

İtilaf Devletleri'ne yönelik telgraflarda yer alan ifadelerde ise çok fazla olmasa da, bu devletlere karşı duyulan güven açıkça dile getirilmiştir. Özellikle de Ankara ve Aydın'da dikkati çeken en önemli olay, İtilaf Devletleri'ne karşı duyulan koşulsuz güvendir. Zira telgraflarda, eğer illa da işgal olacaksa bunun İtilaf Devletleri'nden biri tarafından olmasının tercih edildiğinin açıkça belirtilmesi, o dönem halkının olayları analiz etme biçimi ve siyasi duruşu hakkında anlamlı sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu noktada Aydın'daki telgrafların hemen hepsinde adı geçen Hürriyet ve İtilaf Partisi, Tural'a göre (2004, s. 68) iki ana prensip etrafında kümelenmişti: Bunlardan ilki Osmanlıcılık diğeri ise adem-i merkezîyet ilkesiydi. İdari aşamadan siyasi aşamaya sıçramış olan bu anlayış, azınlık gruplarını partiye çeken oydaşma noktasının belki de en önemli

nedeniydi. Hal böyle olunca, telgraflarda İtilaf Devletleri'ne karşı dillendirilen övgü ve güven daha net anlaşılmaktadır. Yine aynı şekilde Bursadan Amerika ve İtalya'ya ithafen çekilen telgraflarda da devlet başkanlarına ve tarihlerine abartılı övgülere yer verilirken Türk tarihi ve gücünden hiçbir şekilde bahsedilmediği görülmektedir.

Ancak, yine de bu devletlere karşı güvensizlik daha çok dile getirilmiştir. Özellikle Wilson Prensipleri'ne ve Paris Barış Konferansı'na dayanılarak işgal ve söz konusu devletlerin tutumu sert bir dille eleştirilmiştir. İlhak tehlikesi karşısında ise daha sert ve tehdit içeren ifadelerle buna karşı durmak için ne gerekiyorsa yapılacağı bildirilmiştir. Tıpkı Konya'daki telgrafta yer alan şu ifade de olduğu gibi: "...tıpkı fertler gibi milletlerin de bir milli onuru vardır. Yalnız onun için yaşarlar. Onun için teneffüs ederler. Bu aşırı bir biçimde zarar görürse dengesi bozulur ve durdurulması mümkün olmayan tepkileri ortaya çıkarır" (Selvi, 2007, s. 194). Konya'da telgrafların neredeyse tamamında "genel halk adına" ifadesinin yer almasından da, kolektif bilincin oluştuğu ya da oluşmaya başladığı anlaşılmaktadır. Ancak hemen her yerde etkili olan yabancı devletlerin işbirlikçi örgütleri, propaganda faaliyetleriyle ortaya çıkan bu birlikteliği bozucu ya da yok edici etkide bulunmuştur. Nitekim Mondros Mütarekesi'nden sonra Anadolu'yu kendi aralarında paylaşmaya karar veren İtilaf Devletleri'nin öncelikle işgal etmeyi düşündükleri yerlerden biri de Konya'dır. Avanas'ın da belirttiği gibi (1998, s. 29-30) Konya, Anadolu'nun güneyindeki vilayetleri İstanbul'a bağlayan, ayrıca batıya da açılabilen önemli bir kavşak noktasında yer almaktadır. Bu nedenle İngilizler, mütareke hükümlerini gerekçe göstererek Konya'yı Batı ve Güney bölgelere asker ve mühimmat sevkiyatı için bir üs olarak kullanmışlardır. Aynı zamanda kendileri ile işbirliği yapan Hürriyet ve İtilaf Fırkası, Sulh ve Selamet Fırkası, İngiliz Muhipleri gibi cemiyetler aracılığıyla Konya halkı üzerinde nüfuzlarını sürdürmüşlerdir. Bu yüzden o dönem Konya'da çıkan isyanlarda, İngiliz ve İstanbul hükümetlerinin desteğindeki bazı din adamlarının etkisi oldukça fazladır. Yaşanan bu durumlar, halkın Milli Mücadele'ye katılımı noktasında tereddütler yaşamasına sebep olmuştur (Semiz ve Toplu, 2017, s. 257-258).

Söz konusu tarihlerde Sivas ve çevresinde bulunan azınlıklar, Mondros Ateşkes Antlaşması'nın 7. ve 24. maddelerine dayanarak müdahale etmelerini sağlamak için harekete geçmişlerdi. Anadolu'da protestoların çoğalması, azınlıkların gerçek dışı şikayetlerinin artması üzerine, İstanbul'daki İngiltere Fevkalâde Komiserliği harekete geçerek, Bâb-ı Ali'ye tebliğler, Harbiye Nezareti'ne de notalar vermiştir. Bu konudaki şikâyetlerden biri de Sivas ile ilgilidir. Şikayette, bölgede bulunan Hristiyanların Türkler tarafından ölümle tehdit edildiği bu ve benzeri durumların İtilaf Devletleri tarafından Sivas'ın işgali için bir sebep olabileceği belirtiliyordu. Bunun üzerine Mustafa Kemal Paşa, Havza'dan Harbiye Nezaretine 3 Haziran 1919 tarihinde çektiği telgrafta "Sivas ve civarında bulunan Ermenileri ve yeni gelen mültecileri tehdit edecek hiçbir hadise olmamıştır. Sivas ve çevresinde endişe verici bir durum yoktur. Herkes iş ve gücüyle meşguldür." (Tosun, 1996, s. 71-72) diyerek, İstanbul'u bilgilendirmiştir. Zira "...yüce kişiliğinizin müjdesini ağırbaşlılık ve sessizlikle bekler...müsaadelerinizi istirahat eyleriz" ifadesinden de hükümete iletilen talep ve şikâyetlerin neticesinin sükûnetle beklendiği anlaşılmaktadır (Selvi, 2007, s. 230).

Trabzon'da incelenen telgrafların neredeyse tamamında Trabzon Muhâfaza-yı Hukuk-ı Milliye Cemiyeti'nin talep ve şikâyetleri yer almaktadır. 1917 Ekim Devrimi'ni takiben 1918'de işgalden kurtarılan (Genelkurmay Başkanlığı, 1993, s. 453) Trabzon, Rus ordusunun Erzurum'la birlikte ele geçirmek istediği stratejik noktaların başında gelmektedir (Albayrak, 1981, s. 100). Yaşananları fırsat bilen Rum militanlar, buralarda eski Rum Pontus Devleti'ni kurmak için harekete geçmişlerdir. Böylece, bölgedeki yabancı emel ve istilalarına karşı koymak için Trabzon Muhâfaza-i Hukuk-ı Milliye Cemiyeti kurulmuştur (Goloğlu, 1968, s. 18). Telgraflarda merkeze bağlılıkla birlikte, bölgedeki huzursuzluk ve hareketlenmelerden de bahsedilmektedir.

İncelenen telgraflar içerisinde hemen her konuda en kapsamlı ifadelerin Kastamonu'da yer aldığı görülmektedir. Kastamonu, Mondros Mütarekesi sonrasında başlayan işgaller devresinde herhangi bir işgale maruz kalmamasına rağmen, Millî Mücadele'den yana tavır sergileyerek, vatanın işgallerden kurtarılması sürecinde önemli görevler üstlenmiştir. Örneğin Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti'nin çalışmalarıyla ve sayısız mitinglerle millî heyecan her zaman için zinde tutulmuştur. Eski'nin çalışmasında da belirtildiği gibi (1996, s. 39-40) İzmir'in işgali sonrası başlayan mitinglerden sadece kadınların düzenlediği ilk kadın mitingi Kastamonu'da yapılmıştır. Yine basın-yayın faaliyetleriyle de halk gelişmekte olan olaylar hakkında zamanında bilgilendirilmiştir. Belki de bu nedenle telgraflar içinde en kapsamlı, akılcı ve gerçekçi değerlendirme Kastamonu'dan çekilen ve yukarıda önemli noktaları verilen telgraflardır. Şüphesiz tüm vilayetlerden çekilen telgraflar İzmir'in işgaline karşı halkın duyduğu tepkiyi dile getirmektedir. Ancak, bu telgraflar içinde, söz konusu vatanın bağımsızlığı ve bütünlüğü olunca, halkın sergilediği ya da sergilemesi gereken birlik ve beraberlik en güzel şu cümlelerle dile getirilmektedir:

...Kastamonu'nun din bilgini, medrese öğrencileri, şeyh ve dervişleri, öğretmenler ve öğrenciler ile esnaf, tüccar ve çiftçiler parti görüşlerinden doğan bütün anlaşmazlıkları bütünüyle bırakarak, milletin toprak bütünlüğü ve bağımsızlığının ve memleketin siyasi ve fiili müdahalelerden tamamıyla korunmasını sağlamak ve kutsal amaçları savunma amacıyla... (Selvi, 2007, s. 168-169)

Aynı şekilde Elazığ'da da "...ilimiz birçok köy, nahiye, kaza ve şehirde bulunan bütün bireyler, şu millî matemde tek vücut olarak hareket eyleyeceklerinde birleşmiş olarak bulduklarından..." (Selvi, 2007, s. 216) ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, kolektif ruhun oluşmasında ve bunun toplumsal bir harekete dönüşmesinde gereken en önemli unsurun yani birlik ve beraberliğin telgraflar aracılığıyla tüm yurttan oluştuğu görülmüştür.

Sonuç

Toplumsal hareket teorisyenleri, hareketin tabandan başlaması konusunda aktif bir bakış açısını benimsemektedirler. Bu nedenle de toplumsal hareket taraftarları, kolektif eylem yoluyla geleceklerini etkileme gücüne sahip oldukları algısını taşımaktadırlar. Zira kolektif eylem, insanların ortak bir amaca ulaşmak için tekrar tekrar veya belirli bir süre boyunca birlikte yaptıkları ve paylaştıkları şeylerdir. İnsanlar, çevrelerindeki dünyadan dışlanmış ya da siyasal kurumların toplumu nasıl yönettiği konusunda derin bir güvensizlik hissettiklerinde,

genelde kolektiflik temelinde toplumsal bir hareket ortaya çıkar. Bu noktada 1919 yılının hareket örgütleyicileri, hem ülkenin içinde bulunduğu durumu hem de dünyanın sosyo-politik durumunu iyi tahlil etmiş, ne istediğini bilen bilinçli bir topluluktur. Telgraflar üzerinden oluşan “biz” duygusu, kısa sürede toplumun geneline yansımış ve böylece Milli Mücadele ruhunun kuvvetli temelleri atılmıştır. Tüm yurtda düzenlenen mitinglerin yanı sıra padişah ve hükümeti başta olmak üzere İtilaf Devletleri'nin İstanbul temsilcilerine, Avrupa ve Amerika devletlerinin devlet başkanlarına çekilen protesto telgrafları da bunu destekler niteliktedir. Bu telgraflarda, padişah ve makamına yönelik tepkilerin ve güvensizliklerin çoğunlukla merkeze uzak vilayetlerde doğrudan dile getirildiği, merkeze yakın yerlerde ise padişaha bağlılık sözlerinin daha ön planda olduğu, tepkilerin ise talep şeklinde dolaylı olarak belirtildiği görülmüştür. İtilaf Devletleri'ne yönelik telgraflarda ise kınama ve tepki söylemlerinin ağırlıkta ve doğrudan olduğu, Türklerin ve İslamiyet'in tarihi üzerinden tehditlerin dile getirildiği görülmektedir. Kısacası Milli Mücadele hareketinde telgraflarla başlayan tepkilerin çok kısa bir sürede tüm yurda yayıldığı ve çok geçmeden de fiili hareket dönüştüğü anlaşılmaktadır. Bu noktada toplumsal hareketlerin en önemli unsuru olan kolektifliğin ve bunun üzerinden oluşan ortak kimliğin, incelenen telgraflarda olduğu ve bu noktada çalışmanın varsayımının ve amacının doğrulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaynaklar

