

*Journal of Media and Cultural Studies*

# MEDYA VE KÜLTÜREL

*Çalışmalar Dergisi*

Ekim October 2020, Cilt Volume: II/Sayı Issue: II

e-ISSN 2687 - 2668



ANTALYA  
AKEV ÜNİVERSİTESİ



ANTALYA  
AKEV ÜNİVERSİTESİ  
SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

*Journal of Media and Cultural Studies*

**MEDYA VE KÜLTÜREL**

*Çalışmalar Dergisi*

e-ISSN 2687 - 2668

Ekim *October* 2020, Cilt *Volume*: II / Sayı *Issue*: II

Antalya AKEV Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi  
*Antalya AKEV University Art and Design Faculty*



# MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR DERGİSİ

*Journal of Media and Cultural Studies*

Nisan *April* 2020, Cilt *Volume*: II / Sayı *Issue*: I  
e-ISSN 2687 - 2668

**Medya ve Kültürel Çalışmalar alanında hakemli bir dergidir.**  
*It is a peer-reviewed journal focuses on media and cultural studies.*

**Yaygın-sürekli bir yayındır. Yılda iki kez yayınlanır.**  
*It is a periodical journal. It is published semi-annually.*

**Dili: Türkçe-İngilizce**  
*Language: Turkish-English*

**SAHİBİ OWNER**  
*Antalya AKEV Üniversitesi adına Prof. Dr. Kamile Akgül*

**EDİTÖRLER EDITORS**  
*Dr. Öğr. Üyesi Nagihan Çetin-Antalya AKEV Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Pelin Ügümü Aktaş- Antalya AKEV Üniversitesi*

**MİZANPAJ EDITÖRÜ LAYOUT EDITOR**  
*Öğr. Gör. Burhan Günay - Antalya AKEV Üniversitesi*

**TASARIM DESIGN**  
*Öğr. Gör. Burhan Günay - Antalya AKEV Üniversitesi*

**YAYIN KURULU EDITORIAL BOARD**  
*Prof. Dr. Gönül Demez - Akdeniz Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Uğur Günay Yavuz - Akdeniz Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Aysun Aydın - Düzce Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Sinan Aşçı - Bahçeşehir Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Cihan Ertan - Düzce Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Kıvanç Türkgeldi - Çukurova Üniversitesi*

**BİLİM DANIŞMA KURULU SCIENCE ADVISORY BOARD**  
*Prof. Dr. Arzu Kihitir - İstanbul Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Can Bilgili - Hasan Kalyoncu Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Eda Erdoğan - Yalova Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Emel Karagöz - Kocaeli Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Emel Şerife Akca - Kocaeli Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Emine Uçar İlbuğa - Akdeniz Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Füsün Alver - Türk-Alman Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Füsün Topsümer - Ege Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Gülseren Şendur Atabek - Yaşar Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Kürşat Öncül - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Nazife Güngör - Üsküdar Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Selda Bulut - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Süleyman İrvan - Üsküdar Üniversitesi*  
*Prof. Dr. Ümit Atabek - Yaşar Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Aykut Barış Çerezcioglu - Dokuz Eylül Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Gül Yaşartürk - Akdeniz Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Huriye Toker - Yaşar Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Nesrin Akbulut - Galatasaray Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Nursel Uyaniker - Marmara Üniversitesi*  
*Doç. Dr. Onur Dursun - Çukurova Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Aslı Arslan Kulcan - Antalya AKEV Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Aylin Aktaş Alan - Antalya AKEV Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Demir - Sinop Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Filiz Güven - Sinop Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Harun Akçam - İstanbul Arel Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Hicabi Arslan - Adnan Menderes Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Kerim Karagöz - Kocaeli Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Şeren - Antalya AKEV Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Özge Uğurlu Akbaş - Üsküdar Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Ürün Yıldırım Önk - Yaşar Üniversitesi*  
*Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Budak - Kocaeli Üniversitesi*

## ADRES ADDRESS

*Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*  
*Antalya AKEV Üniversitesi- Sanat ve Tasarım Fakültesi Kadriye*  
*Mah. Celal Bayar Cad. No:5-6, Serik/ANTALYA E-posta:*  
*medyavekulturelcalismalar@akev.edu.tr*

*Her hakkı saklıdır, makalelerin sorumlulukları yazarlara aittir.*  
*All rights reserved, authors are fully responsible for their papers*

## AMAÇ VE KAPSAM AIMS AND SCOPE

*Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanan, ulusal, hakemli ve açık erişimli bir elektronik dergidir. Amacı; medya, iletişim ve kültürel çalışmalar alanlarında akademik çalışmaları desteklemek ve yeni perspektiflere yer vermektir. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi; medya, kitle iletişimi, çağdaş kültür ve popüler kültür ile ilgili analizler üzerine odaklanır. Ayrıca söz konusu alanların; sosyal ilişkiler, bireylerin deneyimleri ve anlam dünyaları üzerindeki dönüştürücü etkilerine yönelik çalışmalar da derginin kapsamı içerisinde yer alır.*

*Journal of Media and Cultural Studies is a peer-reviewed, electronic, and open access journal that is published semi-annually on April and October. Journal aims to support academic studies and new perspectives on media, communication, and cultural studies. Journal of Media and Cultural Studies focuses on analysis of media, mass communication, contemporary culture, and popular culture; and also studies on transformative effects of these fields on social relations, individuals' experiences and semantic worlds.*

Antalya AKEV Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi  
*Antalya AKEV University Art and Design Faculty*

## İÇİNDEKİLER **CONTENTS**

### EDİTÖRDEN **EDITOR'S NOTE**

1

### MAKALELER **ARTICLES**

#### SERHAT KAYA

*Kitle İletişimde Temel Çalışmalar ve James Curran ve "Yeni Revizyonizm"*  
*Basic Work in Mass Communication And James Curran*

3 - 14

#### YUSUF ÜRKEK

*Google Analytics'in Ölçümlene İle Birlikte İnternet Gazeteciliğine Getirdiği Yenilikler*  
*Innovations That Google Analytics Added To Internet Journalism With Measurement*

15- 26

#### KEMAL KAYIKÇI / ÜMRAN TURAN

*Öğretmen Ve Yöneticilerin İlkokul Ve Ortaokullardaki Rehberlik ve Psikolojik Danışma Servislerinin Çalışmalarına İlişkin Görüşleri*  
*The Views Of Teachers And School Administrators About The Work Of Guidance And Psychological Counseling Services In Primary And Secondary Schools*

27 - 44

#### NAGİHAN ÇETİN

*Türk Sinemasından Örneklerle Toprağın Ödül ve Ceza İşlevleri*  
*The Functions Of The Land As Reward And Puniishment With Examples From Turkish Cinema*

45 - 52

#### MELTEM DENİZ DOĞAN

*"Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar" Kitabı*  
*Book Review: "Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar"*

53 - 57

#### SİBEL TAŞKIN

*Kitap İncelemesi: "Marx Geri Döndü, Medya, Meta ve Sermaye Birikimi"*  
*Book Review: "Marx is Back, Media, Meta and Capital Accumulation"*

58 - 63

## *Değerli Okuyucularımız,*

Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi'nin Ekim 2020 sayısını sizlerle paylaşmaktan mutluluk duymaktayız. Bu sayı ile birlikte dergimiz ikinci yılını doldurmuş bulunmaktadır.

Bu sayımızda dört makalemiz ve iki kitap tanıtımımız yer almaktadır.

Serhat Kaya, "Kitle İletişimde Temel Çalışmalar ve James Curran ve "Yeni Revizyonizm", Yusuf Ürkek, "Google Analytics'in Ölçümlene ile Birlikte İnternet Gazeteciliğine Getirdiği Yenilikler", Prof. Dr. Kemal Kayıkçı ve Ümran Turan, "Öğretmen ve Yöneticilerin İlkokul ve Ortaokullardaki Rehberlik ve Psikolojik Danışma Servislerinin Çalışmalarına İlişkin Görüşleri", Nagihan Çetin, "Türk Sinemasından Örneklerle Toprağın Ödül ve Ceza İşlevleri", Meltem Deniz Doğan, "Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar" Kitabı", Sibel Taşkın, "Kitap İncelemesi: "Marx Geri Döndü, Medya, Meta ve Sermaye Birikimi".

Dergimizin bir sonraki sayısı 2021 Haziran ayında yayınlanacaktır. Medya, kültürel çalışmalar, halkbilimi, eğitim bilimleri gibi birçok disipline ait makalelere akademik kriterler ölçüsünde yer verdiğimiz dergimize gerek makaleleri ile destek olan yazarlarımıza gerekse de hakemlik sürecinde bizden yardımlarını esirgemeyen hocalarımıza teşekkür ederiz.

## *Keyifli okumalar dileriz.*

**Dr. Pelin Ügümü Aktaş**

**Dr. Nagihan Çetin**



## Kitle İletişimde Temel Çalışmalar James Curran ve “Yeni Revizyonizm”

Serhat Kaya

### Özet

1940'lı yıllardan beri kitle iletişim araştırmalarında ana akım ve eleştirel yaklaşımların ortak bir noktada birleşip birleşmeyeceğine dair çalışmalar Lazarsfeld'in ve Adorno'nun girişimiyle başlatılmıştır. Her iki yaklaşımın iktidarı politik ve ekonomik açıdan kavramsallaştırmasının farklı olması yöndeşme olgusuna kısıtlamalar getirmektedir. Kitle iletişim araştırmalarında yapılan çalışmalar incelendiğinde genel anlamda her yaklaşım kendinden bir öncesine yönelttiği eleştiri ve itirazlar üzerine yeniden geliştirildiği veya araştırmanın eksik tarafını gidermeye yönelik olduğunu görmekteyiz. James Curran ise kültürel çalışmalar yaklaşımı içindeki *alımlama* analizlerini ve *yöndeşme*'yi yeni revizyonizm olarak değerlendirmektedir. Curran'ın, yeni *revizyonizm* kavramı ile alanı yeniden bir değerlendirme çabası içinde çalışmalar yaparak, kitle iletişim araştırmalarını farklı bir perspektiften değerlendirip yeni bir bakış açısıyla sorgulaması çalışmamızın hipotezini oluşturmaktadır. Alan yazın taraması ve reorganizasyon yaklaşımından faydalanılarak hazırlanan çalışmamızın amacı ise bahsi geçen iki kuram arasında yöndeşme çabalarını tarihsel süreç içerisinde anlatmaktır. Bu çalışma ile Türkiye'de hakkında görece çokça çalışma yapılmayan James Curran'ın geliştirdiği yeni *revizyonizm* kavramını açıklayıp alana katkılarını ortaya çıkararak bir sentez oluşturmaya çalışılmaktadır. James Curran'ın *yeni revizyonizm* düşüncesi ile iletişim araştırmalarını yeniden değerlendirip radikal geleneği daha da güçlendirdiği ve bu alana zihinsel reform olarak sayılabilecek katkıyı verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Revizyonizm, James Curran, Kitle İletişim Çalışmaları.

## Basic Work in Mass Communication And James Curran Abstract

Since the 1940s, studies on whether mainstream and critical approaches can unite at a common point in mass communication research have been initiated by Lazarsfeld and Adorno. The different conceptualization of power in terms of politics and economy of both approaches puts restrictions on convergence. When the development of mass communication researches in the historical process is examined, we see that in general, each approach is based on the criticism and objections it has directed to its predecessors and to eliminate its deficiencies. James Curran, on the other hand, evaluates the reception analysis and convergence within the cultural studies approach as new revisionism. The hypothesis of our study is that Curran, by making studies in an effort to re-evaluate the field with the concept of new revisionism, evaluates mass communication research from a different perspective and questions it with a new perspective. The aim of our study, which was prepared by using the literature review and reorganization approach, is to explain the convergence efforts between the two theories in the historical process. In this study, based on a lot of work done in Turkey is developed by James Curran's attempt to create a revealing their contribution to the field to explain the concept of the new revisionism synthesis. James Curran, by re-evaluating the new revisionism thought and communication research, has reached the conclusion that he has made a contribution that can be considered as mental reform to further strengthen the radical tradition.

**Keywords:** New Revisionism, James Curran, Mass Communication Studies.

## Giriş

Kitle iletişim araştırmaları çalışmalarına baktığımızda iki farklı geleneğin, ana akım ve eleştirel yaklaşımların ön plana çıktığı gözükmektedir. Her iki yaklaşımın aynı ve benzer konularda farklı ve karşıt argümanlar sunmalarına rağmen nesnel yorum ve eleştirilerle de birbirlerini beslediklerini söyleyebiliriz. Kitle iletişim alanında yapılan ilk teorik ve pratik çalışmalardan günümüze değin yapılan araştırmalar canlılığını korumaktadır. 1900'de başlayan (McQuail (1969: 82) ve 1920'de ise ABD'de hız kazanan kitle iletişim çalışmaları ve söz konusu yapılan araştırmalardaha sonraki araştırmalar ve incelemeler için temel oluşturduğu görülmektedir. 1940'lı yıllarda yapılan çalışmalarda iletişim biliminin sosyal bilim alanında bilimsel bir disiplin olmasında önemli katkılar sağlamıştır. Söz konusu kitle iletişim araştırmalarındaki iki sorunsal, ağırlıklı olarak anaakım ve eleştirel kuramlar üzerinden yürütülmüştür. İletişim disiplininin bilim oluşumu ve gelişimi olarak değerlendirilen savaş yıllarında temel iki soruna odaklanılmıştır. İlk olarak iletişim biliminin kuramsal ve kavramsal çerçevesi ele alınmış, ikinci adımda ise kitle iletişim araştırmalarının etkisi ölçülmüştür. İletişim alanında yapılan çalışmaların en belirgin özelliği eklektik görünümünde olması ve yapılan çalışmalarda yöntemsel veya kavramsal düzlemde ortak bir zeminin bulunmamasıdır (Yaylagül, 2016:23). Bu alanda yapılan çalışmalarda iki temel paradigma hâkimdir. Bunlar eleştirel yaklaşımlar ve eleştirel olmayan yaklaşımlar veya anaakım (mainstream) ya da eleştirel yaklaşımlar şeklinde sınıflandırılmaktadır. Kuzey Amerika kökenli olan anaakım araştırma yaklaşımı iletişimin ileti boyutunu merkeze almaktadır (2016, 23-24). Eleştirel yaklaşım ise iletişimi ritüel olarak tanımlamaktadır. Bu iki gelenek medyaya yüklenen işlevsel ve ideolojik anlamın ne olduğunu, medya ve toplum arasındaki ilişki biçiminin nasıl kavramsallaştığı üzerinde durmaktadır (Nalçaoğlu, 2010: 23). Eleştirel yaklaşımlar inceledikleri konuyu ve toplumu dönüştürebilecekleri hatta dönüştürmeleri gerektiği düşüncesinden hareket eder (2016: 25). Eleştirel olmayan yaklaşımlar ise inceledikleri konuları evrimci bir yaklaşımla ele alırlar. Buna göre incelenen konunun ve toplumun kendine özgü değişme mantığı ve kuralları vardır. Her iki gelenekte medya, iletişim ve toplum ilişkileri üzerine odaklanmaktadır. Kitle iletişim alanında yapılan araştırmalarda yöndeşme (convergence) söz konusu her iki yaklaşımın birbirlerinin yöntemlerini kullanmalarını anlatmak için kullanılmaktadır (Yavuz, 2015: 25-26).1940'larda anadamar/çoğulcu ve eleştirel/radikal arasında başlayan yöndeşme hareketleri 1970'lerde yapılan araştırmalarla ivme kazanmıştır. Günümüzde iki disiplinin birlikteliği tartışılmaktadır. İletişim biliminin kendi başına bir disiplin olarak gelişmesinin temelinde etki sorunsalı söz konusudur. I. Dünya Savaşı'nın yaraları sarılmadan II. Dünya Savaşı'nın başlaması yapılacak çalışmalarda dikkati kitle iletişim araçlarına çevirmiştir (Güngör, 2016: 81). O dönemde yapılan çalışmalar daha çok siyaset bilimi çevresindedir. Araştırmacılar radyo aracılığıyla propaganda yapılması ve bu durumun kamuoyunun oluşmasındaki etkileri konularında da çalışmalar yapmışlardır.

Bu çalışma ile söz konusu kitle iletişim araştırmalarında anaakım ve eleştirel yaklaşımların tarihsel gelişimi betim halinde sunulacaktır. İki gelenek arasında yöndeşme çalışmalarının tarihçesi anlatılarak, ana akım ve eleştirel yaklaşımların birbirleriyle ayrışan ve ortaklaşan noktalarının neler olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Ana akım ve eleştirel yaklaşımlar arasında ortak noktanın olup olmadığı Paul Lazarsfeld'in çalışmalarıyla ortaya konulacaktır. Yöndeşme kavramı açıklanarak, yöndeşmeyi ve alımlama analizi çalışmalarını yeni revizyonizm olarak değerlendiren entelektüel birikimiyle alanı yeni bir bakışla değerlendiren sosyal bilimci James Curran'ın ortaya koyduğu yeni revizyonizm kavramı üzerinde durulacaktır. Bu amaçla Curran'ın konu hakkındaki fikirleri ve alana sağladığı katkılardan bir sentez oluşturulup yapılacak yeni araştırmalar için daha derli toplu bilgiler sunmak hedeflenmektedir. İletişim araştırmalarında yapılan çalışmaların değerlendirilmesi özelliği taşıyan bu çalışmada literatür taraması yapılarak reorganizasyon, yeniden düzenleme/yenilenme yaklaşımından faydalanılacaktır. Reorganizasyon yaklaşımı eski yayınlara yeni bir yorum getirilebilir



ya da belirli bir alandaki düşünsel rotayı (yolu) izlemek amacı gütmektedir (Herdman, 2006: 2-4). Hem sosyal bilimlerde hem de fen bilimlerinde bazı konu ve araştırmalar bir süre sonra yeniden gözden geçirilime ve yenilenme ihtiyacı ortaya çıkar. Bir nevi arşivdeki bilgilerin karıştırılıp elde edilen verilerle yeni araştırmalarda ortaya çıkan yeni bilgilerin eklenerek sinerji oluşturmasıdır. Bu şekilde eski ve yeni verilerin karşılaştırıldığı yeni bir alan oluşturulmaktadır. Yeniden gözden geçirme ve yenilenme/reorganizasyon ile araştırmanın yöntem, iletişim ve kanallarının yeniden ele alınıp konunun yeniden değerlendirilmesi, geliştirilmesine ve kusurlu yerlerinin ortaya çıkarılıp güncellenmesine yönelik bir çalışma olduğunu söyleyebiliriz. İlgili alana bilgi birimini ve düşünsel oluşumları aktarmak söz konusudur. James Curran da iletişim araştırmalarındaki yöndeşmeye yönelik geliştirdiği yeniden bir değerlendirme çabası şeklinde anlattığı yeni revizyonizm ile bir eleştirel bakış geliştirerek yani ilgili alanda bir reorganizasyona başvurduğunu söyleyebiliriz. Bu revizyonizm çalışması ile araştırma ve çalışmalara yönelik bilgi birikimini ve düşünsel oluşumlarının eklenip güncellenme çabasının olduğunu anlatmaktadır. 1989'da Londra Üniversitesi'nin ilk iletişim profesörü(gold.ac.uk,2020)olan James Curran, Goldsmiths Londra Üniversitesinde Media, Communication and Cultural Studies (Medya, İletişim ve Kültürel Çalışmalar) bölümünde dersler vermektedir. Medya tarihçisi ve araştırmacısı olan Curran, medya-iktidar, medya-toplum, medya-demokrasi, iletişim araştırmaları ve kültürel çalışmalar konularında(cccb, 2020)derinlemesine incelemeler yapmış ve ilgili alanda başucu çalışmalar sunmuştur. İnternet araştırmaları da olan akademisyen pekçok makale kaleme alırken yirmiden fazla da kitap (Curran vd. 2016: 3) yazmıştır. Çağımızın önemli düşünürlerinden olan Curran'ın, ele aldığı konularda özgünlüğü ön planda tutarak gerek kitle iletişim araştırmalarına gerek medya alanındaki çalışmalara radikal sayılabilecek eleştiriler getirdiğini söyleyebiliriz. Özellikle kitle iletişim çalışmalarında ortaya koyduğu yeni revizyonizm (Curran, 2011: 11) kavramı bu anlamda önem teşkil etmektedir. Çeşitli ülkelerde medya, iletişim ve gazetecilik disiplinlerindeki akademik çalışmaları ve makaleleri farklı birçok dile çevrilmiş olmasına rağmen Türkçe olarak birkaç makale özeti dışında kitap çevirisi bulunmamaktadır.