- Akşin, S. (1986). Paris Barış Konferansının Yunanlıları İzmir'e çıkarma kararı. *Üçüncü askerî tarih semineri bildirileri: Türk-Yunan ilişkileri içinde (174-185)*. Ankara: Genelkurmay Askerî Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı Yayınları.
- Albayrak, H. (1981). *Trabzon'dan Atatürk'e*. Trabzon: Özkan Ofset Matbaacılık.
- Apak, R. (1990). *İstiklâl Savaşında Garp Cephesi nasıl kuruldu?* Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Avanas, A. (1998). *Milli Mücadele'de Konya*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Ayışığı, M. (2002). Unutulan soykırım: Batı Anadolu'da Yunan mezalimi, *Türkler*, 15, 776-789.
- Bhonagiri, A. (2016). *Social movements: Topic guide*. Birmingham, UK: GSDRC, University of Birmingham.
- Castells, M. (1983). *The city and the grassroots: A cross-cultural theory of urban social movements*. Berkeley and Los Angeles: The University of California Press.
- Castells, M. (2004). *The power of identity* (2. Baskı). Oxford/Malden: Blackwell.
- Collas, A. (2002). *International civil society movements in world politics*. Cambridge: Polity Press.
- Çayır, K. (1999). Toplumsal sahnenin yeni aktörleri: Yeni sosyal/toplumsal hareketler. K. Çayır (Yay. Haz.) *Yeni sosyal hareketler içinde (13-35)*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çukurova, B. (1987). 15 Mayıs 1919 İzmir'de Yunan mezalimi. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 3(8), 461-471.
- Diani, M. (2001). Social movement analysis and voluntary action analysis: An idiosyncratic view. *The third sector from a European perspective içinde (1-25)*. İtalya: University of Trento.
- Eski, M. (1996). İlk kadın mitingi. *Kastamonu'da İlk Kadın Mitingi'nin 75. yıldönümü uluslararası sempozyumu: 10-11 Aralık 1994 Kastamonu içinde (33-47)*. Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi.
- Eyerman, R. ve Jamison, A. (1991). *Social movements: A cognitive approach*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Fuentes, M. ve Frank, A. G. (1990). Toplumsal hareketler üzerine on tez. (A. Gürata ve T. Bora, Çev.) *Birikim*, 16, 29-41.
- Fuchs, C. (2006). Systemic practice and action research. *The Self-Organization of Social Movements*, 19(1), 101-137.
- Genelkurmay Başkanlığı. (1993). *Birinci Dünya Harbinde Türk Harbi Kafkas Cephesi 3 üncü Ordu Harekâtı: Cilt II*. Ankara: Genelkurmay Basımevi.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (H. Özel ve C. Güzel, Haz.). İstanbul: Ayrıç Yayınları.
- Goloğlu, M. (1968). *Erzurum Kongresi*. İstanbul: Nüve Matbaası.
- Jasper, J. M. (2002). *Ahlaki protesto sanatı*. (S. Öner, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Karlı, E. (2004). *Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet*. İstanbul: Geçit Kitabevi.
- Kessler, G. (1985). *Sosyolojiye başlangıç*. (Z. F. Fındıkoğlu, Çev.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Kurat, Y. T. (1986). Yunanistan'ın Küçük Asya macerası. *Üçüncü askerî tarih semineri bildirileri: Türk-Yunan ilişkileri içinde (407-423)*.
- Kurtuluş, Ü. (1979). *Batı Trakya'nın dünü bugünü*. Ankara: Sinan Matbaası.
- Küçükuşurlu, M. (2016). Milli Mücadele Erzurum'undan mühim bir mektup. *Mavi Atlas*, 6, 49-58.
- Le Bon, G. (2005). *Kitleler psikolojisi*. (S. Demirkan, Çev.). İstanbul: Yağmur Yayınevi.
- Melucci, A. ve Avritzer L. (2000). Complexity, cultural pluralism and democracy: Collective action in the public space. *Social Science Information*, 39(4), 507-52.

- Melucci, A. (2004). Toplumsal hareketler ve günlük hayatın demokratikleşmesi. J. Keane (Der.), *Sivil toplum ve devlet: Avrupa'da yeni yaklaşımlar* içinde 271-291. (L. Köker, A. Çiğdem, M. A. Küçük, A. Bora ve A. Nur, Çev.). Ankara: Yedikıta Yayınları.
- Merton, R. K. (1983). *Introduction to sociology*. New York: Harcourt Brace Jovanovich Inc.
- Mısıroğlu, A. (1976). *Kuva-yı Milliye'nin kadın kahramanları*. İstanbul: Sebil Yayınevi.
- Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler*. (A. Kotil, Çev.). İstanbul: Cep Üniversitesi İletişim Yayınları.
- Öktem, H. R. (1991). *Mütareke ve işgal anıları*. (Z. Arıkan, Haz.), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Özçelik, İ. (2017). Milli Mücadele Döneminde Ermeni Meselesi. *Ulakbilge*, 5(11), 655-682.
- Özsoy, O. (2007). *Saltanattan Cumhuriyete Kurtuluş Savaşı* (2. Baskı). İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ron, E. ve Jamison, A. (1991). *Social movements: A cognitive approach*. Cambridge: Polity Press in association with Basil Blackwell.
- Sarıhan, Z. (2004). *Kurtuluş Savaşı gençliği*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Selvi, H. (2007). *İşgal ve protesto*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Semiz, Y. ve Toplu, G. (2017). Milli Mücadele Döneminde Konya ve Atatürk. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(12), 254-283.
- Şentürk, Ü. (2006). Küresel yeni sosyal hareketler ve savaş karşıtlığı. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1), 31-46.
- Sunata, İ. H. (2006). *İstanbul'da işgal yılları*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Taçalan, N. (2007). *Ege'de Kurtuluş Savaşı başlarken*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Tilly, C. (2004). *Social movements: 1768-2004*. Boulder/London: Paradigm.
- Touraine, A. (1985). An introduction to the study of social movements. *Social Research*, 52(4), 749-787.
- Toynbee, A. J. (2000). *Bir devletin yeniden doğuşu II*. (K. Yargıcı, Çev.). İstanbul: Çağdaş Matbaacılık.
- Türkiye Cumhuriyeti Tarihi-I*. (2009). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Türkmen, Z. (2016). *Milli Mücadele yıllarında İstanbul mitingleri*. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Tosun, R. (1996). Milli Mücadele'de Sivas'ın yeri ve önemi. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 12(34), 67-86.
- Tural, E. (2004). II. Meşrutiyet Döneminde siyasi partilerin taşra politikaları. *Amme İdaresi Dergisi*, 37(4), 57-82.
- Umar, B. (1974). *İzmir'de Yunanlıların son günleri*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Uysal, A. (2007). İlk dönem kolektif davranış ve toplumsal hareket kuramları. *Tezkire*, 46-47, 30-47.
- Yerasimos, S. (2000). *Kurtuluş Savaşında Türk Sovyet ilişkileri (1917-1923)*. İstanbul: Boyut Yayınları.



MARMARA İLETİŞİM DERGİSİ BİBLİYOGRAFYASI (1992-2017)*

Cilt: I Sayı: I Yıl: 1992

GİRİTLİ İsmet, Körfez Bunalımı ve İletişim, Sayfa: 9-16

BEKTAŞ Arsev, The Crisis of Turkish Democracy, Sayfa: 17-52

ÖZERKAN Şengül, Kamuoyu Araştırmalarının Karar Verme Sürecine Etkisi, Sayfa: 61-84

HACİRÜSTEMOĞLU Rüstem, Enflasyonun Muhasebeye Etkisi, Sayfa: 85-88

AYAYDIN Aydın, Regrasyon - Korelasyon Analizi ve Yönetim Muhasebesi, Sayfa: 89-92

ORKAN Ahmet, Bilişim'e Teorik Yaklaşım ve Bazı Temel Kavramlar, Sayfa: 93-108

AYDIN Emin, Bilişim Sistemlerinde Güvenlik, Güvenirlilik Mahremiyet ve Bilişim Suçları, Sayfa: 109-138

OSKAY Ünsal, Theodor W.Adorno:"Örselenmiş Bir Hayat" , Sayfa: 139-170

SAVAŞ Funda , İşletme Yönetiminde Halkla İlişkiler, Sayfa: 171-184

ÖZTÜRK Meltem, Kamu Yönetiminde ve Belediyelerde Halkla İlişkiler, Sayfa: 185-196

BALABANLAR Ali, Tür ve Sinema, Sayfa: 197-210

ODABAŞ Battal , Bir "Yeni Amerikan Sineması" mı? , Sayfa: 211-220

BİRİYILDIZ Esra, Dışavurumcu Alman Sineması, Sayfa: 221-250

İNÜĞÜR Nuri M. , 1923 - 1950 Dönemi Basınında Vatan-Tan Gazeteleri ve Ahmet Emin Yalman, Sayfa: 251-266

SAYILGAN Şevket, Türkiye'de Basın Özgürlüğü ve Cumhuriyet Dönemi Anayasalarının Basın Özgürlüğüne Yaklaşımları, Sayfa: 267-292

OKAY Aydemir , Basının Basın Davalarını Ele Alışı, Sayfa: 293-316

* Marmara İletişim Dergisi'nin 28 sayılı bibliyografyasının hazırlanmasında emeği geçen Arş. Gör. Güler Sönmez'e dergi editörlüğü olarak teşekkürlerimizi sunuyoruz.

ATILGAN Semra, Türk Basımında Finans Problemleri, Sayfa: 317-346

ÇELEBİOĞLU Fuat , How Can Excessive Bureaucracy Be Prevented, Sayfa: 53-60

Cilt:2 Sayı: 2 Yıl:1993

CİNMAN ŞİMŞEK Melda, Türkiye'de Yeşiller Partisi, Sayfa: 5-40

SARMAŞIK Jale, Uluslararası ve Bölgesel Uydu Örgütleri, Sayfa: 41-60

BEKTAŞ Arsev , Religion, Polity and Society in Turkey, Sayfa: 61-74

OKTAY Mahmut, Demokratik Sürecin Sağlıklı İşleyişi Açısından Siyasal İletişimde Sosyal Sorumluluk Projesi, Sayfa: 75-113

İNCEOĞLU Yasemin G., A.B.D.'nin En Büyük Haber Ajansları: AP ve UP, Sayfa: 115-120

AYDIN Emin D., Myths and Realities of On-Line Information Utilities and Its Networking, Sayfa: 121-134

ÖZERKAN Şengül, İletişim ve Dil, Sayfa: 135-140

SEVSAY Emel Y., Modernleşme ve Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları, Sayfa: 141-160

İNÜĞÜR M. Nuri, Mehmet Asaf Borsacı, Sayfa: 161-168

ÇELEBİOĞLU Fuat, L'Approche Experimental Au Changement Planifie, Sayfa: 169-178

PELTEKOĞLU Filiz B., Halka İlişkiler ve Sosyal Sorumluluk, Sayfa: 179-192

OSKAY Ünsal, Theodor W. Adorno'da "Kırılmış Totalite" Kavramı, Sayfa: 193-220

CANKAYA Özden, Türkiye'de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu, Sayfa: 221-236

TÜRKOĞLU Nurçay, Seyirlik Ölümler, Sayfa: 236-272

KARS Neşe, Kavram ve İçerik Açısından Radyo Oyunları Değerlendirmesi, Sayfa: 273-302

SARUHAN Ayla, Dahili İletişim, Sayfa: 303-315

Cilt:3 Sayı:3 Yıl:1993

PELTEKOĞLU Filiz B., Yönetimde Halkla İlişkilerin İşlevi, Sayfa: 5-10

AYDIN Emin, Twenty Good Suggestions For Successful Press Release, Sayfa: 11-16

OBA Ali, Türkiye'nin Avrupada Tanıtılması, Sayfa: 17-22

ALACAKLI Hilmi, Bilinguisme (İki Dillilik) ve Kanada'nın İki Dilliliği, Sayfa: 23-42

ÇETİNKAYA Ahmet, Radyo Yayınlarında Ses Sinyallerinin İyileştirilmesi, Sayfa: 43-50

ONARAN Alim, Binbir Gece Masallarının Kaynakları, Sayfa: 51-62

-
- ODABAŞ Battal, Amerikan İmparatorluğu (L'Empire Americain) , Sayfa: 63-76
- ULUS Semra, Yerel Basınımız, Sayfa: 77-88
- KAYPAKOĞLU Serdar, Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Uluslararası Entegrasyona Etkileri, Sayfa: 89- 106
- AYDOĞAN Filiz, Basın Otokontrolünde Basın Konseylerinin İşlevi, Sayfa: 107-122
- AYDIN Emin, Myths About Teaching Computer, Sayfa: 123-140
- İNCEOĞLU Yasemin, Bilgisayar ve İnsan Yaşamı Üzerine Bazı Etkileri, Sayfa: 141-150
- ÖZERKAN Şengül, Bilgisayar ve İletişim, Sayfa: 151-160
- DOĞAN Binali, Küresel İşletmelerde Eşgüdüm, Bilgi Sistemleri ve İletişim, Sayfa: 161-174
- SAYILGAN Şevket, Sivil Toplum ve Enformasyon, Sayfa: 175-176
- BEKTAŞ Arsev, Machiavelli ve Hobbes “Siyasal İktidar” ve “Güç” Analizleri, Sayfa: 177-188
- AYAYDIN Aydın, Avrupa Topluluğu Finansal Entegrasyonu Karşısında Türk Mali Sektörünün Durumu ve Muhtemel Etkileri, Sayfa: 189-198
- YOZGAT Uğur, Satisfying Customers, Sayfa: 199-204
- OBA Ali, Dış Politikanın Oluşturulmasında Araştırmanın Önemi, Sayfa: 205-210
- BERKSOY Turgay, Basın Ekonomisi ve Promosyon, Sayfa: 215-232
- ATILGAN Semra, Basın Ekonomisi ve Promosyon, Sayfa: 233-238
- MUTLU Ayşegül, Sosyal Fayda ve Maliyet Açısından Basın Sektörü ve Promosyonlar Üzerine Yorum, Sayfa: 239-242
- NADAROĞLU Halil, PANEL, Sayfa: 243-268

Cilt:4 Sayı:4 Yıl:1993

- BİRİLDİZ Esra, Şoför Nebahat Mı Olalım, Küçük Hanımefendi Mi? , Sayfa: 5-14
- ESEN Şükran, Türk Sinemasında Göç Olayı, Sayfa: 19-28
- ÖZERKAN Şengül, TV’de Şirket Ögesi ve Çocuk Programları, Sayfa: 29-34
- TÜRKOĞLU Nurçay, History in Motion, Sayfa: 35-42
- ODABAŞ Battal, Genç İsviçre Sineması, Sayfa: 43-52
- ÇETİNKAYA Ahmet, Avrupa Topluluğuna Kantonalizm Uygulaması, Sayfa: 53-56
- AYDIN Emin, Bilişim Toplumu, Sayfa: 57-86
- İNCEOĞLU Yasemin G., New York Times ve Basın Özgürlüğü, Sayfa: 87-100

-
- ALACAKLI Hilmi, Bilim Adamı ve Gazeteci, Sayfa: 101-102
- SAYILGAN Şevket, Ekonomi Politikalarının Başarısında Basının Rolü, Sayfa: 103-112
- ÖZTÜRK Ahmet, Türkiye'nin Demokratikleşme Sürecinde Yaşadığı Basın Özgürlüğü Sorunu, Sayfa: 115-130
- SAYILGAN Şevket, Türkiye'de Sermaya Piyasası ve Kamuyu Aydınlatma, Sayfa: 131-138
- ÖZARSLAN Pınar, Kitle Toplumunun Kültürel Yapısı ve Günümüzün Açıklama Biçimi Olarak Magazin Söylemi, Sayfa: 139-156
- DİLEK Yasin, Köy Basını, Sayfa: 157-162
- DENİZ R. Baki, Communication in Marketing, Sayfa: 163-170
- ATABEK Nejdet, Reasons For Changing Over To A Pluralistic Framework To Broadcasting From A Public Service Monopoly Framework In Britian, Sayfa: 171-178
- ÖZMEN A. Şule, Importance of Quantitative Information In Management Systems, Sayfa: 179-186
- OKTAY Mahmut, Halkla İlişkiler Mesleğinin Faaliyet Çerçevesi ve Uzmanlık Alanları, Sayfa: 187-204
- GÜN Funda S., Toplumsal Halkla İlişkiler, Sayfa: 211-218
- ERGİL Tülay, İstanbul Şehir Dokusu İçinde Müzeler ve Halkla İlişkiler, Sayfa: 219-223
- PELTEKOĞLU Filiz B., Kurum İçi İletişim ve Kurumsal İmaja Katkısı, Sayfa: 205-210

Cilt: 5 Sayı:5 Yıl:1994

- İNCEOĞLU Yasemin G., Latin Amerikan Gazeteleri ve Yayın Devleri, Sayfa: 5-32
- AYDIN Emin, Her Sosyal Kurum Bir Bilgi, Bilişim Sistemidir, Sayfa: 33-38
- ATILGAN Semra, Basın İşletmelerinde Grev Hareketleri, Sayfa: 39-58
- OKTAY Mahmut, Bilgisayar Destekli Gazeteciliğin Klasik Haber Anlayışında Yaratacağı Değişiklikler, Sayfa: 59-78
- ÖZERKAN Şengül, Le Journal De La Guerre D'Independance Turque, Sayfa: 79-84
- KAYPAKOĞLU Serdar, Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişimi, Sayfa: 85-122
- BİNAK F. Mutlu, Machiavelli'ci Gazetecilik, Yaşlı Kurtla Etik Üzerine Kısa Görüşme, Sayfa: 123-136
- ÖZTÜRK Ahmet, Tek Parti Döneminde Basın Özgürlüğü, Sayfa: 137-144
- SÜTÇÜ Cem, Bilgisayar ve Bilgisayar Ağları, Sayfa: 145-152

AKYAZI Erhan, İletişim Ortamlarının Birbiriyle İlişkisi ve Birlikte Yaşama Olgusu, Sayfa: 153-158

ELDENİZ Levent, Basın Tekniklerinin Tarihsel Gelişimi, Sayfa: 159-162

SAYILGAN Şevket, Refah Ekonomisi ve İletişim, Sayfa: 163-168

ERGİL Tülay, Eski Eser Kaçakçılığı ve Basındaki Yeri, Sayfa: 169-192

YAKIŞAN Seval, ÇEVİRİR Necati, Tüketiciyi Yönlendirici TV Reklamlarındaki Mesajların Uygulamadaki Tutarlılık Deneyi, Sayfa: 193-201

OKAY Aydemir, Sponsorluk, Sayfa: 201-212

OKAY Ayla, Halkla İlişkilerin Temelleri, Sayfa: 213-222

ÇÖKLÜ Ece Y., Grup Dinamiği ve Halkla İlişkilerdeki Yeri, Sayfa: 223-226

BAYTEKİN Özcan, On The Lack Of Interaction Of World Trade Statistics, Sayfa: 243-252

TÜRKOĞLU Nurçay, Katı Olan Herşey Havada Erir Gider, Sayfa: 253-276

ÇETİNKAYA Ahmet, International Measures On Radio Interference, Sayfa: 277-280

ODABAŞ Battal, Fransız Sinemasında Yeni Dalga, Sayfa: 281-288

ÇETİN Zeynep, Kitle Kültürü ve SSCB'de Pazar Kültürü Olarak Kitle Kültürü, Sayfa: 289-299

Cilt:6 Sayı:6 Yıl:1994

BİNATLI Cüneyt, Gazetelerin Pazar Araştırmaları ve Okuyucu Anketleri, Sayfa: 5-6

UZUNÇARŞILI Ülkü, UZUNÇARŞILI Ayda, Managing Time At Work, Sayfa: 7-14

BAYTEKİN Özcan, Management Information Systems The State Of Art, Sayfa: 15-26

SAYILGAN Şevket, Demokratik Ekonomi ve Borsa, Sayfa: 27-38

KARAYEL Emel, Halkla İlişkilerde Kurumsal Reklamcılık, Sayfa: 39-46

ÖZGEN Ebru, Halkla ilişkilerde Televizyon ve Televizyon Reklamları, Sayfa: 47-54

ÖZGEN Ebru, Başarılı Basın Reklamı Nasıl Olmalıdır? , Sayfa: 55-58

OKAY Ayla, Halkla İlişkiler Çalışmaları, Sayfa: 59-68

İNCEOĞLU Yasemin G., KHAN Muhammed, Evolution of Television in Pakistan and Turkey, Sayfa: 69-88

SARMAŞIK Jale, İngiltere'de Radyo-Televizyon Düzeni, Sayfa: 89-102

TÜRKOĞLU Nurçay, The Excellent Adventure, Sayfa: 103-110

ODABAŞI Hatice A., Creativity, Sayfa: 111-118

SARMAŞIK Jale, Yeni Radyo-Televizyon Yasası, Sayfa: 119-130

ÇEVİRİR Necati, YAKIŞAN Seval, Sinemanın Tarihsel Gelişimi ve İzleyici Profili Üzerine Bir Değerlendirme, Sayfa: 131,142

ÇETİN Zeynep, Soap Operaların Doğuşu, Tarihsel Gelişimi ve Başarı Nedenleri, Sayfa: 143-170

ODABAŞ Battal, Quebec Sineması, Sayfa: 171-184

ŞAHİNKAYA Ahmet, Kablolu TV Sistemleri, Sayfa: 185-190

AYDIN Emin D., Bilgisayar Vizyon ve Görüntü İşleme, Sayfa: 191-208

İNCEOĞLU Yasemin G., İspanyol Medyası, Sayfa: 209-216

AYDIN Emin D., Türk-Avrasya Üniversitesi, Sayfa: 217-220

ERASLAN Pınar, Gazetecilik Mesleğindeki Değişim ve 21. yüzyılda Gazetecilik, Sayfa: 221-234