## Kitle İletişim Araştırmalarında Eleştirel Yaklaşımların Tarihsel Gelişimi

Sosyoloji bilimi içerisinde yeşeren eleştirel kuramın temeli Marksist düşünceden beslenen bilim insanları ve entelektüel akademisyenlerin bir araya gelerek oluşturduğu ve 1932'te kurulan Frankfurt Okulu ile başlamıştır (Bağce, 2006: 7-16). Max Horkheimer'in ise bu okulun en önemli kurucularının başında geldiği kabul edilmektedir. Frankfurt Okulu'nun ilk çıkış noktası ise Avrupa ülkelerinde 1920 ve 1930 yıllarında işçi sınıfının devrimdeki başarısızlıklarının nedenini anlamak için yapılan çalışmalardır. Yapılan çalışmalarda eleştirel kuram savunucularının devrimin nedenlerinden ziyade devrimi engelleyen nedenleri üzerine odaklanmışlardır. Sürekli gelişmekte olan bilgiler kümesi anlamına gelen eleştirel yaklaşım, erdemi (virtue) ve tarafsızlığı (neutrality) ön planda tutarak sorgulayan bir yapıya sahiptir. Bu gelenek sadece gelişmelerden yola çıkıp neler oluştuğunu tespit etmek değil, asıl olan adaletsiz, sömürü ve eşitsizlik üzerine inşa edilen yapıları deşifre etmektir. Yaşanabilir bir toplum, özgür düşünce ve adil yaşam konularında da fikirler sunmaktadır. Eleştirel yaklaşım, medya metinleri içerisinde yer alan eşitsizliğin, şiddetin, taciz ve her türlü haksızlığın nasıl meşrulaştırılmaya çalışıldığını ortaya koymaktadır. Eleştirel yaklaşımda toplumun tam ve daha net anlaşılabilmesi için, tarihsel bağlama sıkı sıkıya bağlı kalınarak anlaşılabilmesi düşüncesi hâkimdir. Kitle iletişim etki araştırmaları, medyanın gerçekliği anlamlandırma ve gerçek denilen şeyi tanımlama gibi konulara getirilen eleştirilerle yeniden tekrar sorunsallaştırılmıştır. Bu şekilde çoğulculuğun evrenine, iktidar sorunu yeniden dönüşmüş ve iktidar anlayışının köklü şekilde değişmesi zorunluluk olarak değerlendirilmiştir (Hall, 2005: 77-126). Kitle iletişim çalışmalarında etki araştırmalarından kopuş yeni bir araştırma yaklaşımı ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Aynı şekilde farklı epistemolojiye sahip bakış açısının da gerekli olması eleştirel iletişim araştırmalarını ortaya çıkarmıştır. Değişmeci yaklaşım olarak da tanımlanan eleştirel yaklaşım, liberal kuramlara bir eleştiri

olarak ortaya çıkmıştır (Sever, 1998: 47). Bu bağlamda eleştirel kitle iletişim araştırmaları etki araştırmalarının niceliksel veya sonuçsuz tekrarına verilen bir cevap olarak da kabul edilebilir. Marksist gelenekten beslenen eleştirel yaklaşım aracın davranışına odaklanırken ana akım isemesajın etkisine yoğunlaşmaktadır (Yaylagül, 2010: 22). Eleştirel yaklaşımın ana eksenini medya, iletişim, iktidar ve toplum arasında süregelen ilişkiyi incelemektir ve toplum kuramlarıyla bağlantılıdır. Toplumsal gücün kullanımında kitle iletişimin nasıl ve ne şekilde etkili olduğu, eleştirel kitle iletişiminin odaklandığı konudur. Yaklaşımın temelinde kurumsal yapıların ve toplumsal rutinlerin kimlerin çıkarına hizmet ettiğine yönelik sorular söz konusu olmakla birlikte iktidar, çıkar ve değerler sorunsalına vurgu yapılmaktadır. Eleştirel yaklaşımın iletişim boyutundaki en önemli argümanları ise iktidar ve toplum ilişkilerinde kitle iletişim araçlarının işlevselliği, iktidarların hayatlarını sürdürebilmek için kitle iletişim araçlarının etkisini kullanmaları gibi düşüncelerdir (Shoemaker ve Reese, 2014: 97-133).

Kitle iletişim araştırmalarında tarihsel gelişiminde ve araştırmalarında ideoloji kavramı da toplumun önemli bir dinamiği olması sebebiyle özellikle dikkate alınmıştır. Kitle iletişim araçlarının her birinin birer ideolojik aygıt olduğu düşüncesi, eleştirel araştırmacıların ideoloji eksenine vurguda bulunan çalışmalar yapmasına kaynaklık etmiştir. Bu şekilde iletişim ve ideoloji arasındaki ilişki daha da anlaşılır hale gelmiştir. Bu konuda Stuart Hall'a (2014: 79-97) göre kitle iletişim araçlarının en önemli işlevi anlamın toplumsal inşasında üstlendiği ideolojik işlevdir ve bu ideolojik işlevi göz ardı eden araştırmalar toplumsal süreçte oynadığı rolü tam olarak ortaya koyamaz. Destutt de Tracy 1976'da ideoloji kavramını ilk kez ortaya koyan düşünürdür (Heywood, 2016: 25). Tracy'e göre ideoloji bilinçli düşünce ve fikirlerin kaynaklarını açığa çıkarmak amacıyla fikirler bilimini (idea-oloji) ifade etmek için kullanmıştır (Yücel, 2011: 185). Fransız Marksist filozof Althusser (2014: 51) ise bireylerin gerçek varoluş koşullarıyla aralarındaki hayali ilişkilerinin bir tasarımı olduğu şeklinde ideolojiyi tanımlamaktadır. Althusser (2014: 55), İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları kitabında var olan kapitalist sistemin devamı için Devletin Baskı Aygıtları (DBA) ve Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA) şeklinde iki çeşit aygıt olduğunu belirtmektedir. İlk aygıt daha çok fiziksel güç kullanan polis, asker, mahkeme ve hapisane gibi kurumlarken, ikinci baskı aygıt ise eğitim kurumları, medya, aile, siyasal partiler gibi kurumlardır. İdeolojiyi yanlış bilinç şeklinde değerlendiren düşüncelere karşı çıkan Althusser, ideolojinin insanların zihinleri tarafından değil okullar, kiliseler, camiler ve medya, insanların nasıl düşünmesi gerektiğini onlara öğreten maddi bir yapı tarafından üretildiğini belirtmektedir (McLenan, 1999:50). Althusser, kitle iletişim araçlarının devletin ideolojik aygıtlarından biri olduğunu belirtmektedir. Bu görüş özellikle eleştirel iletişim araştırmaları ve çalışmalarında önemli yere sahiptir. Bazı iletişim çalışmalarının da bu fikir temeli üzerinde inşa edildiğini söyleyebiliriz.

İdeoloji sorununu ele alan eleştirel çalışmalar, medya metinleri ve izleyici değerlendirmede, izleyiciye etkinlik/edilgenlik boyutlarında yaklaşma bağlamında yapısalci, siyasal ekonomi ve kültürel çalışmalar şeklinde üç yaklaşım bulunmaktadır. Eleştirel yaklaşımın doğuşunda şu iki temel eleştiri öne çıkmaktadır. İlki başat paradigma şeklinde kabul gören ve bu şekilde isimlendirilen liberal yaklaşımın davranışçı indirgemeciliğine karşı duruşu oluştururken, ikincisi ise ekonomik indirgemeciliğe karşı mesafeli duruşu olmuştur. Sonuç olarak eleştirel araştırmalarda medya etkilerinin güçlü olduğuna dair güçlü bir varsayım söz konusudur. Bu açıdan Lasswell ve arkadaşlarının yürüttüğü çalışmalarla benzerlik içermektedir. Çünkü ikisi de medyanın güçlü olduğunun vurgusunu dile getirmektedir. Lasswell çalışmalarında medyanın etkisinin analizinden uzaklaşıp iletişim içeriğinin analizine

***İngiliz Kültürel çalışmalar yaklaşımı, kültür endüstrisi, medya, popüler kültür ve sınıflar arasındaki ilişkiler gibi sorunsalların kavramsallaştırılması için yapılan girişimdir (Hall, 1980, 15-47).Yapısalci yaklaşımlarda ana hedef temel medyadaki temsil etme ve anlamlandırma süreçlerini incelemektedir. Televizyon programların, dizilerin ve filmlerin edebi analizlerin yapılması gibi. Ekonomik politik yaklaşımda ise medyanın ekonomik yapısı ve süreçleri üzerine durulmaktadır.***



yönelirken, eleştirel çalışmalar ise ileti üretiminin analizine yönelmektedir (Fejes, 2005: 299). Genel olarak medya alanında eleştirel araştırmalar incelendiğinde Lasswell ve arkadaşlarının propaganda konusunda yaptıkları çalışmaya benzediği görülmektedir. Çünkü her ikisinde de medya etkilerinin güçlü olduğu düşüncesi sözkonusudur.

## Eleştirel ve Ana akım Yaklaşımlarında Yeni Revizyonizm/Yöndeşme Çabası

Yöndeşme/yakınsama (convergence) teriminin sözlük anlamı 1913 yılına kadar gitmektedir. Converge ve ence kelimelerinin bir araya getirilmesiyle bitişik bir kelime ortaya çıkarılmıştır. Bu kelimenin aslı convergent (yakınsak) evrimine kadar uzanmaktadır. Biyologlar tarafından 1980 yılında kullanıldığı bilinmekle birlikte bir araya gelme ve birlikte yönlendirme anlamlarına gelmektedir (Biologydictionary, 2020). Dilimize yakınsama şeklinde anlamlandırılıp çevrilen kelime iletişim bilimleri literatüründe yöndeşme şeklinde kabul görmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesine endeksli olarak yöndeşme daha ziyade 1960'lı yıllarda kullanılmaya başlanmıştır. Bu minvalde optik teknoloji ve telefon sistemlerinin sayısal altyapıya dönüşmesiyle ortaya çıkmıştır (Ayten, 2014: 93-120). Bek(2003: 23-59) yöndeşmeyi görsel işitsel medya, bilgisayar, telekomünikasyon gibi sektörlerin teknolojik ve ekonomik olarak bir araya gelip birleşmesiyle yeni hizmetler ve ürünler ortaya çıkarma şeklinde tanımlamaktadır. Bu sürecin 1970'li yıllarda sayısallaşmayla başladığına vurgu yaparak 90'lı yıllardan sonra kablolu televizyon ve internetin süreci hızlandırdığına vurgu yapmaktadır (Geray, 2003: 18). Yöndeşmenin yeni iletişim teknolojilerinin dinamikleri aracılığıyla ve etkisiyle ortaya çıktığını savunmaktadır. Pereira (2002: 1-3)ise yöndeşme kavramına sadece teknik alarminin olmadığını bunun yanında ekonomik boyutuna dikkat çekerek ekonomik yöndeşme, teknik yöndeşmenin devamı şeklinde teşebbüslerin farklı medya ürünlerini bir araya getirmek koşuluyla kapsam ve ölçek ekonomisine ulaşmak amacıyla birleşmeleri ve işbirliğine gitmeleri şeklinde konuyu özetlemektedir. Buraya kadar ki tanım ve bilgiler ışığında yöndeşme, çeşitli teknolojileri bir arada toparlayıp bunları daha ergonomik ve daha efektif hale getirip bir anlamda revize edilerek teknolojinin yenilenmesini sağlayarak yeniden kullanılması şeklinde tanımlanabilmektedir. Yöndeşme kavramı üzerine birçok düşünür çalışma yapmış ve yeni tanımlamalar getirmiştir. Bu çalışmalarda en çok dikkat çeken ve konuyla ilgili hemen hemen her çalışmada referans verilen Henry Jenkins'in çalışmalarıdır.

Convergence Culture (Yakınsama Kültürü) isimli kitabın kapak sayfasında 21.yüzyılın McLuhan'ı şeklinde tanımlanan Henry Jenkins cep telefonlarının sadece birer telekomünikasyon cihazı olmadığını vurgulayarak bu cihazların fotoğraf çekip e-mail olarak göndermeden film izleyip yorum yapmaya, oyun oynamaya kadar pek çok sanal aktiviteyi yapmaya imkân tanıdığını ifade ederek bu durumu günümüzde gelişmelerle birlikte Dijital Rönesans olarak tanımlamaktadır. Henry Jenkins (2002: 1-5) yöndeşmenin aslında bir süreç şeklinde devam ettiğini ve medyanın ölümsüz olduğunu, ölümlü olanın ise medya içeriklerine ulaşmada kullanılan araçlar olduğunu belirterek, yeni medyanın asla eski medyanın yerini alamayacağı fikrine katılmamaktadır. Henry Jenkins, yöndeşmedeki sürecini teknolojik, ekonomik, sosyal ya da organik, kültürel ve küresel yöndeşme şeklinde beş farklı kategoriye ayırmaktadır. Teknolojik Yöndeşme ses, görüntü ve kelimelerin dijital bilgiye dönüştürülmesiyle arasında oluşan ilişki genişlemektedir. Farklı mecralar arasında oluşacak akışlar bu şekilde mümkün olmaktadır. Ekonomik Yöndeşme, eğlence endüstrisindeki yatay birleşmesi sonucunda oluşmuştur. 1978'de 'Park Grubu' olarak kurulan medya, sanayi, ticaret ve maden gibi dört grupta faaliyet gösteren (Şeker ve Uzun, 2018: 115-116) 2004'te ismi değiştiren 'Ciner Grubu' bu alana örnek gösterilebilir. Sosyal ya da Organik Yöndeşme, teknolojinin getirdiğin yeniliklerin çoklu görevler içeren stratejilerin olmasıdır. Bir yurttaşın tabletinde veya telefonunda

müzik dinlerken aynı anda sosyal medya platformunda birisiyle mesajlaşması, yazışması, e-mailleri okuyup cevaplaması buna örnek gösterilebilir. Kültürel Yöndeşme, çeşitli medya teknolojilerinin, endüstrilerin ve tüketicilerin kesişmesi sonucu yeni yaratıcılık formları ortaya çıkmıştır. Medya yöndeşmesi, ortalama düzeydeki insanlara içeriği arşivleme, açıklama, sahiplenme ve yeniden dolaşıma sokmalarını sağlayacak araçları vererek, yeni ve katılımcı bir halk kültürünün oluşmasını teşvik etmektedir. Kültürel Yöndeşme ise medya ürünlerinin uluslararası dolaşıma girmesi sonucunda oluşan melez kültürdür. Aslında yöndeşmenin temelinde veya merkezinde teknolojinin olduğu yadsınmayacak kadar açıktır. Sosyal medya platformları, YouTube, haber, belgesel web sayfaları, kapalı devre yayınları yöndeşmeyi topluma yayarak genişletmektedir. Kitle iletişim çalışmalarında yöndeşme terimi iki eleştirel ve ana akım kuramın birbirlerinin yöntemlerini kullanmalarını açıklamak için kullanılmaktadır. 1940'lı yıllardan beri kitle iletişim araştırmalarında ana akım ve eleştirel yaklaşımlar arasında orta yol arayışı olmuştur. Aslında her iki kuram da değişmez sabit yapılaraya sahip değildir. İki yaklaşımın ortak noktada birleşip birleşemeyeceği Adorno ve Lazarsfeld ile başlamıştır. Burada bir yöndeşme çabası ortaya çıkmıştır. Ancak Curran'ın vurguladığı şekilde iki kuramın iktidarı hem politik hem de ekonomik açıdan kavramsallaştırmaları birbirlerinden farklılık göstermektedir. Buradaki temel sorunsal merkeze aldıkları iktidarı okuyuş ve anlamlandırma biçimleridir.

## İlk Yöndeşme Deneyimi

Eleştirel ve ana akım yaklaşımlar, araştırmalar ilişkisi bağlamında yöndeşme çalışmaları ve çabaları ilk olarak Amerika'da Lazarsfeld ve Adorno gibi önemli akademisyenler tarafından Princeton Radyo Projesi ile başlatılmıştır. I. Dünya Savaşı'nın etkileriyle Amerika'ya gitmek zorunda kalan Alman toplum bilimcileri bu zorunlu göçle vatanını değiştirip Kıta Amerika'sına gelen ve kendisini Avrupalı Pozitivist olarak tanımlayan Paul Lazarsfeld, Horkheimer ve Adorno ile çalışmalar yapmıştır (Hardt, 1999:32). 1937'de Rockefeller Foundation destekli Princeton Radyo Project ile Lazarsfeld, kitle iletişim araştırmaları alanını kurmuştur (Erdoğan vd. 2005: 8). 1944'e kadar süren bu projeye, radyo yayınlarının Amerikan toplumu üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Adorno'nun müzik sosyolojisi alanındaki çalışmaları sebebiyle projede yer alması, araştırmaya getireceği eleştirel perspektif ve yeni bir bakış nedeniyle Lazarsfeld tarafından önemsenmiştir. Kitle iletişimle ilgisi olmayan Lazarsfeld, alan araştırması data/veri analiz teknikleriyle ilgileniyor ve bu gerçeği belirtiyordu (Morrison, 1988: 204). Lazarsfeld, bu projeye Avrupalı kuramcılığı ile Amerikan deneyselciliği arasında bir yöndeşmenin olacağını umut etmektedir. Zira proje hakkındaki iyimser fikirler gerçekleşmez ve Adorno, bu projede 3 yıl çalıştıktan sonra, araştırmanın paradigmasında Lazarsfeld ile çatışmaya girmesi nedeniyle 1941'de proje çalışmasından ayrılır (Yavuz, 2015: 31). Adorno, bu projede izleyicilerden ziyade medya metinleri üzerine eğilmek gerektiğini, deneysel sosyolojinin kuramsal yoksunluğunu ve yöntemin teknik pratiklere indirgenmesini kabul etmemiştir (Erdoğan vd. 2005: 21-144). Lazarsfeld'in kültür ölçümlemesini yanlış bulan Adorno'ya göre temel nokta olguları yorumlamaktır. Araştırma kesinlikle ve kesinlikle tanımlama yapmak, kümelemek, organize etmek ve olguları oluşturmak ve yorum yapmak değildir. Eleştirel kuramın normatif uygulamada tanımlardan yoksun ve temelsiz olduğunu söyleyen Lazarsfeld ise kuramın boş öneriler geliştiren ve sadece öneri olmaktan öteye gitmeyen bir olgu bulması hakkında katkısı yeterli olmadığını düşünmektedir (Supa, 2009:11). Bu projede Adorno, Lazarsfeld-Staanton program analiz yönteminin yetersiz ve anlamsız olduğunu izleyiciden ziyade medya metnine yoğunlaşılması gerektiğini savunmaktadır (Mattelart, 1999: 202; aktaran, Erdoğan vd. 2005: 16 ). İki teorisyenin aynı projeye farklı bakışları ve araştırmayı farklı kavramlar üzerinden açıklamaya çalışmaları projenin gelişmesini durdurmuş gibi gözükse de zihinsel gelişimi açısından katkı sağladığı söylenebilir. 1941'de Adorno ve Horkheimer ortaklaşması ile *Studies in Philosophy and Politic Science* isimli dergide kitle iletişim sorunlarını ele alan bir çalışma yayınlanır. Bu dergide

Yönetimsel ve Eleştirel İletişim Araştırması Üzerine Düşünceler adlı Lazarsfeld'e ait makalenin yayınlanması ile iki farklı yaklaşımın isimleri de ortaya çıkmış olur (Yavuz, 2015: 31). Adorno ise deneysel araştırma ile eleştirel epistemolojik yaklaşımın birbirlerine karşı eleştirilerini ve arasındaki farkları ortaya koymaktadır. Bu çalışma, deneysel araştırma ile eleştirel epistemolojik yaklaşım arasındaki farkları ve birbirlerine yönelik eleştirileri ortaya koymaktadır. Lazarsfeld, projenin başarısız olmasına rağmen iki kuramın arasında yakınlaşmanın mümkün olduğunu savunmaya devam etmiştir (Erdoğan vd. 2005: 8-10). Lazarsfeld, eleştirel ve yönetsel araştırmalar arasındaki farklılıkları belirlerken yakınlaşma ve iş birliğini koruyabilmeyi amaç olarak belirlemiştir. Her iki geleneğin yakınlaşma süreçleri geleneklerin eleştirel ve yönetsel olarak isimlendirilmesi ile sonuçlanmış ve iki gelenek de kendine özgü araştırma yöntemi, iktidarı konumlandırışı, toplumu, kültürü ve dünyayı algılayış biçimlerine göre çalışmalar yapmıştır.