SAYILGAN Şevket, Ekonominin Baromotresi Borsa ve Manipülasyon, Sayfa: 235-246

. ÖZARSLAN Rauf H, Semantics of Computer Crime in the EC, Sayfa: 247-276

TÜRKOĞLU Nurçay, Mesajlar ve Anlamlar, Sayfa: 277-282

ATILGAN Semra, Mesleği Gazeteci, Sayfa: 283-294

SARMAŞIK Jale, Uydu ile Uluslararası Televizyon Yayıncılığı “Ön İzin” , Sayfa: 295-302

YAMAK Oygur, İşletmelerde Bilginin Karar Vericilere İletilmesi Sorununa Kavramsal Bir Çerçeve: Sistem Yaklaşımı, Sayfa: 303-308

AYDOĞAN Filiz, Sanata İki Ayrı Bakış Açısı: Aristoteles ve Borges, Sayfa: 309-317

Cilt:7 Sayı:7 Yıl:1994

GİRİTLİ İsmet, İletişim Dünyasında Olaylar ve Gelişmeler, Sayfa: 5-14

BİNATLI Cüneyt, 2000’li Yılların Başında Gazetelerin Mücadelesi, Sayfa: 15-18

DEMİRBULAK Selçuk, 1994’lerde Medya Sanayi ve Gümrük Birliği’ne Bir Bakış, Sayfa: 19-22

ATABEK Nejdet, Gazetecilikte Tarafsızlık, Sayfa: 23-36

ATILGAN Semra, Bir Okur Profili Çalışması: Örnek Gazete “Cumhuriyet” , Sayfa: 37-50

ERASLAN Pınar, Gazetelerde Modern İletişim Teknolojilerinin Kullanımı ve Sabah Gazetesi Örneği, Sayfa: 51-62

ÖZTÜRK Ahmet, Cumhuriyet Öncesi Dönemde Türk Basınının Gelişimi ve Özgürlük Çabaları, Sayfa: 63-78

İNCEOĞLU Yasemin G., Afrika Medyasına Bir Örnek: Kenya’da Medya, Sayfa: 79-82

İNCEOĞLU Yasemin G., Asya’da Medya, Sayfa: 83-94

-
- SEZGİN Jülide, 1990'larda Latin Amerika'da Habercilik: Çağdaştırma Çabaları, Sayfa: 95-104
- SAYILGAN Şevket, Borsada Kamuoyunu Aydınlatmanın Önemi ve Basın, Sayfa: 105-112
- AYDIN Emin, İletişim Fakülteleri ve «Bilişim Anabilim Dalı» , Sayfa: 113-138
- ELDENİZ Levent, Programlama Dilleri, Sayfa: 139-144
- AKYAZI Erhan, Barkod Teknolojisi ve Barkod Üretim Teknikleri, Sayfa: 145-152
- SÜTÇÜ Cem S., İstatiksel Veri Tabanları ve Basın İşletmelerinde Karar Destek Sistemi Oluşturmak İçin Kullanılabilecek Bir İstatiksel Veri Modeli, Sayfa: 153-162
- KABAN Zeynep Y., Olgunluk Dönemi İş Stratejileri, Sayfa: 163-178
- DEMİR Vedat, Türkiye'de Özel Radyo ve Televizyonların Çıkışı ve Bu Konuda Devlet Tekelinin Kalkması, Sayfa: 179-190
- MAHMUTOĞLU Fatih S., 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Üzerine Düşünceler, Sayfa: 191-200
- ÇETİNKAYA Ahmet, Acoustic Properties of Radio-TV Studios, Sayfa: 201-210
- ŞAHİNKAYA Ahmet, Yüksek Tanımlı Televizyon Standardı, Sayfa: 211-218
- Şimşek Melda C., Siyasal İletişim Araştırmalarının Geleceği: Japon Perspektifi, Sayfa: 219-233
- HANIOĞLU Arsev B., Political Participation and Democracy in Egypt: Social Mobilization, Political Communication and Modernization After 1952 Revolution, Sayfa: 233-244
- RİGEL Nurdoğan, "Sus" Oy Geliyor. Siyasi İletişimde "Konuşmadan Konuştur" Yöntemi, Sayfa: 245-250
- BİRYILDIZ Esra, Atatürk ve Sinema, Sayfa: 251-257
- BALABANLAR Ali, Görsel Zevk ve Konulu Sinema, Sayfa: 257-268
- ILGAZ Ahmet, Thoughts On Capturing The Moment In Photography, Sayfa: 269-274
- USLU Yeşim, Operanın Doğuşu ve İtalyadaki Gelişimi, Sayfa: 275-279
- ÇETİN Zeynep, Dante ve Boccaccio'nun İnsana ve Aşka Bakışı, Sayfa: 279-308
- GÜN Funda S., Halkla İlişkiler ve Üretici - Tüketici İlişkisinde Kalite Yönetimi, Sayfa: 309-316
- SEZGİN Meltem, "The Public Relations Environment" Halkla İlişkiler Çevresi, Sayfa: 317-320
- ÇÖKLÜ Y. Ece, Halkla İlişkiler Faaliyetleri Çerçevesinde Kuruluştaki Kriz Yönetimi, Sayfa: 321-328
- RİGEL Nurdoğan, Rüyalarımıza Reklam İster Misiniz? , Sayfa: 329-332

Cilt:8 Sayı:8 Yıl:1994

- PELTEKOĞLU Filiz B., İletişim ve Medyada Kalite, Sayfa: 5-14
- OKAY Aydemir, Kriz Yönetimi, Sayfa: 15-18
- ÖZGEN Ebru, Dar Kapsamda Turizm ve Otelcilik, Sayfa: 19-24
- OKAY Ayla, Halkla İlişkiler Çalışmaları(II) , Sayfa: 25-36
- GÜZELCİK Ebru, Tanıtımcı Olarak Rolünüz, Sayfa: 37-44
- ÇETİNKAYA Ahmet, MMDS Çok Kanallı Mikrodalga TV Dağıtım Sistemleri, Sayfa: 45-56
- DEMİR BULAK Selçuk, İletişim Sektöründe Açık Diplomasi, Sayfa: 57-62,
- BİR YILDIZ Esra, Feminist Film Eleştirileri, Sayfa: 63-66
- SAYILGAN Şevket, Ekonomi Basını ve Kamuoyunu Aydınlatmadaki Önemi, Sayfa: 67-72
- TAŞ Ayşe, Kieslowski ve Üç Renk: Mavi, Sayfa: 73-78
- ÇETİNKAYA Ahmet, Video Signal Processing For TV Broadcasting, Sayfa: 79-86
- TÜRKOĞLU Nurçay, Televizyon: Düş mü? Gerçek mi? , Sayfa: 87-104
- ESEN Şükran, Sinemada Festivaller, Sayfa: 105-112
- BAYRAKTAROĞLU Meriç, Visconti'nin Yaşayan Sineması, Sayfa: 113-122
- KIREL Serpil, Seyircisiyle Buluşmaya Çalışan Son Dönem Türk Sineması'nın İyi Örneklerden Biri: Yengeç Sepeti, Sayfa: 123-134
- ÇETİN Zeynep, Göstermeyi Amaçlayan Bir Film: "La Reine Margot - Kraliçe Margot" , Sayfa: 135-142
- AYDOĞAN Filiz, Televizyonun Çocuklar Üzerinde Etkisi, Sayfa: 143-152
- CAN AYTEKİN, Uydu Yayıncılığı ve Kablolu Televizyon, Sayfa: 153-168
- ODABAŞ Battal, Germinal, Sayfa: 169-177
- AYDIN Emin D., Sayısal Video Etkileşim Teknolojisi ve Kişisel Bilgisayarlar, Sayfa: 177-184
- SARMAŞIK Jale, Basında Çalışanların Sosyal ve Mesleki Haklarının Gerçekleşmesi, Sayfa: 185-200
- YERLİKAYA İlhan, Bir Osmanlı Gazetesi Olan Vakit Gazetesi'nde (1875 - 1884) İlan ve Reklamlar, Sayfa: 201-212
- SAYILGAN Şevket, 5 Nisan Kararları ve Beklentiler, Sayfa: 213-218
- KABAN Zeynep Y., Genel Sistem Teorisi ve Sibernetik, Sayfa: 219-226
- ATALAY Yeşim, Medyadan Adım Adım Modernliğe, Sayfa: 227-230

DEMİR Vedat, Basın Tarihimizde Kanunla Kurulan Bir Mecburi Meslek Kuruluşu “Türk Basın Birliği” , Sayfa: 231-248

BİNARK F. Mutlu, Senin Gibi Hoş Bir Feministin Gazetecilik ve İletişimde İşi Ne? , Sayfa: 249-260

AYDIN Ayhan, Cumhuriyet Döneminde Serbest Cumhuriyet Fırkası Deneyimi, Sayfa: 261-276

YAMAK Oygur, Üretimde Otomasyonun Son Aşaması: Bilgisayarla Bütünleşik İmalat, Sayfa: 277-280

KARAHAN Zeynep, İşletmelerde Halkla İlişkiler, Sayfa: 281-297

Cilt:9 Sayı:9 Yıl:1995

CANKAYA Özden, Çağdaş Arjantin’de Televizyon ve Seçim Kampanyaları, Sayfa: 1-14

ÇEVİRİR Necati, Kitle İletişim Araçlarının Yabancılaşmaya Etkisi, Sayfa: 15-24

GÜN Funda, İşletmelerin Tanıtım Faaliyetlerinde Reklam ve Halkla İlişkiler, Sayfa: 25-32

OKAY Aydemir, Kurum Kimliği, Sayfa: 33-40

ÖZGEN Ebru, Halkla İlişkilerde Radyonun Yeri ve Radyo Reklamları, Sayfa: 41-48

ÇÖKLÜ Ece, Halkla İlişkiler Mesleği ve II. Türkiye Halkla İlişkiler Kongresi’nden İzlenimler, Sayfa: 49-56

KARAHAN Zeynep, 1991 Erken Genel Seçimleri ve Reklam Ajanslarının Etkileri, Sayfa: 57-80

GİRİTLİ İsmet, Dünya Medyasında Olaylar ve Sorunlar, Sayfa: 81-90

AYDIN Emin, Modern Şifreleme Teknikleri ve Güvenlik Teknolojisi, Sayfa: 91-112

PELTEKOĞLU Filiz, Dergiciliğin Gelişimi ve Türkiye’de Kadın Dergileri, Sayfa: 113-140

ATILGAN Semra, Basında Promosyon Çıkmazı, Sayfa: 141-148

ÖZERKAN Şengül, İletişim Teknolojisi ve İnsan, Sayfa: 149-160

SARMAŞIK Jale, Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Telif Hakları ve Komşu Hakların Korunması, Sayfa: 161-172

DEMİRBULAK Selçuk Ş., İletişim Sektöründe Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü , Sayfa: 173-184

ALACAKLI Hilmi, Le Réalisme et La Liberte, Sayfa: 185-196

YEŞİLYURT Sema, “Amaca Yönelik Bilgi” (Information)’nın Arz, Talep ve Kullanımı, Sayfa: 197-202

AYDIN Ayhan, İmparatorluktan Cumhuriyet’e Türkiye’de Çağdaşlaşma Hareketleri, Sayfa: 203-224

SAYILGAN Şevket, Ekonomik Süreç ve İletişim, Sayfa: 225-232

İNCEOĞLU Yasemin, Postmodernizm ve Televizyon, Sayfa: 233-250

ŞAHİNKAYA Ahmet, FM Radyo Stüdyo ve Yayın Hizmetleri, Sayfa: 251-258

KIREL Serpil, Erich Fromm'un Şiddete Yaklaşımı ve Bir Örnek Film, "Falling Down - Sonun Başlangıcı", Sayfa: 259-284

GÜLER Lale, DEMİR Vedat, Spor ve Medya İlişkisi ve Türkiye'de Spor Medyası, Sayfa: 285-306

SEZGİN Meltem, Kültür, Sayfa: 307-310

OKATAN Ş. İlknur, Türki Diline Uygun Ses Eğitiminde Yöntem Sorunu Ses Eğitiminin Bilimsel Temelleri, Sayfa: 311-317

Cilt:10 Sayı:10 Yıl:1999

OSKAY Ünsal, Atonal Felsefe "Die Systeme" - Martin JAY Çevirisi, Sayfa: 1-28

AYDIN Emin, Çağdaş Uydular ve Uzay Muziceleri, Sayfa: 29-36

ŞAHİNKAYA Ahmet, Televizyon Yayıncılığın Alternatif Teknoloji: MMDS, Sayfa: 37-42

TÜRKOĞLU Nurçay, Yalancılara Yalan Söylemek - Sissela BOK Çevirisi, Sayfa: 43-52

GÜN Funda S., Reklamı Savunmak Sosyal Bir Bakış - Barbara J. PHILLIPS Çevirisi, Sayfa: 53-66

GÜN Funda S., Reklamcılığın Temel İlkeleri ve Radyo Reklamları, Sayfa: 67-78

SÜTÇÜ Cem S., İstemci, Sunucu Bilgisayar Sistemleri, Sayfa: 79-86

İRGE Filiz, Ekonomik Entegrasyondan Siyasal Federasyona BAB-AB-NATO'nun Yeni Stratejileri - Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, Sayfa: 87-112

ALACAKLI Hilmi, Yabancı Dil Eğitim ve Öğretimi Dil ve Düşünce İlişkileri ve Sorunları, Sayfa: 113-118

AYDOĞAN Filiz, Toplumsal Eleştiri Geleneğinin Başlangıcında Rabelais'in Gargantua'sı, Sayfa: 119-124

BİÇAKÇI İlker, Halkla İlişkiler Üzerine Eleştirel Bir Yaklaşım, Sayfa: 125-128

CANDEMİR Abdülkadir, Özel Yayın Döneminde Yerel Yönetimler ve Radyo Yayıncılığı, Sayfa: 129-138

ÇETİN Zeynep, Kitle İletişim Araçları ve Şiddet, Sayfa: 139-158

ÇÖKLÜ Ece, Halkla İlişkiler Yazarlığı, Sayfa: 159-170

KAYPAKOĞLU Serdar, Kültürel Farklılıklar Bağlamında Örgüt İçi Hiyerarşik Yapılanma ve Çok Uluslu Firmalar, Sayfa: 171-190

ODABAŞ Battal, Şebekelerin Küreselleşmesinin Getirdikleri - Armand MATTELART Çevirisi, Sayfa: 191-200

ÖZSÖY Osman, Türkiye'nin ABD'deki Tanıtımında Lobi Şirketlerinin Kullanımı ve Türk Lobciliğinin Karşılaştığı Zorluklar, Sayfa: 201-210

ÇAKIR Mukkader, Her An Ölenlerin Her An Yaşayanlardan Çok Olduğu Çağımızda Elveda Diyebilmek, Sayfa: 211-220

KIREL Serpil, Sessiz ve Sesli Sinemanın İlk Yıllarında Güldürü, Sayfa: 221-232

KONCAVAR Ayşe, Yeni Bir İletişim Süreci: Enformasyon ya da Tüketim Toplumu ve Reklamlar, Sayfa: 233-242

KAPAKLI Kemal, Başlangıçtan Bugüne Urfa Basını, Sayfa: 243-256

ADIGÜZELOV Azer, Tarihsel Gelişim İçinde Azerbaycan Basını ve İlk Basılı Ürünler, Sayfa: 257-266

Cilt: I I Sayı: I I Yıl: 200 I

TÜRKOĞLU Nurçay, Genç Toplum Bilimcilerde Yöntem ve Tavır Önerileri: 37 Ahlaki Buyruk - Gary T. MARX Çevirisi, Sayfa: 1-32

İYİGÜNGÖR Vildan, Siyaset Bilimi Disiplini İçinde Feminizm, Feminist Teori ve Siyasal Analiz - Judith EVANS Çevirisi, Sayfa: 33-50

PEKMAN Cem, Küreselleşme Sürecinde İletişim - Peter MONGE, Sayfa: 51-64

İRGE N. Filiz, Küreselleşmenin Yarattığı Gerilim, Sayfa: 65-85

AYDIN Mukkader, Ütopya Güzeldir, Sayfa: 85-96

AYMAZ Göksel, Aydın, Toplum İletişimi Açısından Türk Modernleşmesinde Küçük Burjuva Etiği , Sayfa: 97-104

ÇAKIR Süreyya, Bir İletişim Formu Olan Müziğin Batı Ortaçağ'daki Gelişimi, Sayfa: 105-122

BİRYILDIZ Esra, İtalyan Yeni Gerçekliği ve Çocuk, Sayfa: 123-130 ,

KAYADOR Vakur, Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk, Sayfa: 131-142

ÇETİN Zeynep, Roman-Sinema Etkileşimi: Yeni Roman ve Yeni Dalga, Sayfa: 143-166

ÇETİN Zeynep, Teknik Unsurlar ve Senaryo Seçimi - Edgar E. WILLIS Çevirisi, Sayfa: 167-192

GÜMÜŞ Melis, Stanley Kubrick Üzerine (1928-1998) , Sayfa: 193-200

SAN Hakan, Frank Kapra, Hayatı, Filmleri, Tarzı, Sayfa: 201-210

ÖZTÜRK Mehmet, Paris et le Cinéma Pendant la Belle Époque, Sayfa: 211-217

ULUSOY Nilay, Bresson Dilediği Yönde Eser - Thierry JOUSSE Çevirisi, Sayfa: 217-220

AVCI Artun, What is the Matrix, Sayfa: 221-232

ATILGAN Semra, Küreselleşme ve Günümüzde Medya Sektörü, Sayfa: 233-246

-
- GİRGİN Atilla, Tarafsızlık (Nesnellik, Objektiflik) , Sayfa: 247-254
- AKYAZI Erhan, Özel Hayata Dair, Sayfa: 255-260
- AYDIN Uraz, Organik Medyanın Kosova Maceraları, Sayfa: 261-274
- AYDIN Uraz, Üç Medya Miti: Gazmaskesi, Kaçak, Patriot - Ignacio RAMONET Çevirisi, Sayfa: 275-282
- KARTOPU Esin, Bir Yazı Yüzeyi Olan Kağıdın Öyküsü, Sayfa: 283-290
- ŞİMŞEK Melda, Medya Etiği, Sayfa: 291-310
- ŞİMŞEK Melda, Yanıltıcı İletişim (Yalan) ve Medya Etiği, Sayfa: 311-316 ,
- DENİZ Recep, Doğrudan Yatırım Stratejisi ile Global Pazarlara Giriş, Sayfa: 317-324
- OKAY Aydemir, Kurumsal Reklamcılık, Sayfa: 325-328
- OKAY Ayla, Sponsorluk - Rudolf BEGER, Hans-Dieter GAERTNER, Rainer MATHES Çevirisi, Sayfa: 329-336
- URAL Ebru, Değişen Kurum İmajı Anlayışı ve Kurum İmajı Yönetimi, Sayfa: 337-346
- URAL Ebru, İnternet ve Halkla İlişkiler - Gregory R Sherwin, Emily N. AVILA Çevirisi, Sayfa: 347-356
- YILMAZ Emel, İnsan Kaynakları Yönetiminde Etkin İletişimi Gerçekleştirme Koşulları, Sayfa: 357-372
- OTAY Filiz, Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Dünyayı Saran Web: Web Sitesi Geliştirirken Araştırma, Planlama ve Değerlendirmenin Ele Alınışı - Candace WHITE, Nirajna RAMAN Çevirisi, Sayfa: 373-388

Cilt:12 Sayı:12 Yıl:2007

- AKYAZI Erhan, Bilgi Toplumunda Dijital Bölünme, Sayfa: 1-4
- ALGÜL Nevin, Türk Kültüründe Şamanist İletiler, Sayfa: 5-10
- ARSLANTEPE Mehmet, Sessiz Shakespeare: Sessiz Sinemada Shakespeare Uyarlamaları, Sayfa: 11-21
- ATAMAN Bora, ODABAŞI Arda, Ziya Gökalp ve Basın: Gökalp'in Yazılı Kitle İletişim Araçlarına Dair Görüşleri ve Dergicilik,Gazetecilik Faaliyetleri , Sayfa: 22-36
- ATILGAN Semra, Küreselleşme Aldatmacası, Sayfa: 37-44
- AVCI Artun, Yüzüklerin Efendisi'nde Yitik Toplumsal Masumiyet, Sayfa: 45-51
- AYDIN Utku, İkinci Irak Savaşınında Bir Mücadele Konusu Olarak Habercilik Etiği, Sayfa: 52-58

BALKAŞ Eda, Bireyin Yanıltıcı Bilgiden Korunması: Yanıltıcı Reklamların Tüketici Üzerindeki Etkileri, Sayfa: 59-72

BİLGİLİ Can, Radyo ve Televizyonda Reklama Bağımlılık ve Kurlsız Pazar Düzeni, Sayfa: 73-85

CENGİZ Buket, Jerry Seinfeld: An Embodiment Ofthe Americrn Dream On The TV Screen, Sayfa: 86-94

DEMİR Vedat, Medyada Ticarileşme Olgusu, Sayfa: 95-112

DİLMEN Necmi, Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, Sayfa: 113-122

ERUS Zeynep, Son On Yılın Popüler Türk Sinemasında Televizyon Sektörünün Rolü, Sayfa: 123-133

GİDER Nihan, Yapısal Özellikleri Açısından Belgesel Sinema, Sayfa: 134-140

KANOĞLU Meltem, How A Means Of Equahty, Hegemony And State Of Belongrng Can Be Formed In The Exlstence Of Drfferent Identltres?: A Comparative Study between Yaqar Kemal's Ince Memed and F. Scott Fitzgerald's 'fhe Great Gatsby , Sayfa: 141-150

KARA Tolga, Basın İşletmelerinde Likidite Analizi: Hürriyet Gazetesi Örneği, Sayfa: 151-158

KOÇAK Dilek, Yanıbaşımızdaki "Uzak" , Sayfa: 159-163

KOTAMAN Aslı, Wim Wenders'te Ülkeden Ülkeye "Arayış Yolculuk"u, Sayfa: 164-170

ÖNBAYRAK Nilay, Sinematografik Üretimi Düzenleyen Bir Kamu Kuruluşu Olarak Centre National De La Cinematographie'nin Gelişmekte Olan Ülkelerin Sinemalarına Yaklaşımı, Sayfa: 171-176

ÖZGEN Ebru, Emel BİLBİL, Türkiye'de Ulusal Basın ile İlişkiler Kapsamında Halkla İlişkiler ve Reklamcıların Etik Sorunları, Sayfa: 177-185