İki geleneğin birbirine yaklaşması için yapılan çalışmalar yönleşme kavramının temellendiği çalışmalardır. Yönleşme, anaakım ve eleştirel araştırma geleneğinin dünyaya bakışının aynı noktada buluşmasını anlatan bir sözcük olarak ortaya konmamıştır. Birbirinden farklı yöntemlere sahip iki disiplinin bir noktada buluşabilir mi sorusu üzerinden gelişen yönleşme izleyici araştırmalarının yapılmasıyla bir cevap bulmuştur. James Curran (2005: 48) ise yönleşmeyi yeni revizyonizm olarak isimlendirmektedir. 1940 ve 1980'li yıllarda üzerinde çalışılan medya araştırmalarına baktığımızda her ne kadar farklı olduklarını iddia etseler de aslında birbirlerini tekrar ettikleri görülmektedir. 1940'taki medya araştırmaları daha çok teknik ve izler kitlenin hür iradesini özerkliği ön planda tutarak medyanın etkilerinin çok fazla olduğu varsayımını kabul etmekteydi. 1980'den sonraki araştırma ve çalışmalar konumlandırmalarını yeni kavramı üzerine kursalar da aslında kendinden önceki çalışmaların verilerinden faydalanılarak yapılan çalışmaların tekrarından öteye gidilememiştir. Curran (1990), yeni revizyonizm ile kısmen itibarını yitirmiş bazı geleneksel bilgilerin yerini yeni ve yenilikçi düşünce ile canlanma olduğunu savunmaktadır. Aynı şekilde yeni eleştiri ile iletişim araştırmalarında radikal geleneği daha da güçlendirecek ve bu alanda yapılacak reform olarak değerlendirmektedir. Alımlama araştırmalarını da yeni revizyonist olarak tanımlayan Curran, kültürel çalışmalar yaklaşımı içinde geliştirilen alımlama analizlerini yeni olarak görmemektedir ve izleyici araştırmalarında yapılan çalışmaların pürüzsüz olmadığını belirtmektedir. Etki araştırmaları, metinler tarafından yaratılan çok katlı anlamları, izleyicilerin aktif ve yaratıcı rolünü, farklı toplumsal konumların ve söylem konumlarının farklı okumaları teşvik ettiğini vurgulamaktadır. Curran ise yeni revizyonist olarak belirttiği alımlama analizlerinin, etki araştırmalarını farklı bir dil ve teknikle yeniden ileri sürüldüğüne dikkat çekmektedir. Ayrıca bu durum eski çoğulcu yemeklerin yeniden ısıtılıp, yeni bir usulle servis yapıldığına dikkat çekmektedir. Kültürel çalışmalar yaklaşımı içinde yer alan izleyici araştırmaları, eleştirel ve ana akım kitle iletişim çalışmalarında yönleşme kavramının temellendiği çalışmalardır. 1940'lı yıllarda başlayan ve başarısızlıkla sonuçlanan iki kutup arasındaki yakınlaşma girişimleri, izleyici araştırmaları bağlamında 1970'lerden sonra yeniden gündeme gelmiş eleştirel ve ana akım kitle iletişim araştırmacılarının birbirlerinin yöntemlerine yakın çalışmalar üretmeye başladığı bir süreç başlamıştır. Bu süreç ikinci yönleşme girişimi olarak adlandırılmıştır. İkinci yönleşme girişimi izleyici araştırmalarının ana akım araştırmayla benzeşmesi eleştirilerine maruz kalmıştır.

Kitle iletişim araştırmalarında alımlamanın aslında sorunlu olduğuna dikkat çeken James Curran, izleyici çalışmalarında iki şekilde yön değişme olduğuna dikkat çekmektedir. Birincisi iletişim araştırmalarındaki alımlama çalışmalarındaki analiz problemsizmiş gibi oluşturulurken, metin içerisindeki çelişkiler ise yeni bir zemin oluşturmuştur. İkinci nokta ise izler/okur kitlenin daha önceden hazırlanmış yanıtlar ile yazıyı oluşturan unsurların her bir bölümdeki anlamlara cevap verdiği düşüncesi, anlamın toplumsal konumunun izleyici ve metinle oluşturduğunu belirten düşünceye doğru yön değiştirmiştir. Curran, alımlama analizlerinde anlamın metin ile izleyicinin toplumsal ve söylem koşullarına bağlı olarak oluşması ve izleyici özerkliğine yapılan vurgunun medyanın sınırlı etkilerine göndermede bulunması sebebiyle alımlama çalışmalarını yeni revizyonist

çalışma olarak belirtmektedir (2005: 409-410). Bu nedenle ana akım ve eleştirel çalışmaların aynı kulvarda yer almaya başladıklarına vurgu yapmaktadır. Curran'a (2005) göre 1970'lerden sonra ana akım yaklaşımlar, medyanın şiddet, siyasal sorunlar ve oy verme davranışlarının öne çıkarılışı üzerindeki etkilerini araştırdıkları medya analizlerinden uzaklaşma eğilimine girmiş, medyanın siyasal sistemin yapıları ile işlevleri üzerinde ve sosyo-bütünleşme üzerindeki tesiri, toplumsal kimliğin oluşumundaki rolü vb. gibi daha önce eleştirel çalışmaların konuları olarak işlenmiş alanlarda çalışılmaya başlanmıştır. Çoğulcu geleneği benimseyen akademisyen ve araştırmacıların toplumu ele alış biçimini de değerlendiren Curran, bunların hepsini toplumu sürekli rekabet halindeki ve egemen olmayanların çıkarlarının kargaşası şeklinde görmektedir. Bu sistemde medya işletmeleri genel anlamda baskı odaklarından, siyasi örgütlenmelerden aynı şekilde devletten bağımsız, sınırlı olacak şekilde örgütsel sitemlerdir. Yine bu sistem içerisindeki medya çalışanları ve diğer kurum/kuruluşların temsilcileri arasındaki iletişim biçiminde bağımlılığın ön planda olduğuna vurgu yapılır. Hem yerel hem de ulusal ölçekteki kurum temsilcileri fikirlerini ve projelerini kamuoyuna aktarabilmek için toplumun merkezi konumundaki kurumlarına ihtiyaç duyar ve bu kuramlara bağlıdır. Aynı şekilde medya işletmeleri de geniş okuyucu/izleyici kitlesine ulaşmak için medyanın toplumdaki merkezi kurum ve kuruluşlar karşısında yarı özerklik bir statü kazanır. Ortaya çıkan bu sembiyotik ilişki biçimi, çoğulcu yaklaşıma göre, medya kurumlarının denetlenmesi özerk medya seçkinlerinin inisiyatifindedir. Söz konusu medya seçkinleri medya araştırma veya çalışmalarına büyük ve önemli derece esneklik fırsatı sunarlar. Oluşan özerklik yapı, tarafsızlık ve nesnellik prensibine bağlılık iddiası, medya şirketlerinin ürettiği zihinsel ürünlerin son kertede kontrol edilmesi ve şekillenmesinde asıl söz sahibi olanların medya profesyonellerinin olduğu düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bu sistemle medyanın her türlü yargıdan bağımsız bir biçimde, olabildiğince doğru ve nesnel olarak çok yönlü gerçekliği yansıtmayı beklenmektedir. Yine iki yaklaşımı bir araya getirip ortak noktada buluşturmak için yapılan çalışmalardan birisi de 1983'te Journal of Communication dergisindeki Alandaki Mayalanama (Ferment in the Field) isimli çalışmadır. Burada söz konusu iki yaklaşım arasında ayrışma, kutuplaşmadan ziyade zorunlu bir şekilde eleştirel değerlendirmenin yapılması gerekli görülmüştür. Benzer bir çalışma ise yine aynı dergide 1993 yılında Alanın Geleceği- Kırılma ve Uyum Arasında başlıklı çalışma ile yapılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma ile ana akım ve eleştirel araştırmaların hem yakın hem de uzak oldukları çalışmalar ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca iki geleneğin yer aldıkları kutuplarda değişme olmadığı belirlenmiştir.

## Eleştirel ve Ana Akım Yaklaşımları Arasındaki Ayrım Noktaları

Eleştirel yaklaşımın eleştirel olarak konumlandırılması ele alınan temayı veya uygulaması yapılan araştırmanın tekniği değil Curran'ın vurguladığı üzere siyasal iktidarı ve iktisadi kavramlaştırma şeklidir. Hall ise eleştirel yaklaşım açısından uzlaşım sağlanmış yöntembilimsel rafineliğin olmadığına dikkat çekmektedir. Eleştirel paradigma alanında uzlaşmış içsel ve yöntembilimsel rafineliğinin olmamasına rağmen Lazarsfeld yönetimsel ve eleştirel ayrımını yapsa da eleştirel çalışmaların eleştireliliği deneysel çalışmalara karşıt olmakla belirlenmemektedir (Hardt, 1999: 15-76). Slack ve Allor (1994: 263-275) ise çoğulcu ve eleştirel paradigmanın ayrımını yapan ikilikler üzerinde durmaktadır. Özgürlük biliminin karşısında tutucu bilim, felsefi vurgunun karşısında deneysel, ana akım yaklaşımın karşısında ise eleştirel yaklaşımların farklılığının temelini oluşturan epistemolojik ve politik düşünüşü gizlemektedir. Bu bağlamdan iki yaklaşımın ana farkının epistemolojik ve politik olduğunu dile getirmektedirler. Ayrıca iki yaklaşımın kesinlikle birbirlerinden ayrılmasının zorunlu olmadığını belirten Slack ve Allor (1994: 272) kitle iletişimin sosyal yapıya odaklanmasının işlevsel yaklaşıma faydalı olacağını ve felsefi tarafının yeterli olmayan eleştirel



araştırmaların veya etkiler üzerinde durmayan deneysel ve niceliksel olduğunu dile getirmektedir. Ana akım kitle iletişim çalışmalarında reklamın ve siyasetin mesajları daha rafine hale getirilmektedir. Eleştirilen yönü ise kitle iletişim tarihinin kültürel yönlerini, sosyoekonomik yapısını ele almayı ya da çok kısıtlı şekilde ele almasıdır. Oysaki daha önce de belirtildiği üzere eleştirel yaklaşım, medya, iktidar, iletişim ve toplum arasındaki ilişkilere odaklanır ve toplumla iç içe geçmiş bütünsel bir yapıdır. Ayrıca bu yaklaşımdaki en değerli şey yine iktidar ve toplum ilişkileri pratiği ve teorisinde kitle iletişim araçlarının işlevselliğidir. Eleştirel yaklaşımda yapılan veya yapılacak kitle iletişim araştırmasının o toplumun ekonomisinden, siyasetinden, kültüründen ve değerlerinden ayrı düşünülmemeyeceğini vurgular. Eleştirel ve ana akım yaklaşım arasındaki yakınlaşma ve bir ortak noktada buluşma çabaları Amerika'ya göç etmek zorunda kalan Paul Lazarsfeld ile başlamıştır.

## Eleştirel ve Ana Akım Yaklaşımları Arasındaki Ortak Noktalar

Hem eleştirel hem de ana akım gelenekleri birbirine tamamen farklı yöntemlere sahiptirler. Eleştirel ve ana akım gelenek arasında epistemolojik ve iktidarı konumlandırışlarındaki farklılık ön planda durmaktadır. Eleştirel yaklaşımlar ele alıp araştırdıkları konuyu ve toplumu yeniden dönüştürülebileceği fikrini bir adım daha ileri giderek dönüştürülmesi gerektiği felsefesinden yola çıkarlar. Eleştirel olmayan yaklaşımlar ise araştırdıkları konuları evrimci teorisiyle incelerler. Bütün bu farklılıklara rağmen her iki gelenek birbirine yönelik yapılan eleştiri ve çıkarımlardan faydalanılarak yeni bakış açılarıyla yapılan çalışmalar yeniden değerlendirilebilmektedir. Ana akım gelenek, savaş sonrası medyanın sınırlı etkileri düşüncesinden vazgeçmesi, eleştirel geleneğin de medyanın güçlü etkisi fikrini bir kenara bırakmasına yol açmıştır. Bu perspektiften bakıldığında her iki geleneğin uzlaşmaya gittiği söylenebilir (Yavuz, 2015: 36). İki geleneğin ortak paydada buluşabileceğini değerlendiren Kim Christian Schroder çoğulcu geleneğin daha eleştirel olacağını, eleştirel geleneğin daha az eleştirel olmayacağını vurgulamaktadır (1987: 26-28). Teorik ve sahada yapılan kitle iletişim araştırmaları yeniden revize edilebilir. Curran'ın üzerinde durduğu gibi yeni revizyonizm bakış açısıyla aynı konu üzerinde yapılan çalışmaların her iki gelenek sonuçlarını kullanarak bile olsa ortak bir paydada buluşması mümkün gözükmemektedir. Bu buluşma belki hiçbir zaman görece yüzde yüz olmayacağı için daha çok bir sentez çalışması gibi değerlendirilmelidir. Kitle iletişim çalışmaları bağlamında iki geleneğin ortak meta kurması uzun vadeli disiplinler arası çabayı gerektirmektedir (2015: 35). Burada ön plana çıkan ise araştırmada nasıl bir model ve yöntemin kullanıldığıdır. Klaus Bruhn Jensen ve Karl Erik Rosengren (2005: 79-83) yaptıkları çalışmayla 3 tür bir araştırma modelini sunarak çözüm önerisi getirmişlerdi. Bu modelin ilk adımında içerik çözümü ve izleyici araştırması deneysel bir tasarımla bir araya getirilebilir. Bu aşamada önemli olan sonuçların ne kadar kalıcı olduğudur. İkinci adım ise izleyiciye odaklanmadır. Veri toplama bağlamını karakterize etmede ve genişletmede, izleyicilerle ilgili derinlikli, doğal gözlem ve etkileşimler gerekli olabilir. Son aşama ise izleyici araştırmalarında önceki cemaat çalışmalarına yönelip farklı geleneklerin değerlendirilmesidir. Bu durum medya kullanımının mikro ve makro düzeyde incelenmesine fırsat sunmaktadır. Her iki gelenek arasındaki epistemolojik ve politik farklılıklar (Slack ve Allor, 1994) devam ettiği müddetçe yöndeşme iddiaları yöntemleri birleştirmekten öteye gidemeyecektir. Buna mukabil yöntemler arası benzeşme de iki kutuplu gelişen kitle iletişim araştırmasının birbirine yakınlaşmasını getirebilir (Yavuz, 2015:37). Her iki gelenek arasındaki epistemolojik ve politik farklılıklar (Slack ve Allor, 1994) devam ettiği müddetçe yöndeşme iddiaları yöntemleri birleştirmekten öteye gidemeyecektir. Buna mukabil yöntemler arası benzeşme de iki kutuplu gelişen kitle iletişim araştırmasının birbirine yakınlaşmasını getirebilir (Yavuz, 2015:37). İki geleneğin sentezi konusunda farklı fikirler olsa da zamanla yapılacak yeni çalışmaların alanın daha da berraklaşmasına katkı sunacağı düşünülmektedir. Kitle iletişim araştırmaları metodolojik ve epistemolojik geleneğinin varlığı üzerinde çalışmalar sürdürmektedir.

Her iki gelenek de medya, iletişim, toplum ve iktidar ilişkilerinin nasıl kavramlaştırdığını sorgulamakta ve kitle iletişim araçlarına yüklenen işlevsel ve ideolojik anlamın ne olduğu konuları üzerine çalışmalar yürütmektedir. Her iki gelenek aynı ve benzer konular üzerinde çalışma, araştırma ve sosyal deney yapmaları ortak noktalarını oluştururken, kullandıkları yöntem/yöntemler konusunda ayrılmaktadır. Elde edilen veriler ve araştırmalar neticesinde ortaya çıkan bulgular benzer veya aynı olabiliyorken, okuma biçimleri, yöntem ve yorumlama açıları aradaki nüansı oluşturmaktadır. İki gelenek arasında semiyotik ilişki olduğu söylenebilir. II. Dünya Savaşı sonrası yapılan deneysel araştırmalar sonrasında eleştirel gelenek kitle iletişim araçlarının güçlü etkiler olduğu fikrini rafa kaldırmış, ana akım gelenek de aynı şekilde kitle iletişim araçlarının sınırlı etkileri düşüncesinden uzaklaşmıştır. Bu gelişme her iki geleneğin bir anlamda medya hakkında ortak bakış açılarının var olduğunu göstermektedir.

## Sonuç

En ilkelinden günümüzde en gelişmiş kitle iletişim aracına kadar, bireyler ve toplumlar bu araçları gündelik yaşamında kullanmaktadır. Dolayısıyla her birey kitle iletişim araçlarının etkisine maruz kalmaktadır. Bu etki teknolojinin gelişimine paralel bir şekilde sürmektedir. Ortaya çıkan yeni medya araçları özellikle dijital ve sosyal medya platformları medyanın kullanım şekli bireysel alışkanlıkları değiştirebildiği gibi toplumsal yapıya da sirayet edebilmektedir. Ortaya çıkan etki sebebiyle kitle iletişim çalışmalarının tarihsel sürecine ve gelişimine bakıldığında çalışmaların büyük kısmında medyanın etkisi üzerine durulduğu gözükmektedir. Kitle iletişim araçlarının etki araştırmaları üç dönem şeklinde ele alınmaktadır. İlk dönemde kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri olduğu, ikinci dönemde ise sınırlı etkilere sahip olduğu, son dönemde ise ilk dönemdeki gibi güçlü medya etkiler üzerine olduğu üzerine durulmuştur. 'Suskunluk Sarmalı' teorisyeni Noelle-Neumann ise medyanın güçlü etkilerine geri dönülmesi konusunda çağrıda bulunmuştur (İrvan, 2012: 421). Kitle iletişim araştırmalarının merkezi Amerika'da 1940'lı yıllardan itibaren ana akım ve eleştirel yaklaşım arasında ortak bir paydada buluşma için birçok teorik ve pratik çalışmalar yapılmıştır. İletişim araştırmalarının yapıldığı ilk dönemde kitle iletişim araçlarının sonsuz ve etkili gücünün olduğu düşüncesi üzerinde uzlaşırlarken, yapılan yeni araştırma ve çalışmalar söz konusu medyanın etkili gücünün aslında sınırlı olduğu fikri oluşmuştur. 1960'lı yıllar ve sonrasındaki araştırmalarda ise kitle iletişim araçlarının güçlü olduğu tezi kabul görmüş zira medyanın etkilerinin ilk dönemdeki gibi doğrudan bir etkiye değil dolaylı etkiye sahip olduğu üzerinde durulmuştur. İletişim araştırmalarında Çoklu/Alternatif Görüşler şeklinde de tanımlanan bu üçüncü dönemde farklı görüşler sosyal teoriyle ilişkilendirilmiştir. Bütün bu süreç devam ederken yani kitle iletişiminde etki araştırmaları yapılırken birçok teorisyen tarafından farklı kuram ve yaklaşımlar üzerinde çalışılarak yaklaşımlar arası yöndeşme veya ortak bir noktada buluşma çalışmaları yapılagelmiştir. İki gelenek arasındaki yöndeşme çalışmalarını James Curran, yeni revizyonizm şeklinde ele almaktadır. Kitle iletişim araştırmalarında yöndeşme veya yeni revizyonizm çalışmaları iki dönem yapılan farklı proje ve araştırmalarla yol alınıp ilerlenmeye çalışılmıştır. Eleştirel ve ana akım geleneklerinin çeşitli ortak noktaları belki bulunabilir ama Curran'ın belirttiği gibi yeni revizyonizm içinde iki gelenek de ekonomik ve politik açıdan iktidarı kavramsallaştırması yöndeşmeye de sınırlamalar getireceği belirtmektedir. Temel olarak birbirinden farklı yöntemler kullanan iki gelenek bir noktada buluşabilir mi düşüncesi üzerine gelişen yöndeşme izleyici çalışmalarıyla yanıtlanmıştır. Eleştirel izleyici araştırmaları, ana akım izleyici araştırmalarını bazı yöntemlerini kullanmıştır zira bu araştırmanın değerinin yitirdiği anlamına gelmediği gibi temeldeki düşünceye hizmet etmiştir. Teknolojik gelişmeler ve İnternet'in kullanılmaya başlamasıyla hemen her mobil telefon kullanıcısının cebine giren sosyal medya ağlar ve küreselleşme toplumların ve bireylerin daha doğrusu tüm dünyada siyasette, ekonomide, kültürel ve kitle iletişim çalışmalarında, gazetecilik ve iletişim gibi pek çok disiplinde değişimleri ve gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Bu değişim ve gelişim toplum üzerinde araştırma ve incelemeler yapan bilim insanları, akademisyenleri ve teorisyenlerin

çalışmalarını yansıtmıştır. Artık yeni teknoloji ve internetle birlikte kitle iletişim araştırmalarının hem yöntemlerinde hem de parametrelerinde değişikliğe sebep olmuştur. Anaakım yaklaşımda kitle iletişim araçlarında vurgu noktası toplumsal etki üzerindeyken, eleştirel araştırmalarda ise üretilen anlamlar üzerinedir. Her iki kuramın bir ortak noktada buluşma çabaları yapılan çalışmalarla hedefine ulaşmadığını söyleyebiliriz. Bu durum günümüze doğru geldikçe araştırmalarda argümanların değişmesiyle daha da zorlaşmaktadır. Tarihsel süreç içinde iki yaklaşımın ortak paydada buluşması günümüze doğru geldikçe imkânsız hale gelmektedir. İngiltere’de ilk medya çalışmaları derecesinde ders veren James Curran, çağdaş gazetecilik, medya, medya-iktidar, medya-demokrasi iletişim, iletişim felsefesi toplum, kültür, medya çalışmaları ve internet alanlarında pek çok akademik çalışmaya imza atmıştır. Birçok makale, kitap bölümü, kitap eleştirisi kalem alan Curran’ın hali hazırda yirmiden fazla kitabı bulunmaktadır. Kitap bölümleri dışında hiçbir kitabı tam metin olarak Türkçeye çevrilmemiştir. Curran’ın iletişim araştırmalarına katkısı ise bu alanda yapılan çalışmalarda yöndeşmeye eleştiriler geliştirerek yöndeşmenin aslında yeni revizyonizm olduğu şeklinde argüman geliştirmesidir. 1940 ve öncesinde yapılan iletişim araştırmalarında izleyici/okur kitlenin bağımsızlığını ve özerkliğin de ön planda tutarak medyanın kabul edilen etkilerini bertaraf etmekte. Sonrasında yapılacak çalışmalarda ise bu bakış açısının yeni bir bakış olduğunu ve iletişim araştırmalarındaki eksiklikleri ortaya çıkarmada ipuçları sunmaktı. Buradaki yeni ise alandaki çalışmaların yöndeşme ile değil izleyicinin ve okurların da var olduğu revizyonizm olarak değerlendirilme çabasıdır. Bu çabanın kitle araştırmalarına da yeni bir ufuk açtığı düşünülmektedir. Curran’ın medya ile ilgili fikirleri ve yorumları medya analizlerinde ve çalışmalarının anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. James Curran, medyanın asıl görevinin ‘temsil aktörü’ rolünün olduğunu vurgulayarak medyanın farklı görüş, ideoloji ve çeşitli gruplardaki farklı fikirlerin topluma ulaştırabilecekleri bir zemin oluşturulması gerektiği görüşünü savunmaktadır. Bu zemin de ancak yine medya ile mümkün olabilmektedir. Çalışmamızda varılan sonuç ise Curran, yeni revizyonizm ile yeni bir perspektifle iletişim araştırmalarına yönelik geliştirici, yapıcı ve olgunlaştırıcı eleştirisiyle bir nevi entelektüel çalışmalara yönelik metateorik bir sorgulama geliştirmiştir. İletişim çalışmaları yeni revizyonizm bakışıyla yeniden değerlendirilmiş ve düşünsel rota üzerine katkılar verildiği görülmektedir.

## Kaynakça

- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1990). İletişim ve Toplum / Kitle İletişim Kuramları, Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Altun, S. (2007). Haber Söylemi, Değişkeleri: Cumhuriyet Mitingleri Ya Da Gelincik Devrimi Örnekleme. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Althusser, L. (2014). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (A. Tümertekin, Çev.), İthaki Yayınları.
- Ayten, A.(2014). “Yöndeşme ve Gazetecilik”. Yeni Medya Üzerine Vol.2: Yeni İletişim Teknolojileri. (M. Demir, Ed.), 93-120. Konya: Literatürk Aacademia Yayınları.
- Bağce, E. (2006). Frankfurt Okulu. Ankara: Doğ Batı Yayınları.
- Bek, M. G. (2003). Avrupa Birliği ve Türkiye’de İletişim Politikaları. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Bennett, T. (1982). “Theories of The Media, Theories of Society”. Culture, Society and The Media. (M. Gurevitch, Ed.), 30-55. London: Routledge.
- Bulut, Y . (2011). İdeolojinin Tarihçesi” . İstanbul University Journal of Sociology , 3 (23) , 183-206. Retrieved <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusosyoloji/issue/513/4695>. (Erişim Tarihi: 20.09.2020).
- Biology Dictionary, “Convergent Evolution Definition”. <https://biologydictionary.net/convergent-evolution/>. (Erişim Tarihi: 03.04. 2020).
- Cccb. <https://www.cccb.org/en/participants/file/james-curran/41841>. (Erişim Tarihi: 25.09.2020).
- Curran,J., Fenton, N. ve Freedman, D. (2016). Misunderstanding The Internet, Pedagogies: An International Journal, <http://dx.doi.org/10.1080/1554480X.2016.1209759>Published. (Erişim Tarihi: 17.09.2020).
- Curran, J. (1990). “The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal”. Sagepub. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323190005002002>. (Erişim Tarihi: 18.04.2020).
- Curran, J. (2005). “Kitle İletişim Araştırmalarında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası”. (M. Küçük, Çev.), Medya, İktidar, İdeoloji. 397-425. Ankara: Ark Yayınevi.
- Erdoğan, İ., Keloğlu, E. ve Durmuş, N. (2005). “Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve

Yönetimsel Araştırmalar”. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 20/2

Fejes, F. (2003). “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”. (M. Küçük, Çev.), Medya, İktidar, İdeoloji. 295-315. Ankara: Ark Yayınevi.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji / Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınları.

Gitlin, T. (2008). “Medya Sosyolojisi”. İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar. (S. Çelenk, Ed.), 19-67. Ankara: Deki Yayınları.

Gold. <https://www.gold.ac.uk/media-communications/staff/curran/>. (Erişim Tarihi:24.09.2020).

Güngör, N. (2016). İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Hall, S. (1980). “Cultural Studies and the Centre: Some Problematics and Problems”. Culture, Media, Language, (S. Hall, Ed.), 15-47. Hutchinson, London.

Hall, S. (2005). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Baskın Altına Alınan Geri Dönüş”. (M. Küçük, Çev.), Medya, İktidar, İdeoloji. 77-126. Ankara: Ark Yayınevi.

Hall, S. (2005) “Kodlama ve Kodaçım”. Söylem ve İdeoloji Mitoloji, Din, İdeoloji. (Z. Özarslan ve B. Çoban. Ed.), İstanbul: Su Yayınları.

Hall, S. (2014). “İdeoloji ve İletişim Kuramı”. Medya, Kültür, Siyaset. (S. İrvan, Ed.), 79-97. Ankara: Pharmakon Kitap.

Herdman, E. A. “Derleme Makale Yazımında, Konferans ve Bildiri Sunumu Hazırlamada Pratik Bilgiler”. Journalagent.[http://www.journalagent.com/kuhead/pdfs/KUHEAD\\_3\\_1\\_2\\_4.pdf](http://www.journalagent.com/kuhead/pdfs/KUHEAD_3_1_2_4.pdf). (Erişim Tarihi: 15.05.2020).

Hardt, H. (1999).Eleştirel’in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişim Araştırması”. (M. Küçük, Çev), Medya İktidar İdeoloji 15-76. Ankara: Bilim ve Sanat/Ark Yayınevi.

Heywood, A. (2016). Siyasi İdeolojiler. (L. Köker, Çev.), 10. Baskı, Ankara: BB101Yayınevi.

Hoişer, B. (2005). “İzleyicilerin Televizyon Programlarını Alımlayışı: Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirmeler”. Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma. (Ş. Yavuz ve Y. Yavuz Çev.), (Ş.Yavuz. Ed.) 105-129. Ankara: Vadi Yayınevi.

Jensen, K.B. ve Rosengren, K.E. (2005), “İzleyicinin Peşindeki Beş Gelenek”, Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma. (Ş. Yavuz ve Y. Yavuz. Çev.), (Ş.Yavuz. Ed.) 55-83. Ankara: Vadi Yayınevi

İrvan, S. (2012). Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann’ın Özgeçmişi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | İstanbul University Faculty Of Communication Journal, (6), Retrieved <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/luifd/Issue/22886/244845>. (Erişim Tarihi: 25.09.2020).

Işık, M. (2012). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya: Eğitim Kitapevi.

Jenkins, H. “Convergence? I Diverge”. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2001/06/01/235791/convergence-i-diverge/>. (Erişim Tarihi: 10.03.2020).

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.

Kejanlıoğlu, B.(1996). “İletişim Çalışmalarında Yöndeşme (Convergence) Tartışması” Yeni Türkiye, 1519-1528.

Mattelart, A. (1999). Mapping World Communication: War, Progress, Culture (S. Emanuel and J. A. Cohen, Trans.). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

McQuail, D. (1969), Mass Communication Theory: An Introduction (2nd ed.), Sage Publications, London.

McLellan, D. (1999). İdeoloji. (E. Özkaya, Çev.), Birinci Basım, Ankara: Doruk Yayıncılık.

Nalçaoğlu, N.T. (2010). Kitle İletişim Kuramları, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notları. [http://kitap/radyotelevizyonsinema\\_ue/kitleiletisimkuramlari.pdf](http://kitap/radyotelevizyonsinema_ue/kitleiletisimkuramlari.pdf). (Erişim Tarihi: 07.21.2020).

Pereira, M. M. “EU Competition Law, Convergence, and the Media Industry”. Ec.Europa.Eu. [https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2002\\_016\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2002_016_en.pdf). (Erişim Tarihi: 12.05.2020).

Schroeder, K. C. (1987), Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research. European Journal of Communication. Cilt 1, ss. 7-31.

Sever, N. (1998). “Kitle İletişim Araştırmalarında İki Yaklaşım: Liberal ve Eleştirel Kuramlar Farklılıklar ve Yakınlaşmalar”. Kurgu Dergisi 15, 44-53.

Shoemaker, P. ve Reese, S. (2014) “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”. Medya Kültür Siyaset. (S. İrvan, Ed.), 97-113. Ankara: Pharmakon Yayınları.

Slack, J. D. ve Allor, M. (1994). “Eleştirel İletişim Araştırmalarının Politik ve Epistemolojik Kökenleri”. (G. Seçkin, Çev.), Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 263-275.

Supa, W. S. (2009), The Origins of Empirical Versus Critical Epistemology in American Communication, American Communication Journal Vol11. [http://acjournal.org/journal/2009/Winter/Articles/110401%20Interactive\\_Nature.pdf](http://acjournal.org/journal/2009/Winter/Articles/110401%20Interactive_Nature.pdf). (Erişim Tarihi:25.09.2020).

Şeker, T , Uzun, B . (2018). Ciner Grubunun Ekonomi Politik Yapısı . İNİF E - Dergi , 3 (2) , 107-129 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/41264/462068>. (Erişim Tarihi: 09.18.2020).

Pazarbaş, M. (2013). Kitle İletişiminde Temel Kavramlar “Co-oryantasyon Modeli” . Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (19) , 127-140 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48076/607849>. (Erişim Tarihi: 09.19.2020).

Yaylagül, L. (2016) . Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları .

Yavuz, Ş. (2015). “Kitle İletişim Araştırmalarında Anadamar/Çoğulcu ve Eleştirel/Radikal Kuram Arasında Yöndeşme Tartışmaları”. Karadeniz Teknik Üniversite İletişim Araştırmaları Dergisi 5/1, 25-39.



## Google Analytics'in Ölçümlerle Birlikte İnternet Gazeteciliğine Getirdiği Yenilikler

Yusuf Ürkek

### Özet

Dijital teknolojilerin gelişimi, gazetecilik alanında kurumsal/ sektörel ve teknolojik yöndeşme türlerini de beraberinde getirmiştir. Bu yöndeşmeyle birlikte internet ve internet dolayimli araçlar ile özellikle gazetecilik alanı değişim ve dönüşümleri hissetmeye başlamıştır ve "internet gazeteciliği" türünü hayatımıza katmıştır. Geleneksel gazetelerden farklı olarak internet gazeteleri ile birlikte kullanıcılar sadece okuyucu değil aynı zamanda birer haber üreticisi haline gelmiştir. Gazetelere yorum yapabilmekte ve düşüncelerini dile getirebilmektedir. Tek taraflı iletişim bırakılmış, çok taraflı iletişime adım atılmıştır. Bunun yanında, geleneksel medyanın aksine internet gazeteleri; ses, görüntü, yazı, video, infografik, grafik gibi birçok materyali aynı içerik altında kullanabilmektedir. Metinler arasında hızlı dolaşıma imkân veren internet gazeteleri ile birlikte birçok içeriğe aynı anda ve uzam sınırlaması olmadan ulaşabilmektedir. Bu hızlı değişim ile birlikte gazeteler geleneksel medyanın aksine okuyucuya daha hızlı ulaşabilmektedir. Haberlerin yazılması ve okuyucuya sunulmasına kadar olan aşamalar değişime uğramıştır. Siteler için detaylı olarak trafik ölçümü yapılabilmesine ve bu trafiklerin belli zamanlar aralığında karşılaştırılabilmesine imkân tanıyan Google Analytics, Google'ın sunduğu bir servistir. Bu çalışmada digitalhaberler.com ve saglikmodu.com örnekleri üzerinden Google Analytics'in internet gazeteciliğine etkisi betimleme yöntemiyle aktarılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet gazeteciliği, ölçümlerle, google analytics, heat map, kullanıcı deneyimi.

## Innovations That Google Analytics Added To Internet Journalism With Measurement

### Abstract

The development of digital technologies has brought institutional / sectoral and technological convergence types in the field of journalism. It has added the "Internet journalism" type to our lives. Unlike traditional newspapers, it coexists with internet newspapers. He can comment on newspapers and express his thoughts. Unilateral communication is left, multilateral communication is taking steps. In addition, unlike traditional media, internet newspapers; can use many materials such as audio, image, text, video, infographic, graphic under the same content. Along with internet newspapers, many content can be accessed simultaneously and without space limitation. Unlike traditional media, it is moving faster to the reader. The stages until the writing of the news and the presentation to the reader have changed. Google Analytics is a service of Google. This analysis will be conveyed through the examples of digitalhaberler.com and saglikmodu.com with the method of describing the effect of Google Analytics on internet journalism.

**Keywords:** : Internet journalism, measurement, google analytics, heat map, user experience.

## I Giriş

21. yy iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte birçok alanda olduğu gibi gazetecilik alanı da değişim ve dönüşüme uğramıştır. Bu değişim ve dönüşüm, haber metninin yayınlanma yöntemlerinin yanında içeriklerin analizine kadar genişletilebilmektedir.

İnternet ile birlikte yeni bir gazetecilik türü olarak internet gazeteciliği ortaya çıkmıştır. Gazete sayfalarının birebir yayını olarak verilmesiyle başlayan internet gazeteciliği, daha sonrasında internetin sunduğu imkânlar paralelinde internete özgü olarak değişime uğramıştır. Basılı gazete sayfalarından farklı olarak içerik anlamında da değişimi beraberinde getirmiştir (Aral, 2019: 155).

Geleneksel medyada, bir gazetenin ilgili hedef kitleye ulaşip ulaşmadığı konusunda şüpheler varken, internet gazeteciliği ile hedef kitleye doğru zamanda ve doğru yerde ulaşım imkanı sağlanabilmektedir. İnternet gazeteciliği alanında yapılan birçok işlem daha önce yapılmış olan analizlere ve belli ölçümlere bağlıdır. Hedef kitlenin ayrıntılı analizine imkân veren internet teknolojileri ile siteye gelen kullanıcıların; siteyi kullanım davranışlarından, oturum sürelerine ve ilgi alanlarına kadar görülebilmektedir. Tüm bu veriler kapsamında haber metni üreticileri, sitelerini geliştirmekte ve bu geliştirmeler paralelinde; geri gelen (returning) kullanıcıları bünyesinde tutarken, yeni kullanıcıları siteye çekmekte savaş halindedir.

Siteler için detaylı olarak trafik ölçümü yapılabilmesine ve bu trafiklerin belli zamanlar aralığında karşılaştırılabilmesine imkan tanıyan Google Analytics, Google'ın sunduğu bir servistir. Herhangi bir ücret talep etmeyen bu servis web site yöneticilerinin hedef kitlenin beklentilerini anlayabilmesine olanak tanır ve doğru SEO analizlerinde de kullanılır. Firmalar tanıtım ve reklam kampanyalarıyla ilgili doğru adımlar atabilmek için Analytics servisini sık sık kullanır. Web sitesinde kullanıcıların ne kadar vakit geçirdiği, hangi sayfalarda daha fazla ziyaretçi bulunduğu, hangi anahtar kelimelerle siteye ziyaretçi geldiği gibi soruların cevaplarını veren Google Analytics, bir markayı dijitalde daha iyi bir noktaya taşıyan avantajlı bir hizmettir.

Bu çalışmada digitalhaberler.com ve saglikmodu.com örnekleri üzerinden Google Analytics'in internet gazeteciliğine etkisi betimleme yöntemiyle aktarılacaktır.