SAYILGAN Şevket, Basın İşletmelerinde Risk Yönetimi, Sayfa: 186-200

TÜZÜN Selin, Türkiye ve Farklı Avrupa Ülkelerinde Yerel Televizyonların Ortaya Çıkış Süreci, Sayfa: 201-212

ULUS Selma, Sporda, Futbolda Şiddet ve Kışkırtılan Milliyetçilik, Sayfa: 213-229

YILDIRIM Emre, Gecekondu Mitolojisinde İnek Şaban'ın Yeri, Sayfa: 230-234

YILMAZ Gözde, TÜZEL Nazım, SEVİNÇ Levent, Popüler Sanatçıların Etik Dışı Davranışlarının Algılanması: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, Sayfa: 235-243

Cilt: 13 Sayı: 13 Yıl:2008

BAYKAL Ece, Türkiye'de Anarşist Yazının Gelişimi ve Siyahi Dergisi, Sayfa: 1-19

ÇOBAN Barış, Yeni Toplumsal Hareketlerin Eleştirisi, Sayfa: 21-34

-
- ERDOĞAN İlker, Haber Çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji, Sayfa: 35-52
- KANOĞLU Meltem, Türk Kadın Hareketi'nin Resimli Ay Dergisi'ndeki Yansımasına İki Örnek: Ben İnsan Değil miyim? ve Dulluğa Veda, Sayfa: 53-65
- KARAHİSAR Tuba, Basın İş Kanunu'na Göre Gazetecilerin Yasal Hakları, Sayfa: 67-82
- KÖSE Hüseyin, İnternette «Açık» ve Demokratik Yayıncılık: «Sanal Ortam Günlükleri» ve Wiki'ler, Sayfa: 83-93
- KÖSE Aynur, ARSLAN Eylem, Türkiye Spor Federasyonlarına Ait Web Sayfalarının Milliyetçi Göstergeler Açısından İncelenmesi ve Diğer Ülke Federasyonlarıyla Karşılaştırılması, Sayfa: 95-116
- NALBANT Gökhan, Türkiye'deki Bilişim Şirketlerinde Gerçekleştirilen Müşteri İlişkileri Yönetimi Çalışmalarının Analizi, Sayfa: 117-130
- ÖZÇAĞLAYAN Mehmet, Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme) , Sayfa: 131-159
- ORTA Nermin, Hollywood Sinemasına Karşı Avrupa Film Politikaları ve Gelişen Korumacı Tedbirler, Sayfa: 161-169
- ÖZBAŞ Züleyha, Cinsel Silah ve “Grbavica” , Sayfa: 171-185
- ÖNBAYRAK Nilay, Sanatta Gerçeklik İçerisinde İtalyan Yeni Gerçekliği, Sayfa: 187-203
- ÖNCEL Gülen, Romandan Sinemaya Uyarlama Örneği Olarak “Mutluluk” , Sayfa: 205-213
- BATI Uğur, Postmodern Impacts on the Consumption Patterns, Activities and Theories, Sayfa: 215-231
- UÇANOK Başak, BAKANAY Hilal, MİLLİ Emine, Satın Alma ve Şirket Birleşmeleri Sürecinde, İç İletişim ve Örgütsel Bağlılığın, Kişi-Kurum Uyumu ve Kültür Çatışması Üzerindeki Etkileri, Sayfa: 233-247
- YAVUZ Şahinde, Soruyu Değiştirmek: İzleyiciler Reklamlarla Ne Yapar, Sayfa: 249-266

Cilt 14 Sayı: 14 Yıl: 2009

- AKTAŞ Celalettin, Çevrimiçi Ortamda Yayımlanan Türk Gazetelerinin Etkileşimin Farklı Boyutlarında Bulunan Özelliklerini Kullanma Düzeyleri Üzerinde Ampirik Bir Çalışma, Sayfa: 7-20
- ATAMAN Bora, Türkiye'de İlk Basın Yasakları ve Abdülhamid Sansürü, Sayfa: 21-49
- ÇELİK Burçe, Rethinking the Technoscape and Contextualizing Cellular Telephony in Turkey, Sayfa: 51-68
- YILMAZ Mustafa, Türkiye'de Metro Gazeteciliği, Sayfa: 69-77

DURSUN Tolga, Marka Kişiliği Yaratma Süreci ve Marka Kişiliği Üzerine Bir Araştırma, Sayfa: 79-92

FIRLAR Belma, ÇOLAKOĞLU Bengü, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Yakalamada Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyaları ve Planlama Sürecinin Önemi, Sayfa: 93-107

TUNÇEL Hakan, Halkla İlişkilerin Adlandırma Sorunsalı Üzerine Bir Değerlendirme, Sayfa: 109-123

ARSLANTEPE Mehmet, Türk Romanı ve Türk Sineması İlişkileri, Sayfa: 125-142

BARUT Basri, KURTBAŞ İhsan, 2000 Yılı Sonrası Bazı Hollywood Filmlerinde Kullanılan Ürün Yerleştirme Uygulamalarında “İçerik Analizi Yöntemiyle” Eleştirel Bir Bakış “Örneklem Film: Die Another Day” , Sayfa: 143-162

CERECİ Sedat, İnsan Biyolojisinin İletişim Refleksleri, Sayfa: 163-173

IŞIKMAN Nihan, Amerikan Sinemasının İdeolojik Yapısı Bağlamında Arap Temsili, Sayfa: 175-191

ÖZGER Günşad, İletişim Sürecinde Alıcı Anlamlandırmalarının Kuramsal Etkileşimi Pencereden Sarkan Sepetlerden Sanal Sepetlere Online Alışveriş, Sayfa: 193-215

ŞENTÜRK Rıdvan, Fiske ve Hartley’in Televizyon Teorisi, Sayfa: 217-233

YILDIRI Tunç, II. Dünya Savaşı Sonrasında Türkiye’deki Fransız ve Anglosakson Kültürel Etkinliklerinde Sinemanın Yeri (1944-1953) , Sayfa: 235-245

Sayı: 15 Yıl: 2009

YETKİN CILIZOĞLU Gamze, SAYIMER İdil, Yazılı Basında Risk Algısının Oluşturulma Süreci: Küresel Isınma Örneği, Sayfa: 7-22

ÇALIŞKAN Behlül, Enformasyonun Metalaşması Üzerine, Sayfa: 23-46

DENİZCİ Ö. Mert, Bilişim Toplumu Bağlamında İnternet Olgusu ve Sosyopsikolojik Etkileri, Sayfa: 47-64

KARA Tolga, Küresel Ekonomik Kriz ve Medya Sektörüne Yansımaları, Sayfa: 65-78

SAYILGAN Emine, Medya Sektöründe Rekabet Olgusu ve Medyaya Giriş Engelleri, Sayfa: 79-90

TUNCA Elif Asude, The Role of Media in Development of Democracy: A Field Survey Among The Students of Journalism in Kyrgyzstan, Sayfa: 91-112

BASKAN KARSAK Banu, Logo Değişiminin Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmajla Bağlantısı: Unilever Örneği, Sayfa: 113-120

ÇOBAN Barış, Küreselleşme Sürecinde İnsan Hakları Mücadelesi ve Yeni Toplumsal Hareketler , Sayfa: 121-134

OTAY DEMİR Filiz, HAYDARİ PAKKAN Nazan, Feminization Of The Corporate ‘Social Responsibility’ (CSR) In Turkey, Sayfa: 135-148

ULUSU Yeşim, Tüketicilerde Marka Güveni Yaratmada Önemli Bir Etken Mağaza İmajı, Sayfa:149-158

YEGEL Sinem, TEMEL EĞİNLİ Ayşen, Çocukların Yeni Oyunağı: İnternet (Çocukların İnternet Kullanımına İlişkin Bir Araştırma) , Sayfa:159-184

AYDOĞAN Filiz, Eleştirel Perspektiften Yeni Medya, Sayfa:185-194

ÖZONUR Defne, ÖZALPMAN Deniz, Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Projesi Üzerine Bir Değerlendirme, Sayfa:195-212

ÖZTÜRK Serdar, Elektronik Kültürün ‘Adam’ına Karşı Yazılı Kültürün ‘Ada’sı: ‘İssız Adam’ Filmine İletişim Sosyolojisi Açısından Bakmak, Sayfa: 213-228

YAŞARTÜRK Gül, Reha Erdem’in Beş Vakiti: Babalar ve Oğulları, Sayfa:229-235

Sayı 16 Yıl: 2010

BULUNMAZ Barış, Küreselleşme ve Basın İşletmeleri Üzerindeki Etkisi, Sayfa:7-20

GİRGİN Atilla, Konuşma Yöntemi, Sayfa: 21-32

KARLI İhsan, Medya Şirketlerinin Finansmanı ve Finansman Yönetimi, Sayfa: 33-44

EMRE KAYA Ayşe Elif, Enformasyon Toplumunun Suçluları: “Hacker”lar, Sayfa: 45-56

ONURSOY Sibel, Haber Türleri Boyutunda Gazetelerde Renk Kullanımı, Sayfa: 57-74

ONURSOY Sibel, KILIÇ Deniz, ER Fikret, Gazete Okuma Davranışı ve Okuma Yolu: Bir Göz İzleme Çalışması, Sayfa: 75-92

SOHODOL BİR Çisil, The Love and Hate Relationship: The Conflict between Public Relations Practitioners and Journalists in Turkey, Sayfa: 93-110

GÜMÜŞ Murat, ÖKSÜZ Burcu, İtibarın Temel Taşı Olarak Kurumsal İletişim: Kurumsal İtibar Sürecinde İletişimin Rolü ve Önemi, Sayfa: 111-124

KARADEMİRLİDAĞ İdil, YILMAZ Ayhan, Yatırımcı İlişkileri ve Finansal Halkla İlişkiler Bağlamında Şirketlerin Paydaşlarıyla İletişim Kurma Biçimleri: Web Siteleri Üzerinde Bir İnceleme, Sayfa: 125-144

UÇANOK Başak, SUDAGEZER Elif, SEFERCİOĞLU Sıla, Türkiye’deki Seçmenin Oy Verme Davranışı Üzerinde Söylemin Etkisi, Sayfa: 145-155

TÜZEL Nazlım, Tüketicilerin Zihnini Okumak: Nöropazarlama ve Reklam, Sayfa: 156-176

ENSEROV Vefalı, Bağımsızlık Öncesi ve Sonrasında Propaganda Aracı Olarak Azerbaycan Uluslararası Radyosu’nun Etkinliği, Sayfa: 177-186

ÖZONUR Defne, Türkiye’de ‘Yeni Orta Sınıf’ Üzerine Bir Analiz: İssız Adam; ‘Yuppie’ Alper, Sayfa:187-200

ÖZTÜRK Serdar, Elektronik Kültürün ‘Adam’ına Karşı Yazılı Kültürün ‘Ada’sı: ‘İssız Adam’ Filmine İletişim Sosyolojisi Açısından Bakmak, Sayfa:201-216

TUNÇ Ayça, High Definition Teknolojisinin Sinema Anlatısı Üzerindeki Etkilerinin Vidocq Filmi Örneğinde İncelenmesi, Sayfa: 217-229

Cilt:17 Sayı:17 Yıl: 2010

ÇOBAN Barış, Toplumsal Çatışma Demokratik İletişim Ve Alternatif Medya, Sayfa: 1-20

AVCI Artun, Medya Ve Televizyon Araştırmalarında Kamusal Alan Tartışmalarına Giriş, Sayfa: 21-43