## I Yeni Medya Ve Gazetecilik

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik ve sosyolojik birçok alanda farklılık yaratırken radyo, televizyon, sinema, gazete alanlarında da değişimleri ve dönüşümleri meydana getirmiştir ve getirmeye devam etmektedir. İnternetle birlikte “etkileşimli olarak ses, hareketli görüntü, metin ve resim gibi içerikler taşınabilir duruma geldi. Bu yapısıyla internet, radyoyu, televizyonu, gazeteyi, dergiyi, mektubu, kısa mesaj imkânını, telefonu hatta üstelik görüntülü telefonu, vb. aklımıza gelebilecek bütün iletişim türlerini ve araçlarını bünyesinde barındırmaktadır” (Çakır, 2007: 125). Bu teknolojik yöndeşmeyle birlikte internet ve internet dolayimli araçlar ile özellikle gazetecilik alanı değişim ve dönüşümleri hissetmeye başlamıştır ve “internet gazeteciliği”ni hayatımıza katmıştır. Geleneksel gazetelerden farklı olarak, internet gazeteleri ile birlikte kullanıcılar sadece okuyucu değil, aynı zamanda birer haber üreticisi haline gelmiştir. Gazetelere yorum yapabilmekte ve düşüncelerini dile getirebilmektedir. Yani tek taraflı iletişim bırakılmış, çok taraflı iletişime adım atılmıştır. Bunun yanında, geleneksel medyanın aksine internet gazeteleri; ses, görüntü, yazı, video, infografik, grafik gibi birçok materyali aynı içerik altında kullanabilmektedir. Metinler arasında hızlı dolaşıma imkân veren internet gazeteleri ile

birlikte bir çok içeriğe aynı anda ve uzam sınırlaması olmadan ulaşabilmekteyiz.

*“Sözü edilen tüm online gazetecilik türleri web veya daha genelde internet ortamının bağlantılanabilirlik (hypertextuality), çokluortamlılık (multimediality) ve etkileşimlilik (interactivity) gibi olanaklarını kullanmak durumundadır. Online gazetecilik alanında faaliyet gösteren gazetecilerin geleneksel gazetecilerden farklı olarak internetin çokluortamlılık, etkileşimlilik ve hipermetin gibi sözü edilen temel internet araçlarını bilmesi ve kullanması gerekmektedir. Ayrıca bir online gazetecinin, hangi ortam ya da ortamların bir haberi en iyi aktarabileceğine karar verme, okurun tepkisi (feedback) için gerekli seçenekleri göz önünde bulundurma zorunluluğu da vardır. Hatta bazı haberleri etkileşimli kılma ve ötesinde tüm bu haberlerin başka haberlerle ilişkilendirilmesini, arşivlenmesini ve kaynaklarına ilişkin bilgilendirmesini, hipermetin içinde hiperlinkler ile gerçekleştirilmesi de söz konusudur” (Kırçıl ve Karagüler, 2018: 4).*

Teknolojide ortaya çıkan yöndeşme internet gazeteciliğinin temelini oluşturmaktadır. Yöndeşme, dijital medya ile birlikte yaşanan hareketlenme ve bu hareketlenmeyle beraber yaşanan yapısal dönüşümü anlatmaktadır. “Sayısallaşma ve yöndeşme sonucunda metin, ses, video, grafik, animasyon, fotoğraf, müzik gibi her tür iletişim öğesinin ortak bir platformda yayını ulusal ve uluslararası düzlemde olanaklı hale gelmiştir” (Yıldırım, 2010: 231). Bu değişimden en çok etkilenenler gazeteciler olurken medya sektörü de yakından etkilenmiştir. “Yöndeşme olgusunu mümkün kılan olgu ise sayısallaşmadır” (Yıldırım, 2010: 231). Sayısallaşmayı olanaklı kılan bit ve bytelardan oluşan teknolojik yapılanmalar ile birlikte yöndeşme mümkün kılınmıştır. “Sayısallaşma ve yöndeşme sonucunda metin, ses, video, grafik, animasyon, fotoğraf, müzik gibi her tür iletişim öğesinin ortak bir platformda yayını, ulusal ve uluslararası düzlemde olanaklı hale gelmiştir. Bu süreç enformasyonun çok yönlü bir biçimde üretilmesini ve aynı çok yönlülükle dağıtımını/sunumunu sağlamaktadır” (Yıldırım, 2010: 231). Yeni medya olanakları ile birlikte daha fazla göz önünde bulunan veriler ve bu verilerin alınması, kazanması, okunması ve kullanılması gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler ile birlikte gazetecinin hayatına girmiştir.

## I Sitelerin Sıcaklık Haritası - HeatMap

Heat Map (ısı haritası) uygulaması sayesinde haber içeriği üreticileri, kullanıcıların sitede hangi alanda daha rahat dolaştıklarını, hangi alanlarda zorlandıklarını ve sayfasının scroll edilme sıklığını (kullanıcının mouse ile bilgisayar veya mobil ekranında yapmış olduğu kaydırma hareketi) kolaylıkla ölçümleyebilmektedir. “Isı haritası bireylerin sayfada en çok yoğunlaştıkları bölgeleri seviye seviye görmeye yardımcı olur” (Yeniad ve diğerleri 2011: 158). “Bir web sitesini ziyaret eden bireylerin bilgi almak istedikleri konuda ya da gerçekleştirmek istedikleri herhangi bir etkinlikte sorun yaşamadan, site içinde kaybolmadan, kullanım esnasında herhangi bir rahatsızlık yaşamadan işlemlerini kolay bir şekilde yapması, web sitelerinin amacına ulaşması bakımından önemlidir. Pero (2003) bir web sitesinin başarılı ve etkili olması için kullanılabilir olması gerektiğini ifade etmiş ve eğer kullanıcı siteyi rahatlıkla kullanamazsa beklenen görevi başarı ile tamamlamadan ortamdan çıkacağını belirtmiştir” (Yeniad ve diğerleri, 2011: 149). Bu gibi durumların çözülmesi için kullanıcıların site içerisinde hareketlerinin izlenmesi gerekmektedir. Ölçümleme sonucunda kullanıcıların yaşadıkları sorunların nelerden kaynaklandığını analiz edip, düzeltme işlemleri yapılabilmektedir. Düzeltme işlemleri sonucunda kullanıcıları sitede daha fazla tutma ve işlem gerçekleştirmesini sağlama imkânı doğmaktadır.

Örneğin; bir haber sitesinin heat map ile ölçülmesi sonucunda, yazılımcılar kullanıcının, sayfasının hangi kısmında daha fazla dolaştığını görüntüleyebilmektedir. Bu bilgi yoluyla da haber üreticisi daha fazla okuma sağlanabilmesi için haber içeriği koyabilmektedir ya da kullanıcı tarafından sitenin

hangi kısımları daha fazla izleniyorsa o kısımlara markalar ile anlaşılabilir sponsorlu reklam girebilmektedir. Böylelikle de kullanıcıyı daha fazla sitede dolaştıracak etkinlikler sağlarken ticari amaçla da yönetebilmektedir.

Bu ısı haritası, internet gazeteleri için kullanıcının web sayfası üzerinde zorlandığı alanları tespit edip daha kullanışlı hale getirmelerine yararmaktadır. Örneğin; haber içeriği bulunan bir sayfada eğer başlık üzerinde kırmızı renk daha yoğun çıkarsa, başlık kısmında kullanıcının zorlandığını gösterir ve haber üreticileri müdahale edebilir.

## I Kullanıcı Deneyimi Ve Ölçümleme

İnternet üzerinden herhangi bir arama ile haber sitesine gelen kişiler “kullanıcı” olarak tanımlanmaktadır. Bu kullanıcılar haber siteleri içerisinde birçok işlem gerçekleştirmektedir; enformasyon dolaşıma takılmaktadır ve enformasyonu dolaştırmaktadır. Haber sitelerine gelen bu kullanıcıların verileri ve site içerisinde gerçekleştirdikleri hareketleri; kullanıcı deneyimi ve ölçümleme için tutulmaktadır. Bu kullanıcılar; tüketen, üretken, prosumer (üreten tüketici) (Mosco ve Fuchs, 2019: 35) olarak ayrılmaktadır. Haber siteleri üzerinden gidildiğinde; tüketen kullanıcı bilgiyi alır ve çıkar. Üretken kullanıcı ise aynı zamanda haber üreticisidir. Prosumer (üreten tüketiciler) ise haber içeriklerini tüketirken haber içeriğini nasıl oluşturacağını bilir ve haber üretim aşamasına katılır. Dijital ortamların genişlemesi ile birlikte haber içeriğine ulaşan ve haber içeriği yaratan kullanıcı türlerinde de artışlar orantılı olarak genişlemektedir. Kullanıcı türü ne olursa olsun, dijital ortamda bulunan her kullanıcının (ister tüketici, ister üretici, isterse üreten tüketici olsun farketmiyor) verileri alınmaktadır ve bu veriler sistemleri geliştirmek için kullanılmaktadır. Bu ölçümlenmelerin yapılması literatürde tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Bir yandan Michel Foucault'nun gözetim kavramını (Gözdel, 2012: 24-25) bizlere hatırlatırken bir yandan da demokratikleşme sürecinde rol oynamaktadır.

*“Modern anlamda kapitalist iktidar, geçmişteki iktidar biçimlerinden daha etkin bir biçimde toplumsal denetimin sağlanması sürecinde “göz”ü aşırı bir biçimde vurgulamıştır, görünmeden gören iktidar ile toplum “göz”ün baskısıyla tahakküm altına alınır. Gözetim, iktidarın temel denetim biçimlerinden birisi haline gelirken, “göz” de önemli bir iktidar organına dönüşür. Kapitalist üretim süreçlerinde de göz merkezi bir önem kazanmıştır, ayrıca kapitalist tüketim kültürünün gelişiminin sonucunda göz toplumsal anlamda tüketimci bir biçim kazanmıştır. Göz özneyi iktidarın belirleyiciliğinde hem üreten hem de tüketen kültürün düğüm noktasıdır” (Çoban, 2019: 1).*

Yeni medya teknolojilerinin, gazetecilik alanına getirdiği etkileşimsel/interaktiflik, multimedia (çoklu ortam), hyperlink (metinler arası geçiş) gibi bir çok özelliğinin yanında, ölçümleme ve analiz yapma imkânı ile veriye daha hızlı ulaşma ve anlık olarak kontrol etme gibi özellikleri de mevcuttur. Bu ölçümlenmeler ile birlikte haber sitelerinin ilk halinden eser kalmamıştır ve bu veriler doğrultusunda web sayfaları daha fazla kullanıcı deneyimine uygun geliştirilmiştir. Kullanıcı deneyiminin ayrıntılı ölçülmesi ile birlikte içeriklerde de farklılaşmalar meydana gelmiştir. Örneğin, ana akımda verilen bir haberin aynı haber üreticisine ait internet gazetesinde verilmemesi... İçerikler, içeriklerin kullanım biçimleri, web sitesinin tasarımı, renkleri, sayfa biçimleri haber sitesinin hedef kitlesine ve deneyimine uygun bir şekilde geliştirilmesini ve hedef kitlede yani okuyucuda sadakat oluşturulmasını sağlamıştır. Haber sitesine gelen kullanıcılar; kullanıcılar, geri dönen kullanıcılar ve yeni kullanıcılar olarak üç grupta tutulmaktadır. Geri gelen kullanıcılar verisi; siteye daha önceden gelmiş, aradan zaman geçtikten sonra tekrar ve tekrar siteye gelmesini ifade etmektedir. Yeni kullanıcılar verisi ise daha önceden haber sitesine uğramamış, ilk defa siteye gelen kullanıcıları tutmaktadır. Kullanıcılar verisi, siteye gelen bütün kullanıcıları içermektedir. Burada önemli olan, yeni kullanıcıyı sadık (sürekli ziyaret eden kullanıcı) kullanıcı haline getirip geri gelen

kullanıcılar verisi içerisine sokmaktır. Tüm içerik üreticilerinin önem verdiği konu, yeni okuyucuları siteye çekmenin yanında geri gelen (returning) okuyuculardır. Bu kullanıcılar siteye bağlıdır ama içerik üretilen sitede kendisine ait bir şey bulamadığında da kopma eğilimini de hep içlerinde taşımaktadır. Bu nedenle haber içeriği üreticileri returning kullanıcıları kaybetmemek adına bu kullanıcılardan aldığı veriler ve izlenimler yoluyla kullanıcıya uygun içerikler tasarlamaktadır.

### I Ölçümlene Aracı Olarak Analytics

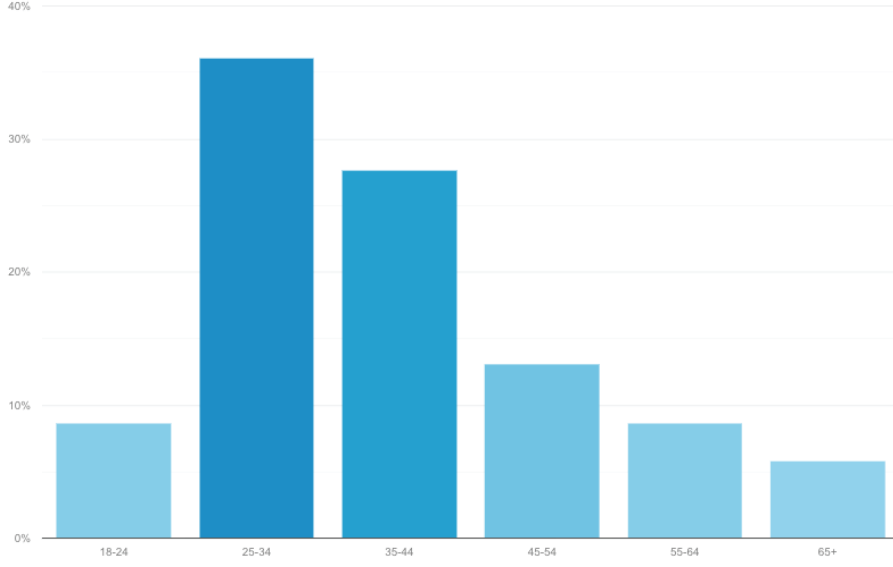
Analytics, web siteye entegre edilen ve siteye gelen trafikleri kapsamlı bir şekilde ölçmeyi sağlayan Google platformudur. Siteye entegre edildikten ve teknik işlemler yapıldıktan sonra medya metni üreticileri bir kullanıcının sitedeki davranışlarını kolaylıkla analiz edebilmektedir. Bu analiz sonucunda, elinde bulunan veriler ile haber içeriği üretiminde geliştirmeler yapabilmektedir. Bu ölçümlene sistemleri, okuyucunun bir sitede yaptığı işlemleri (bu işlem sadece fare hareketi de olabilir) kaydetmektedir. Analytics'i web sayfasına entegre etmenin kısa bir işlemi bulunmaktadır. Analytics'e Gmail hesabı üzerinden giriş yapılmaktadır. Giriş yaptıktan sonra; hesap adınızı girip ilerleme sonucunda siteye eklemeniz gereken bir parça kod sunmaktadır. Bu kod, izleme kodu olarak yer almaktadır. Web sitesinin bütün sayfalarının "head" etiketleri (yazılım kodları) arasına yapıştırdıktan sonra; siteye gelen kullanıcılar hakkında veri toplamaya başlayacaktır. Analytics bütün web sitelerine entegre edilebilmektedir (sadece belli sitelere entegre edilmesi söz konusu değildir). E-ticaret, form toplama, bilgi akışı sağlayan v.b. bütün siteler Analytics platformunu kullanabilmektedir. Analytics üzerinden ne gibi verilerin alındığı aşağıda sıralanmıştır;

### I Gerçek Zamanlı Veriler

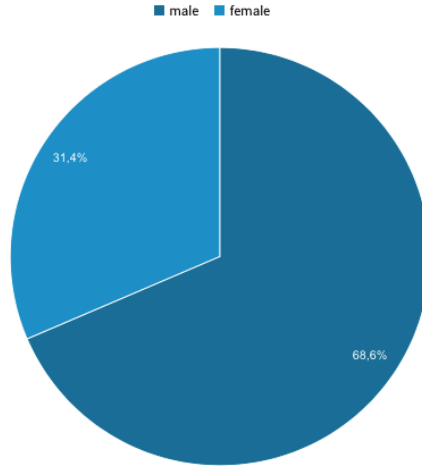
Haber içeriği üreticileri için anlık olarak izleme imkânı vermektedir. Örneğin; bir son dakika haberi girildiğini düşünelim. Geleneksel medyaya baktığımızda televizyonda reytingler üzerinden, gazetede ise tiraj üzerinden ölçme imkanı vardır. Bu platform ile anlık olarak siteye kaç kullanıcı geldiğini ve girilen son dakika içeriğinde kaç kullanıcı olduğunu ve anlık olarak gelen kullanıcıların hangi cihazdan, hangi yerlerden, hangi trafik kaynağından geldiklerini, bu kullanıcıların sitede yüzdelik olarak aktif olma özelliklerini kontrol etme imkânı vardır. Bir kullanıcının site içerisinde girdiği andan çıktığı ana kadar bütün hareketlerini anlık olarak izleme olanağını haber üreticilerine verebilmektedir.

### I Demografik Veriler

Haber metni üreticileri sitelerine gelen kullanıcıların hangi yaş aralığında olduğunu ve cinsiyetlerini görebilmektedir. Bu yaş ve cinsiyet verilerine uygun olarak sitelerinde ve içeriklerinde yenilikler ve düzenlemeler yapabilmektedir. Araştırmaya göre 25-34 arası kullanıcı yoğunluğu fazla olan "Digital Haberler" bu yaş aralığının diliyle, anlayışıyla ya da sevdiği içeriklere uygun olarak yayın yapabilmektedir. "Sağlık Modu" ise Analytics üzerinden yaptığı analiz sonucunda elde ettiği cinsiyet grafiğine göre kadınlara özel içerikler üretebilmektedir.



*Grafik 1: Digital Haberler'in Yaş Grafiğidir. Siteye Gelen Kullanıcılar En Fazla 25-34 Yaş Aralığına Sahiptir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*

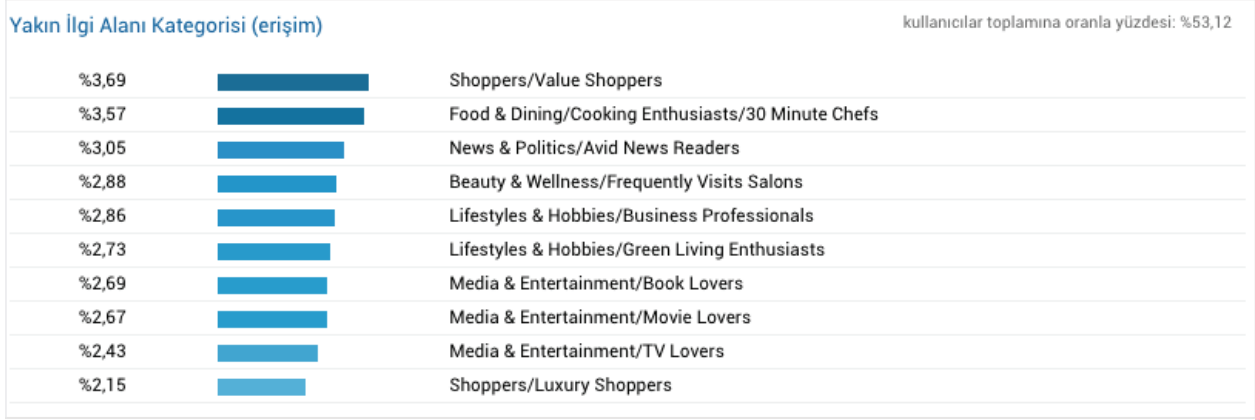


*Grafik 2: Sağlık Modu'nun Cinsiyet Grafiğidir. Siteye En Fazla Gelen Kullanıcılar %68,6 Oranında Erkeklerdir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*

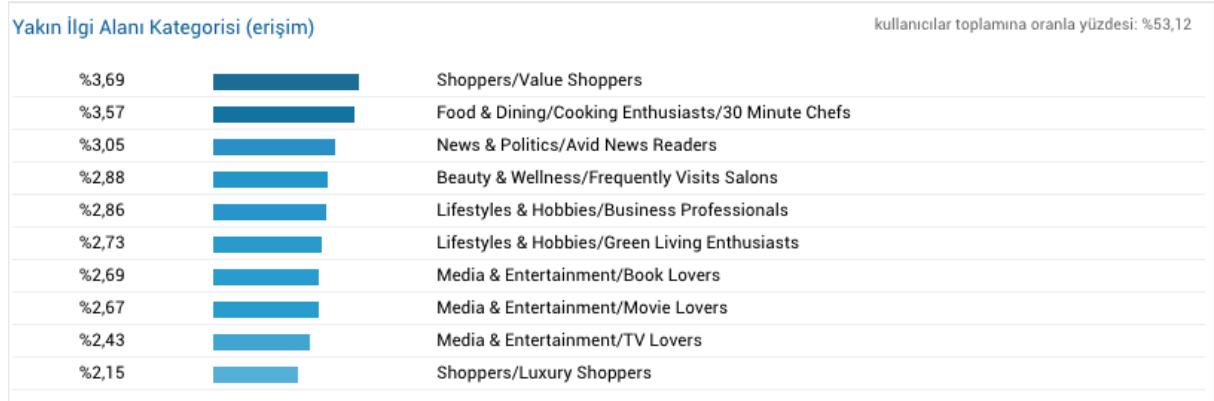
## İlgi Alanları

Haber metni üreticileri, web sitelerine gelen kullanıcıların, Google'da daha önce yaptığı ve sitede gerçekleştirdiği etkinliklere göre ilgi alanlarını görebilmektedir. Yüzdelik dilimde en fazla olan ilgi alanlarına göre haber içeriklerini genişletebilmektedir ve daha fazla ilgili kullanıcıyı siteye çekebilmektedir. Digital Haberler ve Sağlık Modu'nun web sayfasına gelen kullanıcıların ilgi alanları benzerlik göstermektedir. Her iki web sitesi de ilgi alanı yoğunluğuna göre içeriklerinde bu kategorilere ağırlık vermektedir.





*Grafik 3: Digital Haberler Sitesine Gelen Kullanıcıların Yakın İlgi Alanı Kategorilerinin %'lik Gösterimi. Siteye Gelen Kullanıcıların İnternet Üzerinde Göstermiş Olduğu En Yoğun İlgi “Shoppers/Value Shoppers” Kategorisine Aittir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*



*Grafik 4: Sağlık Modu Sitesine Gelen Kullanıcıların Yakın İlgi Alanı Kategorilerinin %'lik Gösterimi. Siteye Gelen Kullanıcıların İnternet Üzerinde Göstermiş Olduğu En Yoğun İlgi “Shoppers/Value Shoppers” Kategorisine Aittir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*

## I Coğrafi Veriler

Dil ve yer verileri, haber metni üreticileri için önem arz edebilmektedir. Okuyucuların hangi coğrafi bölgeden ve hangi dili kullanarak geldiğini görebilmektedir. Bu verilere göre sitelerine farklı dil desteği koyabilmekte ve daha fazla okuyucuyu sitelerine çekebilmektedir. Örneğin; Türkçe içerikli bir siteye İngiltere’den de gelen okuyucu sayısı fazla ise İngilizce dil desteği koyarak daha fazla okuyucuyu hedefleyebilmektedir. Ülke bazında kaç okuyucu geldiğini görmenin yanında hangi ilden geldiğine kadar inebilmektedir. Digital Haberler Analytics verilerine göre İstanbul ilinden gelen kullanıcı sayısı diğer illere göre daha fazladır. Sağlık Modu’nda ise arama motorunu Türkçe kullanan kişi sayısı daha fazladır. Digital Haberler bu verilere göre İstanbul iline ağırlıklı olarak ilerlemektedir. Sağlık Modu da Türkçe arama motoruna uygun içerik üretmeye ağırlık vermektedir.

Bölge ?	Edinme	
	Kullanıcılar ? ↓	Yeni Kullanıcılar ?
	<b>55.465</b> Toplam Yüzdesi: %96,94 (57.215)	<b>48.475</b> Toplam Yüzdesi: %96,69 (50.137)
1. İstanbul	<b>20.136</b> (%35,59)	<b>17.123</b> (%35,32)
2. Ankara	<b>7.855</b> (%13,88)	<b>6.720</b> (%13,86)
3. İzmir	<b>4.989</b> (%8,82)	<b>4.387</b> (%9,05)
4. Adana	<b>2.513</b> (%4,44)	<b>2.210</b> (%4,56)
5. Bursa	<b>2.494</b> (%4,41)	<b>2.169</b> (%4,47)
6. Antalya	<b>1.921</b> (%3,40)	<b>1.705</b> (%3,52)
7. Konya	<b>1.205</b> (%2,13)	<b>1.035</b> (%2,14)
8. Gaziantep	<b>1.085</b> (%1,92)	<b>888</b> (%1,83)
9. Kocaeli	<b>998</b> (%1,76)	<b>862</b> (%1,78)
10. Diyarbakir	<b>907</b> (%1,60)	<b>803</b> (%1,66)

Tablo 1: Digital Haberler'in İl Bazında Kullanıcı Sayılarıdır. Kullanıcılar En Fazla Türkiye'nin İstanbul İlinden Siteye Gelmektedir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.

Dil ?	Edinme	
	Kullanıcılar ? ↓	Yeni Kullanıcılar ?
	<b>57.215</b> Toplam Yüzdesi: %100,00 (57.215)	<b>50.158</b> Toplam Yüzdesi: %100,04 (50.137)
1. tr-tr	<b>47.119</b> (%82,08)	<b>40.712</b> (%81,17)
2. tr	<b>6.146</b> (%10,71)	<b>5.664</b> (%11,29)
3. en-us	<b>2.609</b> (%4,54)	<b>2.330</b> (%4,65)
4. en-gb	<b>269</b> (%0,47)	<b>246</b> (%0,49)
5. ar-ae	<b>253</b> (%0,44)	<b>249</b> (%0,50)
6. en	<b>173</b> (%0,30)	<b>149</b> (%0,30)
7. de-de	<b>96</b> (%0,17)	<b>96</b> (%0,19)
8. ru-ru	<b>89</b> (%0,16)	<b>89</b> (%0,18)
9. c	<b>78</b> (%0,14)	<b>78</b> (%0,16)
10. ar-eg	<b>62</b> (%0,11)	<b>62</b> (%0,12)

Tablo 2: Sağlık Modu'nun Dil Bazında Kullanıcı Sayılarıdır. Kullanıcılar Arama Motorunu En Fazla Türkçe (TR) Ağırlıklı Kullanmaktadır, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.

## Cihazlar

Haber metni üreticileri, internet sitesine gelen okuyucuların hangi cihazdan geldiklerini analiz etme şansına sahiptirler. Mobil, bilgisayar ve tablet olarak ayrılan bu analiz sürecinde hangi cihazdan daha fazla okuyucu geliyorsa o cihazdaki performanslarını arttırmak için atılımlar yapma imkânına sahiptir. Mobilden gelen kullanıcıların ise hangi telefon modelinden geldiğini de analiz edebilmektedir.

Bu bilgiler ışığında cihaza uygun olarak web sayfalarını düzenleyebilmektedir. Telefon modeline uygun geliştirdiği web sayfası dizaynı ile daha fazla kullanıcıyı siteye çekebilmektedir ve sitede zaman geçirmesini sağlamaktadır.



## I Sosyal Medya Verileri

“Sosyal medya, bilginin, farklı bakışların/düşüncelerin ve deneyimlerin kamu oluşumlu web sitelerince paylaşımına olanak sağlayan ve internet dünyasını hızla hayatımıza yerleştiren bir uygulama alanıdır” (Weinberg, 2009: 1). Bu nedenle haber metni üreticileri için sosyal medya kullanımı ve sosyal medyadan internet sitesine gelen okuyucular önem teşkil etmektedir. LinkedIn, Instagram, Facebook, Youtube gibi mecralardan siteye hangi aralıkta, kaç kullanıcı geldiğini ve bu kullanıcıların site içerisinde gerçekleştirdiği oturum sayısını ve ortalama oturum süresini görebilmektedir.

Sosyal Ağ	Oturum
Facebook	8.479
Instagram	75
YouTube	37
Instagram Stories	35
LinkedIn	20
Twitter	9
Facebook Apps	1

*Tablo 3: Digital Haberler’in Sosyal Medyadan Gelen Oturum Verileridir. Siteye Gelen Kullanıcılar En Fazla Facebook Platformundan Görüp Siteye Gelmektedir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*

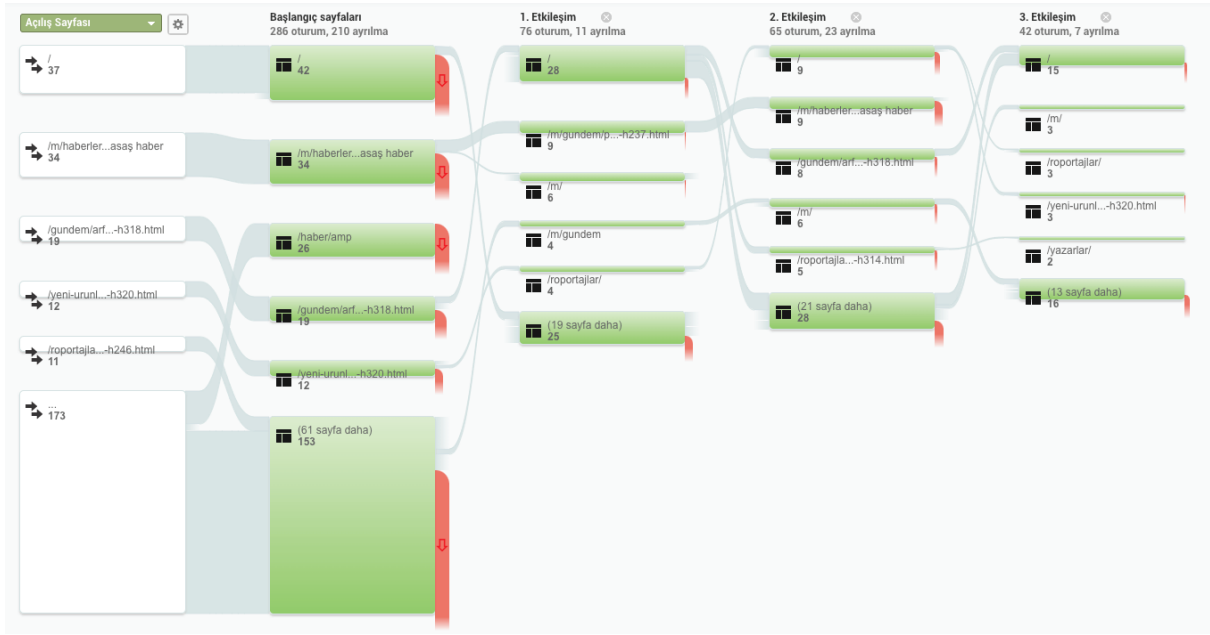
Sosyal Ağ	Oturum
Facebook	32
Instagram	16
Twitter	15
Instagram Stories	10
YouTube	6

*Tablo 4: Sağlık Modu’nun Sosyal Medyadan Gelen Oturum Verileridir. Siteye Gelen Kullanıcılar En Fazla Facebook Platformundan Görüp Siteye Gelmektedir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.*

Digital Haberler ve Sağlık Modu sitelerine gelen kullanıcıların geldikleri kanallardan birisinin analizi ise sosyal medyadır. Bu analiz sonucunda kullanıcılar en fazla Facebook ve Instagram üzerinden siteye gelmektedir. Digital Haberler ve Sağlık Modu bu veriler ışığında Facebook ve Instagram sayfasını daha aktif kullanmaktadır.

## I Davranış Akışı

“Davranış Akışı raporu, kullanıcıların bir sayfa veya Etkinlik’ten diğerine geçerken izledikleri yolu görselleştirir. Bu rapor, kullanıcıların sitenizle etkileşimi sürdürmelerini sağlayan içeriklerin hangileri olduğunu saptamaya yardımcı olabilir. Davranış Akışı Raporu ayrıca, olası içerik sorunlarını belirlemenize yardımcı olabilmektedir” (Davranış Raporu Hakkında, Google Yardım, <https://support.google.com/analytics/answer/2785577?hl=tr>)



Grafik 5: Digital Haberler Davranış Akışı Raporudur. Kullanıcıların Siteye Geldikten Sonra İzledikleri Yol Haritasıdır, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.

Davranış Akışı raporunu kullanan Digital Haberler, bu veriler sayesinde kullanıcıların hangi aşamada siteden ayrıldığı ve günlük olarak hangi içerikten farklı bir içeriğe geçtiğini ayrıntılı olarak kontrol etmektedir. Bunun yanında hangi aşamada kullanıcıların daha yoğun bulunduğunu analiz etmektedir.

## Site Hızı

Site hızı raporlarında, kullanıcıların içeriklerinizi görme ve onlarla etkileşime geçme hızı gösterilir. Geliştirme gereken alanları tanımlayabilir ve daha sonra, bu geliştirmelerin ölçüsü izlenebilir. Site hızının düşük olması kullanıcının siteden çıkmasına ve kullanıcının kaybedilmesine neden olmaktadır. Analytics üzerinden sitenin ve sayfaların hızları hakkında bilgi alabilmektedir ve hızlarını daha iyi konuma çekebilmektedir.

Tarayıcı	Ort. Sayfa Yükleme Süresi (sn)
1. Safari	1,41
2. Chrome	14,24

Tablo 5: Sağlık Modu'nun Tarayıcıya Göre Ortalama Sayfa Yükleme Süreleri. Chrome Üzerinden Gelen Kullanıcılar Sayfanın Yüklenmesini Daha Fazla Beklemektedir, 05.05.2020 Tarihinde Alınmıştır.

Site hızı verileri üzerinden hareket eden Sağlık Modu, tarayıcının teknik bilgileri ışığında web sitelerinde sayfaların yüklenme sürelerini hızlandırmak için yaptıkları teknik düzenlemeler ile daha hızlı ve daha fazla kullanıcıyı sitelerine çekebilmektedir.

## I Zaman Verileri

Kullanıcıların hangi günlerde ve hangi saatlerde siteye yoğunlukla geldiğini görebilmek bütün içerik üreticileri için önemlidir. İçerik üreticileri Google Analytics ile gün ve saat olarak raporlar alınabilmekte ve bu raporlar sayesinde içerik üretimini gün ve saatlere göre yoğunlaştırabilmektedir. Digital Haberler sitesine gelen kullanıcı sayısı Pazartesi - Cuma günleri arasında 07:30 - 11:00 saatleri içerisinde daha yoğunluktayken hafta sonu saat bazında değişiklik göstermektedir Sağlık Modu sitesine gelen kullanıcı sayısı Pazartesi - Cuma günleri arasında 08:00 - 13:00 saatleri içerisinde daha fazla yoğunluktadır. Her iki site de bu saatler arasında daha fazla içerik girmektedir. Bunun yanında Pazartesi - Cuma günleri arasında içerik girilmesine daha ağırlık vermektedir.

## I Sonuç

Yeni medya araçları gazetecilik alanında verileri toplama ve bu verileri analiz etme, kullanma imkânı vermiştir. İnternet gazetesi sahipleri sitenin sıcaklık haritasını çıkarıp kullanıcıların hangi alanlarda zorluk çektiklerini görüp yenilikler getirebilmektedir. Bunun yanında Google Analytics gibi araçlar ile kullanıcıların sitede gerçekleştirdiği bütün davranışları anlık olarak ya da daha sonradan geçmiş verileri görüp analiz edebilmektedir. Bu veriler ile haber içeriklerinde yenilik getirip, hedef kitleye uygun içerikler üretebilmektedir. Bu veriler arasında; hangi yaş aralığından, hangi cinsiyetlerden daha fazla kullanıcı geldiğinin yanında daha ileriye gidip hangi metinlerin, videoların, infografiklerin, v.d. izlendiğini ve okunduğunu görebilmektedir. Hangi ülkeden ve ilden daha fazla kullanıcıyı siteye çektiğini görüp bu ülke ve iller için sitede dil açısından yenilikler yapabilmekte ve gelen kullanıcı sayısını anlık olarak yükseltebilmektedir. Bu gelen kullanıcıların ilgi alanlarını (geçmişte ve şimdi tarayıcılarda ve sitede gerçekleştirdiği davranışlar yoluyla) görmekte ve bu ilgi alanlarına göre haber içerikleri üretebilmektedir. Günümüzde önem teşkil eden sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanabilmekte ve hangi sosyal medya mecrasından daha fazla kullanıcı geldiğini görüp o sosyal medya mecrasında paylaşımlarını arttırabilmektedir. Günün hangi saatlerinde daha fazla kullanıcı geldiğini analiz edip o saatlerde daha fazla içerik üretebilmektedir.

Tüm bu analiz süreçleri reklamcılık alanında da yeni kapı açmıştır. Belli hedef kitleye sahip internet gazetesinin sayfalarında reklamlar ile karşılaşma durumumuz söz konusudur. Reklam veren markalar kendi hedef kitlesini bilen internet gazeteleriyle yakından çalışıp, reklam hizmetlerini genişletebilmekte ve bu teknik ile de markalar spesifik hedef kitesine gösterim, tıklama, dönüşüm gerçekleştirme üzerinden ödenen düşük bütçeler ile kendi sitelerine kullanıcı çekebilmektedir. Bu analizler sonucunda kullanıcıların; geri gelen (returning) ve yeni kullanıcılar olarak ayrımını yapabilmektedir. Bu kullanıcıların sitede gerçekleştirdiği oturum sürelerini görebilmekte ve hemen çıkma oranlarını tespit edebilmektedir. Düşük olan süreleri uzatmak için; web sitesinde kullanıcın gezinmesi için "hyperlinkleri" arttırarak daha fazla kalmasını sağlayabilmektedir. Çünkü bir sitede kullanıcı ne kadar uzun kalır ve ilgi gösterirse, Google o siteyi daha önemli görebilmektedir. Sayısallaşma ile birlikte arama motorlarının optimizasyon önerileri de gazete pratiklerinin değişmesine neden olmuştur. İnternetin cazip fırsatlarını gören medya organları, 1995 yılından itibaren internete girmeye başlamıştır. Daha kısa sürede, daha düşük maliyetlerle, daha fazla kullanıcıya ulaşım imkanı veren internet, aynı zamanda reklamcılık alanında gazetelerin kullanılmasının da önünü açmıştır. Bu fırsatı yakalamak isteyen online gazeteler arama motorlarının optimizasyon önerileri bağlamında SEO tekniğini öğrenmeye ve sistemlerinin içine katmaya başlamıştır.

İnternet, birçok analiz programı ile web sayfalarının takibinin yapılmasını sağlatmaktadır. Bu analiz programlarının başında, Google platformu olan "Analytics" gelmektedir. Bu programı sitelerine entegre eden internet gazeteleri, site içerisine kullanıcı hareketlerini, davranışlarını ayrıntılı olarak analiz edebilmektedir. Bu analizler sonucunda, sitelerini kullanıcılara uygun hale getirebilmektedir. Aynı zamanda haber içeriklerini kullanıcının ilgisini çekebilecek düzeye getirebilmektedir. Analytics aracı, kullanıcıların verileri üzerine hareket etme imkânı vermektedir. Geleneksel medyanın aksine, kullanıcıları spesifik olarak ölçümlene imkanı veren Analytics aracı ile internet gazetecileri, bu verileri analiz ederek haber üretim ve haber içerik kısımlarında yeniliğe gidebilmektedir. Geleneksel medyada yaşanan okuyucu ölçümlene ile ilgili sıkıntılar, internet ile birlikte daha kolay ve basit olmaya başlamıştır. Kullanıcı davranışlarını analiz edebilen internet gazeteleri; yaş, cinsiyet, davranış

raporu, cihaz kullanımı, coğrafi bilgileri, site hızları, site içerisinde aranan içeriklerin ve sosyal medya verileri gibi birçok rapora aynı anda ulaşabilmektedir. Haber üretimi yapan ve dolaşıma sokan internet gazetelerinin göz ardı etmemesi gereken bir husus; bu yöndeşme ve hareketlenmeye ayak uydurup, Google Analytics gibi veri analiz programlarını sıklıkla kullanmaları ve kullanıcı davranışına uygun olarak içerikler üretmeleridir. Diğer bir husus ise, bu analiz programlarının haber üretimi yapan kişilere ayrıntılı bir şekilde öğretilmesi ile birlikte firma içerisinde yoğun kullanıma teşvik etmelerini sağlamaktır. Bu nedenle basılı gazetelerden farklı olabilmek için haber üretiminden haber yayınlanmasına kadar olan bütün aşamalarda analiz programlarının sıklıkla kullanılması gerekmektedir.