KONCAVAR Ayşe, İletişim Açısından Modernist Bir Yazar: Franz Kafka Ve İmgelem Dünyası, Sayfa: 44-59

ÇAKIR AYDIN Muhadder, Nietzsche’de Hayatı Olumlama Eğilimi Ve Sanat Tutkusu, Sayfa: 60-78

ORMANLI Okan, Bir Edebiyat Uyarlaması Olarak Alice Harikalar Diyarında (2010) Filmi, Sayfa: 79-92

İNCEOĞLU M. Çağrı, Bir Dağ Masalı’nda Muhafazakar Modernleşme, Sayfa: 93-111

ÖZHAN KOÇAK Dilek, Kimlik Edinmede Görüntünün Gücü: Moda, Sayfa: 112-125

ÇETİN ERUS Zeynep, Amerikan Sinemasında Pazarlama: ‘Ürün’ Geliştirme, Fiyatlama, Tutundurma Ve Dağıtım, Sayfa: 126-145

ERCİŞ M. Serdar, Müşteri Hizmet Sisteminin Bütünleşik Pazarlama İletişimi Açısından İncelenmesi Ve Türkiye’deki Turkcell Çağrı Merkezlerinde Bir Uygulama, Sayfa: 146-161

UZUNOĞLU Ebru, ÖKSÜZ Burcu, Paydaş Yönetimi Bağlamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Markalaşmaya Olan Etkisi, Sayfa: 162-182

MENGÜ Seda, GÜÇDEMİR Yeşim, Reading The Relationship Between Governance And Public Relations Regarding Two Paradigms, Sayfa: 183-200

KILANÇ Ruken Özgül, Kurum Kültüründe Ritüeller, Sayfa: 201-213

AKYÜZ Aysen, Reklama Yönelik Tutum: Belirleyici Faktör Olarak İnançlar, Sayfa: 214-227

BATI Uğur, TEREK ÜNAL Gülin, Marka Adları Üzerine Dilbilimsel Ve Kavramsal Bir İnceleme: Türk Reklamcılık Ortamlarında Marka Adı Yaratım Süreçleri Ve Stratejileri, Sayfa: 228-254

ELDENİZ Levent, KIRIK Ali Murat, Televizyon Ve Yeni Medya Yakınsaması: Iptv, Sayfa: 255-264

Sayı: 18 Yıl: 2011

ERNEK ALAN Aygöl, Bir Başarı Öyküsü: Hakkında Çok Konuşulan Gazete - "Posta" , Sayfa: 1-14

BALABANLAR Ali, Avantajları Açısından Dijital Radyo Yayıncılığı (Dab) , Sayfa: 15-26

BULUNMAZ Barış, İnternet Gazeteciliğinin Medya Dünyası İçindeki Rolü Ve Ekonomik Boyutları, Sayfa: 27-46

YAKALI-ÇAMOĞLU Dikmen, ATAMAN Bora, Fashioning The Body Through Women's Magazines: Remaking The "Modern Turkish Woman" In The Early Republican Period, Sayfa: 47-64

ÇELİKER Duygu, AKSOY Seyhan, Emperyalizm Aracı Olarak Sinema: "Avatar" Filmine İlişkin İdeolojik Bir Çözümleme, Sayfa: 65-81

KAYA ERDEM Burcu, BAYDAŞ SAYILGAN Özge, Aristotelesçi Mantık Bağlamında Yeni Medyada Öykü Anlatımı: "Call Of Duty" Örneği, Sayfa: 82-101

GÜNDÜZ Uğur, Kitlesele Katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma (Mmorp) Oyunlarının Ergenlerdeki Etkileri Üzerine Bir Bağımlılık Araştırması, Sayfa: 102-125

KAPLAN Neşe, KAPLAN Ali Barış, "Mücadele Ve Direnişin" Cesur Ajanı Ken Loach'un Sinemasında İnsanın "Özgürleşme" Sorunu: Psikanalitik Yöntemle "Ülke Ve Özgürlük" Filmi Analizi, Sayfa: 126-140

KARLI İhsan, DEĞİRMENCİOĞLU Gürsoy, Siyasal İletişim Açısından Siyasal Partilerin İnternet Mecrasından Yararlanma Biçimleri Ve Karşılaştırmalı Bir Analiz, Sayfa: 141-161

KUTVAN Ali Bülent, Türk Basın İşletmelerinde Yönetsele Etik Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma, Sayfa: 162-207

ÖZSOY Selami, Spor Basınının Tarihi Ve Türkiye'de 1950'den Günümüze Yaşanan Değişim, Sayfa: 208-223

ÖZUĞURLU Meltem B., Uluslararası İletişimde Tek Yönlü Haber Akışına Karşı Alternatif Bir Ses; El-Cezire , Sayfa: 224-238

SELAMET Sevim, Türk Grafik Sanatlar Tarihine Alternatif Bir Yaklaşım: Osmanlı'dan Grafik Yansımalar, Sayfa: 239-251

TUNÇEL Hakan, Kurumsal İletişimin Kavramsal Çerçevesi Hakkında Bir Yorum, Sayfa: 252-267

Sayı 19 Yıl: 2012

ÖZDEMİR Ürün Anıl, Taylorizmden Kapitalist Endüstriyel Üretim Sürecine Küreselleşme Bağlamında Reklâm, Sayfa: 8-39

TANDAÇGÜNEŞ Nilnur, Roland Barthes'ı Yeniden Okumak: Tüketim Kültüründe "İnisiyasyon" Ve Alışveriş Merkezleri İlişkisi, Sayfa: 40-63

ÖNCÜ YILDIZ Melda, Görsel Okuryazarlık Üzerine, Sayfa: 64-77

TAŞ ÖZ Perihan, Sinemasal Anlatıda Anlatıcının Konumu Ve Önemi, Sayfa: 78-93

ÇAKIR Tülin, İtibar Risklerinin Yönetiminde Risk İletişiminin Rolü, Sayfa: 94-111

ERCİŞ Mehmet Serdar, Pazarlama İletişimi Kapsamında Sponsorluk Faaliyetlerinin Önemi Ve Bir Sponsorluk Uygulaması: Türk Hava Yolları, Sayfa: 112-124

VAROL Sibel Fügen, İzleyici Ve Yorumlar, Sayfa: 125-150

Sayı:20 Yıl:2013

POYRAZ Emel, Avrupa Federalistlerinin İletişim Stratejisi, Sayfa: 1-29

PAÇACI İrfan, Küresel Siyaset Mimarisinde Siyaset Biçiminin İkiz Kuleleri (Siyasal İletişimde 'Benzeşme' Siyaset Biçiminde 'Amerikanlaşma' Etkisi) , Sayfa: 30-79

BARLAS BOZKUŞ Şeyda, Çağdaş Sanatın Kentle Buluşması: 1980 Sonrası Türkiye'de Çağdaş Sanatın Mekansal Dönüşümü, Sayfa: 80-97

CERECİ Sedat, Televizyon Kanallarının Yayın Çıkmazı: Düşünsel Sorun, Sayfa: 98-113

GÜRAN YİĞİTBAŞI Kübra, Sağlık Haberlerine Eleştirel Bir Bakış, Sayfa: 114-131

HAN ÖZKAN Özge, Türk Yazılı Basınında Türkiye'nin Avrupa Birliği Üyeliği Önündeki Engeller-Sorunlar Konusunun Sunumu (1995-2005) , Sayfa: 132-151

AVŞAR Abdülhamit, Tarih Yazıcılığına Katkı Olarak Sözlü Tarih Belgeselciliği, Sayfa: 152-176

MENCÜTEKİN Mustafa, SINMAZ Mustafa Kutay, Sinema Ve Tarih-Tarihsel Bağlamda 24 Kareyi Aşkın İlişkileri Ve Manüpülasyonları, Sayfa: 178-203

BAYTAR Orhan, ÜLKER Samet, Bir Kalite Politikası Olarak Okurun Gazete Algısı, Sayfa: 204-219

GÜVEN Ahmet, Osman Hamdi Tablolarında Benlik Durumu, Sayfa: 220-245

ÖZKIR Yusuf, Tecessüs Ve Komplo İkileminde Bir Yazar: Taha, Sayfa: 246-273

Sayı 21, Yıl:2014

ÖZGEN Ebru, BAYRAKTAR Nurdan, Spin Doctor kavramının tehdidi altında halkla ilişkiler, Public relation is under the threat of Spin Doctoring , Sayfa: 1-17

PAÇACI İrfan, Elektronik iletişim çağı ve oluş(turul)makta olan yeni(!) toplum düzeni üzerinde küresel toplum mühendisliği etkisi, Electronic communications engineering effect of age and the global community, Sayfa: 19-55

ARSLAN Eylem, Türkiye'de reklam sloganlarının gündelik dil pratikleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi: Ege Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma, The evaluation of the influence of ad slogans on everyday language practices in Turkey: A research on university students, Sayfa: 57-72

KIRIK Ali, Uzaktan eğitimin tarihsel gelişimi ve Türkiye'deki durumu, Historical development of distance education and the situation in Turkey, Sayfa: 73-94

TOKAN ŞENOL Feryade, Bir azınlık toplumunda bağlılık aracı olarak Apoyevmatini Gazetesi, As a combining tool in the minority society: Apoyevmatini Newspaper, Sayfa: 95-109

BAYRAKÇI Serkan, STEPNEY Susan, BRAUNSTEİN Samuel L., CLARK John A, TYRRELL Andy, ADAMATZKY Andrew, SMÍTH Robert E., ADDİS Tom, JOHNSON Colin, TİMMİS Jonathan, WELCH Peter, MİLNER Robin, PARTRİDGE Derek, Klasik olmayan hesaplamada yolculuk 1: Hesaplama araştırması için büyük zorluk , Sayfa: 111-127

Sayı 22 Yıl:2014

ALGÜL Figen, Yeni toplumsal hareketler ve sosyal medya: Kuzey ormanları savunması hareketine yönelik bir örnek olay incelemesi, New social movements and social media: A case study about northern forests defense movement , Sayfa: 139-152

AKYAZI Erhan, Yeni iletişim ortamlarında etkileşim ve mobil radyolara yönelik bir araştırma , Interaction in new communication media and a research on mobile radios , Sayfa: 153-162

SEYFİ Murat, UZUNÇARŞILI SOYDAŞ Ayda, Sivil toplum kuruluşlarında hikayeleştirme , Storytelling in non-governmental organizations , Sayfa: 163-182

AKYAZI Ayşenur, Yeni iletişim ortamı olarak dijital katılımcı sözlüklerde nefret söylemi, Hate speech in digital participatory dictionaries as a new communication medium , Sayfa: 183-193

KARA Tolga, ALADAĞ Dicle, Yerel medya işletmelerinde insan kaynakları yönetimi - Bursa bağlamında bir uygulama , Human resource management in local media companies - A case study in Bursa , Sayfa: 195-210

KÖKSOY Ergün, Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme , A theoretical assessment of the relationship between public diplomacy and public relations , Sayfa: 211-231

Sayı 23 Yıl:2015

TAŞBAŞI Kaan, Üniversitenin dönüşümü sürecinde yitirilen bütünsellik: Ünsal Oskay'ın çalışmaları üzerinden iletişim bilimlerine ve iletişim eğitime bakış , Lost holism in the transformation of the university: A glance at communication studies and education via Unsal Oskay's works , Sayfa: 1-11