## Kaynakça

- Aral, E. (2019). Yeni bir haber mecrası olarak internet gazeteciliği: Facebook ve Twitter kullanımları üzerine bir araştırma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 153-175.
- Christian, F. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Retrieved Ocak*, 8(2014), 28123-149.
- Çoban, B. (2009). Yeni Panoptikon Gözün İktidarı ve Facebook. *Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 10, 1-18.
- Emel, A. R. I. K. (2013). *Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği*.
- Etkeser, E. (2015). *Türkiye’de internet gazeteciliği ve etik (Master’s thesis, İstanbul Ticaret Üniversitesi)*.
- Foucault, M. (2011). *Özne ve İktidar*. Ayrıntı Yayınları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Jan Van, D. (2018). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Kafka, Epsilon Yayınevi.
- Karlıdağ, S. (2013). *Ekonomi Politik Açısından Kisisel Verilerin Korunması*. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1).
- Korkmaz, A. (2009). *İnternet gazeteciliğinin kamuoyu oluşumuna etkisi*. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2).
- Mosco V. Christian F. (2019). *Medya, Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü*. Cev. Funda Başaran. İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Özdel, G. (2012). *Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği Ve “Panoptikon” İle “İktidarın Gözü” Göstergeleri*.
- Özer, İnce E., & Yılmaz, E. Ö. (2019). İfade özgürlüğü bağlamında sosyal medyanın olanakları ve sınırlılıkları. *Journal of International Social Research*, 12(64).
- Yaylagül, L. (2018). Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 134-152.
- Yeniad, M., Mazman, S. G., Tüzün, H., & Akbal, S. (2011). Bir Bölüm Web Sitesinin Otantik Görevler ve Göz İzleme Yöntemi Aracılığıyla Kullanılabilirlik Değerlendirmesi. *Journal of Kirsehir Education Faculty*, 12(2).
- Yıldırım, B. (2010). *Gazeteciliğin dönüşümü: yöndeşen ortam ve yöndeşen gazetecilik*. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(2), 230-253.

## Öğretmen Ve Yöneticilerin İlkokul Ve Ortaokullardaki Rehberlik ve Psikolojik Danışma Servislerinin Çalışmalarına İlişkin Görüşleri

*Prof. Dr. Kemal KAYIKÇI  
Ümran TURAN*

### Özet

Türkiye’de eğitim sistemindeki uygulamalar incelendiğinde, sistemin daha çok öğrencilerin akademik başarısına odaklandığı görülmektedir. Oysa eğitimin amacı öğrencinin yalnızca başarısını yükseltmek değildir. Milli Eğitim Temel Kanunu’nda öğrencinin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda uygun bir mesleğe yöneltilmesi; sağlıklı ve dengeli bir beden ve ruh yapısına sahip bireyler yetiştirilmesi hedeflenmektedir. Ancak bu hedefin gerçekleşmesi sağlıklı işleyen bir rehberlik servisi ile mümkündür. Bu araştırmanın amacı, rehber öğretmen ve diğer öğretmenler ile okul yöneticilerinin ilk ve ortaokullardaki rehberlik servislerine ilişkin görüşlerini inceleyerek daha etkin bir işleyiş için öneriler sunmaktır. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji çalışması deseninde yapılan çalışmada çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 eğitim öğretim yılında Antalya il merkezinde bulunan üç ilçesindeki on iki okulda görevli ilk veya ortaokullarda görev yapan toplam on bir okul yöneticisi (müdür veya müdür yardımcısı), on altı rehber öğretmen, on sekiz sınıf öğretmeni oluşturmuştur. Veriler görüşme ve doküman analizi yoluyla elde edilmiştir. Araştırma sonucuna göre, araştırmaya katılan öğretmen ve yöneticilerin büyük çoğunluğu rehberlik servislerinin çalışmalarının amaçlarını gerçekleştirdiğini belirtmişlerdir. Bununla beraber bazı öğretmenler rehber öğretmenlerin kendilerini diğer öğretmenlerden soyutladıklarını belirtirken, bazı okul müdürlerinin kendilerini görevleri olmayan işleri yapmaya zorladıklarını ve rehberlik servislerine uygun mekan ve donanım sağlamadıklarını, okul müdürlerinin rehberlik hizmetleri hakkında bilgi sahibi olmadıklarını, iş yüklerinin fazla olduğunu ve rehber öğretmen sayılarının yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonucunda rehber öğretmen sayılarının artırılması, okul müdürlerinin rehberlik konusunda bilgilendirilmesi, okul paydaşları arasında rehberlik konusunda işbirliğinin teşvik edilmesi için çalışmalar yapılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Okul rehberlik servisi, Psikolojik danışma, Öğretmenler, Okul Yöneticileri, Sorunlar.

## The Views Of Teachers And School Administrators About The Work Of Guidance And Psychological Counseling Services In Primary And Secondary Schools

### Abstract

When examining applications in the education system in Turkey, the system seems to focus more on students’ academic success while the purpose of education is not only to increase the success of students. Guiding the student to an appropriate profession in line with his / her interests and abilities in the National Education Basic Law; it is aimed to raise individuals with a healthy and balanced body and spirit. However, the realization of this goal is possible with a well-functioning guidance service. The aim of this study is to examine the views of counselors, teachers and school administrators about guidance services in primary and secondary schools and to offer suggestions for a more effective functioning. In the study conducted in the phenomenology study design, one of the qualitative research methods, the study group was selected according to the criterion sampling method, which is one of the purposeful sampling methods. The study group of the study



consisted of eleven school administrators, sixteen counselor teachers, and eighteen classroom teachers working in elementary or secondary schools in three districts in Antalya in 2016-2017 academic year. The data were obtained through interviews and document analysis. According to the findings of the research, the majority of the teachers and administrators participated in the study stated that the guidance services fulfilled the aims of their work. However, while some teachers stated that counselor teachers isolate themselves from other teachers, some school principals forced them to do jobs that were not their duty, they did not provide suitable space (room) and equipment for guidance services, school principals did not have information about guidance services, their workload was excessive and the number of guidance teachers was insufficient. As a result of the research, it is suggested that studies should be carried out to increase the number of counselors, to inform school principals about guidance and to encourage cooperation among school stakeholders on guidance services.

**Keywords:** *School Guidance Services, Psychological Counseling, Teachers, School Administrators, Problems.*

## Giriş

Türk Eğitim sistemindeki uygulamalar dikkate alındığında, öğrencilerin neredeyse birinci sınıftan itibaren test soruları çözmeye zorlandığı ve aldıkları sınav notlarıyla eğitimin her kademesinde kategorize edildiği, dolayısıyla Türkiye’de eğitim sisteminin büyük ölçüde akademik başarıya odaklandığı söylenebilir. Halbuki, eğitimin amacı sadece öğrencinin akademik başarısını yükseltmek değildir. Milli Eğitim Temel Kanunu’nun eğitimin genel amaçları arasında “*İlgi, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri, davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlığı kazandırmak suretiyle hayata hazırlamak ve onların, kendilerini mutlu kılacak ve toplumun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmalarını sağlamak; böylece bir yandan Türk vatandaşlarının ve Türk toplumunun refah ve mutluluğunu artırmak; öte yandan milli birlik ve bütünlük içinde iktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı desteklemek ve hızlandırmak ve nihayet Türk Milletini çağdaş uygarlığın yapıcı, yaratıcı, seçkin bir ortağı yapmaktır*” (MEB, 1973). Aynı kanunun üçüncü maddesinde de bütün bireylerin ilgi, istidat ve kabiliyetlerini geliştirerek gerekli bilgi, beceri ve davranışlar ve birlikte iş görme alışkanlıkları kazandırmak suretiyle hayata hazırlamak ve onların kendilerini mutlu kılacak ve toplumun mutluluğuna katkıda bulunacak bir meslek sahibi olmasını sağlamak eğitim sisteminin amaçları arasında yer almaktadır. Yine aynı Kanunda yer alan yöneltme ilkesine göre *Fertler, eğitimleri süresince, ilgi, istidat ve kabiliyetleri ölçüsünde ve doğrultusunda çeşitli programlara ve okullara yöneltilerek yetiştirilirler. Milli eğitim sistemi, her bakımdan bu yöneltmeyi gerçekleştirecek bir şekilde düzenlenir. Yöneltilmede ve başarının ölçülmesinde rehberlik hizmetlerinden(...) yararlanır.* Bu yönüyle rehberlik hizmetleri modern eğitimin gereğidir. Türkiye’de okullarda Rehberlik ve Psikolojik Danışma (RPD) hizmetleri 31213 sayılı Resmî Gazetede yayınlanan Millî Eğitim Bakanlığı Rehberlik ve Psikolojik Danışma Hizmetleri Yönetmeliği (2020) çerçevesinde yürütülmektedir. Bu yönetmeliğin amacı, Türk Millî Eğitiminin genel amaçları çerçevesinde “*eğitimde rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri; kendini tanıyan, kendine sunulan eğitsel ve mesleki fırsatları değerlendirebilen, sorumluluk alabilen bireyler yetiştirilmesini ve bireylerin toplum içinde sağlıklı bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmeleri için sosyal duygusal, akademik ve kariyer gelişimlerini desteklemektir*” şeklinde ifade edilmektedir (MEB, 2020).

Çağdaş okul anlayışında okulun merkezinde öğrenci yer almaktadır. Dolayısıyla okulda sunulan rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri büyük bir önem taşımaktadır. Psikolojik danışma hizmetleri ise rehberlik hizmetlerinin içinde yer alır ve onun özünü oluşturur” (Çetinkaya, 2009:27). Okullarda öğrenci kişilik hizmetleri içinde kendine özgü bir faaliyet grubu olan rehberlik hizmetleri, doğrudan bireyi hedef alan ve bireye yardımcı amaç edinen etkinliklerdir. Psikolojik danışma faaliyetleri de kişiye yardımcı hedefleyen, rehberlik hizmetleri içinde yer alan, farklı yöntem, teknik ve beceri gerektiren psikolojik yardım hizmetlerini içermekte (Gündüz, 2008:202), bireyin karar verme ve problem çözme ihtiyaçlarını karşılayarak gelişim ve uyumunu sürdürmesine yardımcı olmak amacı ile bireyle yüz yüze kurulan psikolojik yardım ilişkisi olarak tanımlanmaktadır (Gibson ve Mitchell, 1990, Akt. Yeşilyaprak, 2013:27).

Okullarda rehber öğretmene en büyük katkı ve desteği okul yöneticileri sağlamalıdır; öğrencinin kendisini tanımasında en büyük rolün rehberlik servislerinin üstlendiği varsayılırsa, okul müdürü tarafından desteklenmiş ve iş birliği halinde olunan bir okulun rehberlik hizmetinin de etkili ve verimli olması kaçınılmaz bir sonuç olur. Bu durum da direkt olarak öğrenci mutluluğunu; okula ve kendine duyduğu güveni; dolaylı olarak ise okulun akademik başarısını etkileyerek artırır. Dolayısıyla, okul yöneticilerinin rehber öğretmenle iş birliği ve iletişimi büyük önem arz etmektedir. *“Okul yöneticileri okuldaki RPD çalışmalarını için gerekli olan fiziksel olanakları sağlamalı ve bu hizmetlerin yaygınlaşması için gerekli desteği vermelidir”* (Girgin, 2004:17). Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) rehberlik hizmetlerinin işleyişini desteklese de okul yöneticilerinin aktif katılımı olmazsa bu hizmetlerde başarıya ulaşılamayacağı düşünülmektedir. Gelişim alanlarına göre rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri, RPD (Rehberlik ve Psikolojik Danışma) hizmetleri yönetmeliğinin(2020) 6.maddesine göre üç alandan oluşmaktadır. Sosyal duygusal gelişim alanı; bireyin kendini tanıması, var olan yönleriyle kendini kabul etmesi ve geliştirmesi, duygularını fark etmesi, düzenlemesi ve yönetebilmesi, başkalarını anlaması ve kabul etmesi, kişiler arası sağlıklı ilişkiler geliştirmesi için gerekli bilgi, tutum ve davranışları edinebilmesi, karar vermesi, hedefler oluşturabilmesi ve hedeflerine ulaşmak için çaba göstermesi, kişisel güvenliğini sağlayabilmesi, aile ve toplumsal değerlere duyarlılık göstermesini sağlar, akademik gelişim alanı; bireyin öğrenim gördüğü okula ve okulun çevresine uyum sağlaması, okul ve sınıf kurallarını benimsemesi, okula aidiyet duygusu geliştirmesi, akademik çalışmalarında devamlılık, sorumluluk duygusu ve hayat boyu öğrenme gibi kazanımlar ve son olarak kariyer gelişim alanı ise bireyin ilgi, yetenek, değer ve kişilik özelliklerini tanıması, mesleki seçenekleri fark etmesi, mesleklerin gerektirdiği nitelikler ile kişisel özellikleri arasında bağ kurması, mesleklere yönelik olumlu tutum geliştirmesi, kariyer gelişimi açısından önemini fark etmesini içeren gelişim alanları gibi alanlardır. Yine aynı yönetmeliğin öğretim kademelerine göre rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri (Md.7) incelendiğinde, okul öncesi dönemde; çocuğun kendini tanıması, sosyalleşmesi, özgüven geliştirmesi, sınırlarını keşfetmesi, okula uyum sağlaması ön plandayken; ilkököl kademesinde öğrencinin okula öğrenmeye yönelik olumlu tutum geliştirmesi, öğrenmeyi öğrenmesi ve özgüven geliştirmesi öne çıkmaktadır. Ortaokul kademesinde öğrencinin arkadaşlık ilişkisi kurma ve geliştirme, karar verme, sorumluluk alma ve ilgi, yetenek ve kişilik özelliklerini fark ederek meslek seçimi konusunda üst öğrenim kurumlarına yönelmesi; ortaöğretim kademesinde ise, öğrencinin bireysel özelliklerini değerlendirip sağlıklı bir kimlik oluşturması, ergenlik dönemindeki değişimlere uyum sağlaması, sistemli ve planlı çalışma alışkanlığı kazanması, kariyer hedefleri doğrultusunda üst öğrenim, meslek ve iş alanlarına yönelmesi amaçlanmaktadır(MEB, 2020).Bazı yazarların (Camadan ve Sezgin,2012; Erkan, 2001;Güven, 2009; Karip ve Köksal, 1999; Kuzgun, 2000; Kuzgun, 2009; Meşeci, Özcan vd., 2007; Şahin, 2010; Ültanır,2003)da belirttiği gibi okul rehberlik hizmetlerinin okuldaki başarısı öğretmen, yönetici veli ve öğrencinin işbirliği ve iletişim içerisinde çalışmasına bağlıdır. Rehberliğin iş birliği içerisinde yapılması aynı zamanda rehberlik hizmetlerinin yürütülmesi ile ilgili temel ilkelerden birisi olup Milli Eğitim Bakanlığının ilgili yönetmeliğinde de rehber öğretmenlerin okul paydaşlarıyla uyum ve işbirliği içerisinde rehberlik hizmetlerini yürüteceği hükme bağlanmıştır (MEB, 2020). Herkesin rehberlik hizmetleri ile ilgili paralel görüş ve algıya sahip olması, hizmetlerin etkililiğinde önemli bir rol oynamaktadır.

Rehberlik servislerinin çalışmalarına ilişkin Türkiye’de çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Güven’in (2009:175) araştırmasına göre; çoğu okulda rehber öğretmen sayısının azlığı ve yokluğu, evrak işlerine fazla zaman harcanması, her şeyin kâğıt üzerinde kalması, sınıf rehberlik programının uygulanmasındaki eksiklikler, rehber öğretmenlerin alan bilgisi ve becerisinde eksiklik, öğrencilerin sorunları için yeterli çözüm üretilmemesi, rehber öğretmenlere görevlerinin dışında işler yüklenmesi, okul rehberlik servislerinin fiziki donanım eksikliği, okul yönetiminin rehberliğin önemini ve amacını yeterince kavrayamaması gibi durumlar rehberlik servislerinin işleyişini olumsuz etkilemektedir. Okul müdürlerinin okul rehberlik hizmetlerine yönelik algılarının araştırıldığı bazı çalışmalarda ise (Ametea ve Clark, 2005; Başaran, 2008; Erözkan, 1997; Ünal, 2004; Zalaquett, 2005) okul müdürlerinin bu hizmetlere yönelik olumlu tutumlara sahip oldukları ve psikolojik danışmanlarla işbirliği içerisinde oldukları görülmüştür. Bununla birlikte bazı çalışmalarda (Deniz, 1993; Güvenç, 2001; Onur, 1997; Özabacı, Sakarya ve Doğan, 2008; Özdemir, 1991; Teker, 2003) ise okul müdürlerinin okul rehberlik hizmetleriyle ilgili yeterince bilgi sahibi olmadıkları ve psikolojik danışmanlarla yeterince işbirliği içerisinde olmadıkları saptanmıştır.

Çağdaş okulun amaçlarını gerçekleştirilmesinde büyük rol oynayan okul RPD hizmetlerinin etkili ve

verimli bir işleyişe sahip olması, öğrenci hakkında sağlıklı ve düzenli bir şekilde toplanmış bilgiler edinilmesine ve aynı zamanda öğrencinin kendini tanıyarak, ilerde isabetli bir meslek seçimi yapmasına da katkı sağlar. Meslek seçimi ya da rehberlik servislerinin öğrencileri mesleğe yönlendirme çalışmaları ile ilgili olarak okullarda yapılan rehberlik hizmetleri ile bireyin anaokulundan lise eğitiminin sonuna kadar kendisini tüm yönleriyle (beceri, ilgi, istek, yatkınlık, kişilik, yeterlilik veya yetersizlikleri vb. gibi) tanıması amaçlanmaktadır (Çivilidağ, 2013: 78). Ne var ki, rehberlik saatinin okul programlarına zaman zaman dahil edilmesi, zaman zaman çıkarılması, psikolojik danışma ve rehberlik alanında meslek kimliğinin gelişmesi adına bir talihsizliği, MEB adına ise bir çelişkiyi ifade ettiği düşünülmektedir. Türkiye'deki mesleki yönlendirme metodlarına ilişkin olarak Akan ve Çelik'in (2014:69) rehberlik çalışmalarının amacının okul aile iş birliği içerisinde öğrencilerin bilişsel, duyuşsal ve psiko-motor gelişimlerinin göz önüne alınarak ilgi ve yeteneklerinin farkında olmalarını ve yaşamlarıyla ilgili kararlar alabilmesini sağlayarak öğrencileri özelliklerine uygun alanlara yönlendirmek olduğu ifade edilmiştir. Öğretmenlerin yönlendirme yönergesinin uygulanmasındaki eksiklikler ve aksaklıklar hakkındaki cevapları incelendiğinde; sınıf mevcudunun fazla olması, fiziki alt yapının yetersizliği, ailelerin ve öğrencilerin yeterince bilgilendirilmemesi, sürekli öğretmen değişiminden dolayı yönlendirmenin objektif olarak yapılamamasından kaynaklanan aksaklıklar olduğu söylenebilir.