AVCI Artun, Ünsal Oskay'ın Walter Benjamin üzerine çalışmaları , Ünsal Oskay's anthology on Walter Benjamin , Sayfa: 13-36

AYYILDIZ Esengül, Geçmişin yıkıntılarından kurtarılan nesnelere ve daha iyi bir hayatı düşlemek: Koleksiyoneri bir tarihsel materyalist olarak düşünmek , Objects retrieved from the ruins of the past and dreaming of a better life: Thinking of the collector as a historical materialist , Sayfa: 37-48

İYİGÜNGÖR Vildan, Karl Popper ve Jürgen Habermas'ın üç dünya teorileri üzerine bir değerlendirme , An assesment on the three worlds theories of Karl Popper and Jürgen Habermas , Sayfa: 49-59

SOYDAN Ersoy, Televizyonun arabesk müziğin soylulaşmasındaki rolü , The role of television at the gentrification of arabesque music , Sayfa: 61-73

OSKAY Ünsal, Yaklaşan bir sempozyum için kurgulanmış bir düşünce* , Sayfa: 75-90

OSKAY Ünsal, Ünsal Oskay ile söyleşi* , Sayfa: 91-94

BUĞDAYLI Hilal, Türk sinemasının görsel anlatı geleneği, Visual narrative tradition of Turkish cinema , Sayfa: 95-109

Sayı 24 Yıl:2015

PANDIR Müzeyyen, EFE İbrahim, PAKSOY Alaaddin F., Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi , A Content Analysis on the Representation of Syrian Asylum Seekers in the Turkish Press , Sayfa: 1-26

ARDIÇ ÇOBANER Aslıhan, Çocuk Hakları Bağlamında Suriyeli Mülteci Çocukların Haberlerde Temsili , Representation of Syrian Refugee Children in News in the Context of Children Rights , Sayfa: 27-54

İŞIKLI Şevki, İlticanın Yapısökümcü Felsefesi: Konuksevermezlik Sorunu , Deconstructive Philosophy of Asylum: Matter of Hostipitality , Sayfa: 55-76

KÖKSOY Ergün, Kamu Diplomasisi ve Mülteci İlişkileri Türkiye'nin Mülteci İlişkilerinin Uluslararası Medya Yansımaları , Public Diplomacy and Refugee Relations Reflections of Turkey's Refugees Relations on the International Media , Sayfa: 77-99

Değerlendirme Makaleleri

UYBADIN Aynülhayat, Acıyı Kayıt Altına Almak: Aylan Kurdi Örneği, Sayfa: 101-112

Değerlendirmeler

NAS Alparslan, “Orta Doğu’yu İnşa Etmek: Medya, İdeoloji ve Kültür” , Sayfa: 113-118

AYDINLIOĞLU Ömer, Mülteciler, Mahkûmlar ve Kamplar: Kamplaşma Olgusu Üzerine İşlevsel Bir Analiz , Sayfa: 119-122

SÖYLEMEZ Yavuz, Sinemada Göçmen Sorunu ve İnârritu'nun Göçü: “Biutiful” , Sayfa: 123-130

EKŞİ Betül, Avrupada Göç ve Mülteci Araştırmaları Üzerine Bir Değerlendirme, Sayfa: 131-137

Sayı 25 Yıl:2016

ÖZGÜL Gönül Eda, Sınır Kapıları, Dikenli Teller, Yollar, Kamplar ve Çocuklar: Kurban ve İstisna Olarak Mülteci, Border Gates, Barbed Wires, Roads, Camps and Children: Refugee as a Victim and an Exception, Sayfa: 1-16

PEROVIĆ Bojan, Islamophobia and Media Representation of Refugees in Serbia , Sırbistan'da İslamofobi ve Medyada Mülteci Temsilleri, Sayfa: 17-34

DEVİRAN Yusuf, ÖZCAN Ömer Faruk, Söylemlerin Dilinden Suriye Sorunu, Syrian Issue in the Discourses of Political Leaders, Sayfa: 35-52

GÜRAN YİĞİTBAŞI Kübra, Medya ve Mültecileri Sivil Toplum Üzerinden Okumak: Mülteci-Der Örneği , Understanding Media and Refugees Through Civil Society: Mülteci-Der Case, Sayfa: 53-76

OSMANOĞLU Ömer, Türk Sineması'nda Dış Göç Olgusu: Sosyo-Kültürel Karşılaşmalar, Kimlik Çatışması ve Yabancılaşma, Issue of External Migration in Turkish Cinema: Socio-Cultural Encounters, Identity Conflict and Alienation, Sayfa: 77-98

Değerlendirmeler

GÖKSUN Yenal, Akademi ve Düşünce Kuruluşları Bağlamında Türkiye'de Bilgi Üretimi ve Mülteciler , Sayfa: 99-116

DENİŞ Halil Emre, Arafta Kalanlar: Geçicilik Kavramı Üzerinden İranlı Mültecilerin Van Uydu Şehrindeki Yaşamlarına Bakış , Sayfa: 117-123

ÖZİL Hüseyin, Kentin Yeni Misafirleri Suriyeliler , Sayfa: 125-129

DİLEK Abdullah, Mülteci Olgusuna ve Suriyeli Mültecilere İlişkin Türkiye'de Basılan Arapça Eserler Üzerine Bir Değerlendirme , Sayfa: 131-144

TÜRK Gül Dilek, Türkiye'de Suriyeli Mültecilere Yönelik Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetlerine İlişkin Bir Değerlendirme , Sayfa: 145-157

SALİHİ Emin, Suriyeli Göçmenler Hakkında Yazılan Uluslararası Raporlara Dair Bir Değerlendirme, Sayfa: 159-164

Sayı 26 Yıl:2016

ÖZCAN Ömer Faruk, Basın Meslek Örgütlerinin Tüzüklerinde Türk Basınının Kurumsallaşma Seyri , The Institutionalization Process of Turkish Press Through The Changes in Bylaws of Press Associations, Sayfa: 1-15

ÖZCAN Ali, Yeni İletişim Teknolojileri, Yerel Gazetecilik ve Yerellik Algısı , New Communication Technologies, Local Journalism and the Perception of Locality, Sayfa: 17-36

ÖZKIR Yusuf, Türkiye’de Köşe Yazarlığı Olgusunun Tarihsel İzleği , Historical Process of the Concept of Column Writing in Turkey, Sayfa: 37-53

ASLAN Alaattin, BAYRAKÇI Serkan, KÜÇÜKWARDAR Mert, Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği, Conversion of Traditional Journalism in the Age of Information: Data Journalism, Sayfa: 55-70

Değerlendirmeler

EZBER Banu, Tahsin Eren SAYAR, Türkiye’de Akademi Dışı Medya ve İletişim Eğitimi , Sayfa: 71-83

ÖZERMİŞ Gizem, Türkiye’de Medya İşletmelerinin Yayın ilkelerinin Basın Özgürlüğü Bağlamında İncelenmesi, Sayfa: 85-94

BAYRAKTAR Bora, Türkiye’de Dış Habercilik, Sayfa: 95-102

GÜVEN Ahmet, Don Kişot ve Yarı Tanrılık Arasında Habercilik: The Newsroom Dizisi, Sayfa: 103-109

MİDİLLİ Seher, Spotlight: Sinema Aynasında İdeal Gazeteciliği Görmek, Sayfa: 111-115

Sayı 27 Yılı:2017

ÖZER Ömer Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme, The Use of Violence in Media: Economics of Violence, the Ideological Violence of Media and an Evaluation in Retrospect of Cultivation Theory, Sayfa: 1-19

ÇABA Deniz, Gezi Parkı Olayları Örneği’nde Medyatik Şiddetin Söylemsel Pratikleri , Discursive Practices of Mediatic Violence in the Case of Gezi Park Protests, Sayfa: 21-40

TUNÇAY Esra, Medyada Nefret Söylemi: Ankara Patlaması Örneği , Hate Speech on Media: The Case of Ankara Bombing, Sayfa: 41-62

DEMİREL Gökhan, ULUÇ Güliz, Savaşa İlişkin Fotoğrafların Toplumsal Etkileri , The Social Effects of War Photographs, Sayfa: 63-79

ÖZEN Özgür, KARTELLİ Faik, Türkiye’de Yayın Yapan Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerdeki Şiddet Olgusunun Analizi , Analysis of Violence in Cartoons Broadcasted on Kids TV Channels in Turkey, Sayfa: 81-93

ASLAN Alev, ÖNAY DOĞAN Betül, Çevrimiçi Şiddet: Bir Siber Zorbalık Alanı Olarak “Potinss” Örneği , Online Violence: The Case of “Potinss” as a Cyber-Bullying Space, Sayfa: 95-119

TURAN Hatice, Sosyal Medya’da Şiddet: Sağduyunun Yitiminde Başkalık ve Kendilik Deneyimleri, Violence on Social Media: The Experiences of Subjectivity and Selfhood with the Disappearance of Common Sense, Sayfa: 121-133

ARSLAN Memet, İktidar ve Medyatik Şiddet: Özgecan Aslan ve Şefika Etik Cinayetleri Analizi , Power And Mediatic Violence: The Analysis of Özgecan Aslan And Sefika Etik Homicides, Sayfa: 135-160

Sayı 28 Yıl 2017

Medya ve Şiddet - 2, Jenerik ve Editör'den Yazısı

BALTA PELTEKOĞLU Filiz, Emel Tozlu, Medya Yansımaları Ekseninde Kadına Şiddet Sorunsalı Ve Halkla İlişkiler, he Problem of Violence Against Women in Terms of Media Reflections and Public Relations ,Sayfa:1-19

ATALAY Gül Esra, Şiddeti Haber Yapmak: Gazeteciler ve Travma , Covering Violence: Journalists and Trauma,Sayfa: 21-32

KARAKAŞ Ceyhun Kaan, DAEŞ Propagandasında Yeni Medya Kullanımı , The Use of New Media in DAESH Propagand, Sayfa: 33-46

AL Eyüp, Teknolojik Determinizm Bağlamında Bir Şiddet Formu Olarak Medya , Media as a Form of Violence in the Context of Technological Determinism, Sayfa: 47-60

TÜRTEN Elif, 2016 Yılında Yaşanan Terör Olaylarının Mizah Dergilerine Yansıması , Reflections of the Terrorist Attacks in 2016 on Humor Magazines,Sayfa: 61-88

YUMRUKUZ Özlem, Şiddete Karşı Duyarsızlaşma ve Sosyal Medya İlişkisi Üzerine Bir İnceleme, An Inquiry on Desensitization to Violence and its Relation with Social Media,Sayfa: 89-106

ÖZÇAĞLAYAN Mehmet, Dilhan Apak , Soğuk Savaş Yıllarında Algı Yönetimi, Haber ve Propaganda İlişkisi , Perception Management, News and Propaganda Relationship in the Cold War Era, Sayfa: 107-130

MENCET Mustafa Sami, Üniversite Öğrencilerinin 15 Temmuz Algısında Medyanın Rolü: Bir Bilişsel Uyum(Suzluk) Örneği , The Role of Media in the Perception of College Students about July 15th: An Example of Cognitive Dissonance, Sayfa: 131-148

Değerlendirmeler

GÜVEN Ahmet, Bir İnternet Dizisi Değerlendirmesi: Sıfır Bir'de Şiddet ve Gerçeklik , Sayfa: 149-152



İletişim Fakültesi

MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