Güler (2007:55) ilköğretimde yönlendirme yönergesi uygulamalarının rehber öğretmenlerin görüşleri doğrultusunda incelenmesine ilişkin çalışmada; öğrencilerin ilgi, yetenek ve kişilik özelliklerini yeteri kadar tanımadan karar verdikleri, anne ve babaların yönlendirme konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları, yönlendirme çalışmalarında hazırlanan raporların herhangi bir bağlayıcılığının ve yaptırımının olmaması, okullarda bu çalışmaların formalite gibi algılanmasına neden olduğu, yönlendirmede en önemli kriter olarak akademik başarı dikkate alındığı, öğretmen ve yöneticiler için ilköğretimde mesleki rehberlik ve yönlendirme çalışmaları konusunda bilgi eksiklikleri olduğu ve yönlendirme çalışmalarının ilköğretim 8. sınıfın ikinci yarısında ağırlık kazandığı gibi benzer sonuçlara varmıştır. Bunun yanında Rehberlik ve Araştırma Merkezi personel sayısındaki yetersizlik ve etkili çalışmama, öğrenci kararlarındaki anne-baba tutumları, sınav sonuçları ve okulların özelliklerinin etkisi, öğrencilerin sadece belli mesleklere ve okullara yönlendirilmesi ve yönergenin üzerinde ciddiyetle durulmaması gibi aksaklıklardan söz edilebilir (Akan ve Çelik, 2014:69). Yukarıda belirtilen araştırma sonuçları ve görüşlere paralel olarak Turan ve Kayıkçı (2019:21) tarafından yapılan çalışmada, okulun yukarıda belirtilen rehberliğe ilişkin görevlerini yerine getirmede yetersiz kaldığı ve öğrencilerin ilgi istidat ve kabiliyetleri doğrultusunda meslek seçmelerine yardım etmesi beklenen okulların, öğrencilerin meslek seçiminde yeterince etkili olmadığı ve aile, öğrenci, arkadaş grubundan sonra ancak dördüncü sırada öğrencinin meslek seçiminde etkili olduğu saptanmıştır.

## I Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, okul rehberlik servislerinin anlamı ve işlevine ilişkin öğretmen ve yöneticilerin görüşlerinin belirlemek ve ayrıca yönetici ve öğretmenler ile okul rehberlik servisi çalışanları olan rehber öğretmenlerin görüşlerine göre rehberlik servisinin çalışmalarında yaşanan sorunları tespit etmek; bu sorunlara bilimsel bulgulara dayalı olarak çözüm önerileri sunmaktır. Araştırma, yönetici, sınıf ve branş öğretmenleri ile rehber öğretmenlerin rehberlik servisine ilişkin algılarını belirleyerek bu algıların olması gerektiği hale getirmek için önerilerin geliştirilmesi ayrıca tespit edilen sorunların çözüm önerilerinin sunulması rehberlik servislerinin etkili işleyişi açısından önem taşımaktadır.

Yukarıda belirtilen amaçlara ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. İlk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilere göre, okul rehberlik servisleri ne anlam ifade etmektedir?
2. İlk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilerinin, okul rehberlik servislerinin işlevine ilişkin görüşleri nelerdir?
3. İlk ve ortaokullarda görev yapmakta olan öğretmen ve yöneticilerin okul rehberlik servisinin çalışmaları ile ilgili olarak karşılaştıkları sorunlar nelerdir?
4. İlk ve ortaokullarda görevli rehber öğretmenlere göre, rehberlik servislerinin işleyişi ile ilgili karşılaşılan sorunlar nelerdir?



## Yöntem

Çalışma nitel araştırma modellerinden fenomenoloji desende gerçekleştirilmiştir ve nitel araştırma yöntemine dayalı olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme yönteminin tercih edilmesinin nedeni araştırmanın gerçekleştirildiği doğal ortamı anlamaktır. Araştırma örnekleminde yer alanların, araştırma konusu hakkında bilgi, duygu ve düşüncelerini aktif olarak açıkladığı, yaşam öyküsünü anlattığı veri toplama tekniği, görüşme olarak adlandırılır. Görüşmenin amacı, katılımcıların iç dünyalarına erişerek onların özgün bakış açılarının belirlenmesidir. *“Görüşme, araştırılan konu hakkında bireyin yaşanmışlıkları, farklı deneyimleri, tutumları, düşünceleri, niyetleri, yorumları, zihinsel algıları ve tepkileri gibi gözlenemeyen bilgilere ulaşılmasına olanak sağlar”* (Bengtsson, 2016:10; Seidman, 2006:12).

## Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 eğitim öğretim yılında Antalya il merkezinde bulunan Muratpaşa, Kepez ve Konyaaltı ilçelerindeki 12 okulda görevli ilk veya ortaokullarda görev yapan toplam 11 okul yöneticisi (müdür veya müdür yardımcısı), 16 rehber öğretmen, 18 sınıf öğretmeni oluşturmuştur. Çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. *“Bu tür örneklemede araştırmacı kimlerin seçileceği konusunda kendi yargısını kullanır ve araştırmanın amacına en uygun olanları örnekleme alır”* (Balci,2013:104). Bu araştırmada katılımcılar belirlenmeden önce araştırmacı tarafından bir ölçüt listesi oluşturulmuştur. Katılımcıların belirlenmesinde ölçüt olarak, rehberlik servisi olan ilk veya ortaokulda çalışıyor olmak, o okulda en az üç yıl çalışmış olmak, sınıf veya branş öğretmeni olmak, rehberlik servisi çalışanı olmak gibi kriterler dikkate alınmıştır. Katılımcılar belirlenirken görüşme yapmayı kabul etme ve katılmaya istekli olma durumu da göz önünde bulundurulmuştur.

Araştırmaya katılan rehber öğretmen, sınıf ve branş öğretmenleri ile ilkököl ve ortaokul yöneticilerinin demografik özellikleri Tablo 1a’da verilmiştir.

**Tablo 1a. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri**

Değişkenler	Düzyey	Rehber Öğretmen	Sınıf veya branş Öğretmeni	Yönetici Sayı	Toplam	%	
Cinsiyet	Kadın	9	13	8	30	67	
	Erkek	7	5	3	15	33	
	Toplam	16	18	11	45		
Yaş	yaş	25-30	3	3	-	6	13
		31-40	5	9	7	21	47
	yaş	41 yaş - üstü	8	6	4	18	40
		41 yaş - üstü	16	18	11	45	
	Toplam						
Kıdem	yıl	7-10 yıl	4	3	3	10	22
		11-20	9	11	6	26	58
		21 yıl - üstü	3	4	2	9	20
		21 yıl - üstü	16	18	11	45	
	Toplam						

Tablo1a. 'ya göre araştırmaya katılan rehber öğretmen, sınıf öğretmeni ve okul yöneticilerinin cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde toplam 45 katılımcının 30'unun(%67) kadın ve 15'inin(%33) erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %47'sineyakını 31-40 yaş aralığında; %40'ı ise 41 yaş üstüdür. Yine katılımcıların kıdemlerine bakıldığında ise %58'i 11 yıl ve üstü %22'sinin 7-10 yıl; %20'sininde 21 yıl ve üstü kıdeme sahip oldukları görülmektedir.Tablo1b 'de ise yapılan doküman analizi sonucu elde edilen araştırma yapılan okulların, okulda öğrenim gören öğrenci, görev yapan rehber öğretmen mevcudu ve rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayıları verilmiştir.

**Tablo1b. Araştırmaya Katılan Okulların Öğrenci Sayısı ile Görevli Rehber Öğretmen Sayısına İlişkin Veriler**

Kodlar	Okuldaki Öğrenci Mevcudu(yaklaşık)	Görevli Rehber Öğretmen	R. Öğretmen Başına Düşen Öğrenci
İ01	780	2	390
İ02	950	2	475
İ03	1200	1	1200
İ04	700	2	300
İ05	790	2	395
OO1	1200	2	600
OO2	700	2	350
OO3	1000	2	500
OO4	1300	3	430
OO5	870	2	435
OO6	910	3	300
OO7	1100	2	550

Tablo1b 'de 2016-2017 eğitim öğretim yılına ait araştırmaya katılan okulların öğrenci sayıları ile görevli rehber öğretmen sayılarına ilişkin karşılaştırma verilmiştir. Bu tabloyu incelediğimizde araştırmaya katılan 5 ilkokuldan 4'ünde 2'şer rehber öğretmenin görev yaptığını buna rağmen rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının ortalama 450 civarında olduğu görülmektedir. Bir ilkokulda ise görev yapan yalnızca bir rehber öğretmen olduğu ve kendisine 1200 öğrenci düştüğü yine saptanmış olup; bu sayının ilgili yönetmelikte geçen, olması gereken öğrenci sayısının dört katı olduğu saptanmıştır. Yukarıdaki tabloyu ortaokullar açısından incelediğimizde, araştırmaya katılan 7 ortaokulda ise 2'şer rehber öğretmenin görev yaptığı görülmektedir ancak, tablodaki ilkokullarda olduğu gibi ortaokullarda da rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının ortalama 400-420 civarında öğrenci ile normalin üstünde seyrettiği görülmektedir.

## I Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde yapılan görüşme metinleri üzerinde verilerin kodlaması yapılmış ve her araştırma sorusuna yanıt olabilecek veriler kendi içinde gruplandırılmıştır. Bu aşama verilerin betimsel analizidir. Kavramsal çerçeveye uygun olarak kodlar oluşturularak frekansları belirlenmiştir. Katılımcılar İ01,Ö01,İR2,OR2,OY2,İY2...şeklinde kodlanmışlardır. Bu çalışmada katılımcılardan elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. *“Betimsel analizde özetlenen ve yorumlanan veriler, içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulur ve betimsel bir yaklaşımla fark edilmeyen kavram ve temalar bu analiz sonucu keşfedilir”* (Yıldırım ve Şimşek, 2013:259).

Araştırmanın dış geçerliliğini artırmak için araştırma süreci ve bu süreçte yapılanlar ayrıntılı bir şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı, veri toplama süreci, verilerin çözümlenmesi ayrıntılı olarak verilmiştir. Araştırmanın iç güvenilirliğini artırmak için, katılımcılardan elde edilen bulguların tamamı yorum yapılmadan doğrudan verilmiştir. Ayrıca görüşmede elde edilen veriler üzerinde araştırmacılar ayrı ayrı kodlamalar yapmış ve kodlamalar karşılaştırılarak tutarlık oranı (Kappa değerleri) hesaplanmıştır. Araştırma için elde edilen Kappadeğeri.925'tir. "Kappa değerinin arasında .81 ile 1.00 arasında olması ise mükemmel bir uyum olduğu şeklinde yorumlanmaktadır" (Landisve Koch, 1977:165).

## Bulgular

İlk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilere göre, okul rehberlik servislerinin anlamına ilişkin bulgular tablo 2'de sunulmuştur.

Görüşler	Öğretmenler	Yöneticiler	f
1.Bana göre rehberlik servisi okulun en önemli birimlerinden biridir. Çok yararlı buluyorum.	İÖ1,İÖ10 OÖ2,OÖ3,OÖ4,OÖ6	İY4,OY1,OY3, OY4,OY5,OY4	12
2.Bizim yetersiz olduğumuz durumlarda bize destek olmaktadır.	İÖ1, İÖ4,İÖ9, OÖ2		4
3.Bazen kendim için bile rehberlik servisinden yararlanıyorum.	İÖ1 ,OÖ2,OÖ3		3
5.Rehberlik servisi anlamsız ve yarsız bir bölüm.	İÖ2		1
6.İş birliğinden uzak ve okuldan soyut bir birim.	İÖ2		1
7.Rehberlik servisi öğrencilere seçenek sunan ve yönlendiren bir kılavuzdur.	İÖ3,OÖ3,OÖ4,OÖ6,OÖ8	İY4,OY1,OY2,İY6	9
8.Öğrencinin kendisini tanımaya ve gelişimine yardımcı olur.	İÖ3,OÖ4,OÖ6,OÖ8	İY4, OY1,OY2,İY6	8
9.Bize, çocuklara ve ailelerine yol gösteriyor.	İÖ4,İÖ9,İÖ10,OÖ3,OÖ8		5
10.Çocukların kural olmadan rahatlıkla mutluluk ve sıkıntılarını paylaştıkları yerdir.	İÖ5,İÖ6,İÖ9 OÖ1,OÖ4,OÖ5		6
11.Öğrencilerin kendi aralarında sorun olduğunda başvurdukları bir yerdir.	İÖ7		1
12.Rehberlik Servisi biz sınıf öğretmenlerinin de parçası olduğu bir yerdir.Rehberlik servisi öğrenci ve öğretmene psikolojik destek sağlar.	İÖ9,İÖ10,OÖ1,OÖ3,OÖ8	İY3	6
13.Öğrenci – öğretmen-veli koordinasyonunu sağlayan bir yapıdır.	OÖ1,OÖ3,OÖ6,OÖ7,OÖ8	İY2,İY3,İY6 ,OY2, OY4, OY5, İY5, OY1	13

**Tablo2. İlk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilere göre, okul rehberlik servislerinin ifade ettiği anlama ilişkin görüşler**

Tablo2’de İlk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilere göre, okul rehberlik servislerinin ifade ettiği anlama ilişkin görüşleri incelendiğinde, katılan öğretmen ve yöneticilerin 13’ünün öğrenci –öğretmen ve veli koordinasyonunu sağlayan bir yapı olduğunu; 12’sinin rehberlik servislerinin önemli ve okul için çok yararlı birimler olarak ifade ettikleri; 9 katılımcının rehberlik servislerinin öğrenciler için kılavuz olarak nitelendirdiği görülmektedir. Yine tabloda yalnızca 1 öğretmenin rehberlik servisini yararı olmayan, işbirliğinden uzak bulunduğunu ve kendisi için bir anlam ifade etmediğini belirtmiştir. Aynı şekilde rehberlik servislerini 1 öğretmenin öğrencilerin yalnızca sorunları olduğunda başvurdukları bir yer olarak tanımlarken, 5 öğretmen ise kendilerine, aile ve öğrencilere yol gösteren bir birim olarak tanımladığı görülmektedir.

Tablo2’de sunulmuş olan ilk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticilerin, okul rehberlik servislerinin anlamına ilişkin görüşlerinden bazılarını aşağıda yer verilmiştir. Katılımcı öğretmen ve okul yöneticileri rehberlik servislerinin kendileri için ifade ettikleri anlam ve tanım ifadelerini şu şekilde belirtmişlerdir:

İÖ1: “Rehberlik servisi okulun en önemli birimlerinden biridir. Her ne kadar tecrübeli olsam da benim gücümün yetmediği noktalar olabiliyor ve bazı öğrencilerim için rehberlik servisinden destek talep ediyorum. Hatta bazen kendim için bile yaralanıyorum.”

İÖ2: “Şu an benim için çok büyük bir anlam ifade etmiyor. Rehberlik servisi öğrencilere yardımcı olmuyor. Sınıf öğretmenleri olarak memnun değiliz. Rehber öğretmen kendini soyutluyor, okulda çok görünmüyor ve işbirliğinden uzak duruyor.”

OÖ6: “Rehberlik ölçme-değerlendirme, öğrenci gelişimi ve başarı takibi gibi çok geniş çalışma alanı olan bir meslektir.”

İÖ9: “Öğrenciye ulaşmanın en güzel yoludur. Rehberlik Servisi biz sınıf öğretmenlerinin de parçası olduğu bir yerdir”

OY4: “Rehberlik servisi çok önemli bir birimdir. Rehberlik servisi öğrencinin ailesi ile aramızdaki iletişimi sağlıyor, birçok sorunu çözüyor. Ayrıca Rehberlik servisinde donanım ve olanaklar hedeflenen düzeydedir.”

İY3: “Rehberlik Servisi biz sınıf öğretmenlerinin de parçası olduğu bir yerdir. Rehberlik servisi öğrenci ve öğretmene psikolojik destek sağlar.”

İlk ve ortaokullarda görevli öğretmen ve yöneticilerin rehberlik servisinin işlevlerine ilişkin bulgular tablo 3’te sunulmuştur.

Görüşler	Öğretmenler	Yöneticiler	f
1.Sınıf Öğretmenleri öğrencilere yetmediği zaman yardımcı oluyor.	İÖ1,İÖ5,İÖ6 OÖ2,OÖ3,İÖ10,İÖ9	İY1, İY2,OY3	10
2.Öğrencileremeslek ve iş tanıtımları yaparak bilinçli tercih yapmalarına katkı sağlıyor.	İÖ1, OÖ1, OÖ3	OY1,OY2,OY5	6
3.Öğrencilere ilgi ve yetenekleri doğrultusunda meslek seçiminde yardımcı oluyor.	OÖ1, OÖ3	OY1, OY2	4
4.Öğrencileri üst öğrenim kurumlarına hazırlamaktadır	İÖ1, OÖ3	OY1, OY2, OY5	5
5.Özel öğrenciler ve uyum sorunu yaşayan öğrencilerle yakından ilgilenip öğretmenlerle ortak çalışıyorlar.	İÖ1, İÖ4,İÖ9, İÖ10, İÖ2,OÖ6,OÖ8,OÖ2,OÖ3,OÖ4	OY3,OY5, İY1 İY3,İY4	15
6.Parçalanmış aileleri, çocukları hakkında bilinçlendirmeye çalışmaktadır.	İÖ2,OÖ6,OÖ8,OÖ2,OÖ3,OÖ4	OY3, OY5, İY1 İY3, İY4	14

7.Öğrencileri tanımak amacıyla çeşitli testler uyguluyorlar	İÖ1, İÖ3, OÖ1,OÖ3		4
8. Okulda yapılacak olan rehberlik çalışmalarını planlıyorlar.	İÖ3, OÖ1, OÖ3		3
9.Öğrencilerin karşılaştıkları sorunları çözmeye yol gösteriyor.	İÖ3, İÖ10,İÖ7, OÖ1,OÖ7		5
10. Özellikle sınav kaygısı taşıyan öğrenci ve velilere sınav zamanına az süre kala onları bilinçlendirerek seminerler verilmektedir.	İÖ4,İÖ5,İÖ6,İÖ7,İÖ9, İÖ10,OÖ3,	İY1, İY4, OY1,OY2,OY5	12
11.Disiplin ve devamsızlık, mezuniyet törenleri ve yıllık hazırlığı gibi durumlarda konularında idareye yardımcı oluyor.	OÖ1	OY1,OY2,OY5	4
12.Rehberlik servisi okul paydaşları ile öğrenciler arasında daha sağlıklı iletişim kurulması konusunda köprü görevini yürütüyor.	İÖ3, İÖ7, İÖ8, İÖ9,İÖ10,OÖ1,OÖ4	İY1,OY3	9
13.İhmal ve istismar riski taşıyan öğrenciler ve aileleriyle sağlıklı ilişkiler kurarak önlemler alınmasını sağlıyor.	İÖ8, İÖ9, İÖ10, OÖ1	İY1, OY3	6

Tablo3'te ilk ve ortaokullarda görevli öğretmenlerin ve yöneticilerin rehberlik servisinin işlevlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde,15katılımcı öğretmen ve yöneticinin özel eğitime gereksinim duyan öğrenciler ve parçalanmış ailelerle ilgilendiklerini; katılımcı 12 öğretmen ve yöneticinin rehberlik servisinin sınav zamanlarına az zaman kala sınav kaygısı taşıyan öğrenci ve ailelere seminerler verdiğini; katılımcıların 10'unun bazen sınıf öğretmenlerinin yetersiz kaldığı durumlarda onlara destek olduklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde tabloya bakıldığında 7 öğretmenin öğrencilere zamanında müdahale ettiğini ifade ettikleri; 6 yöneticinin ise rehberlik servisinin ihmal ve istismar riski taşıyan öğrencileri tespit ettiğini ve önlemler aldığını ifade etmişlerdir.

Tablo3'te ilk ve ortaokullarda görev yapan öğretmen ve yöneticiler, rehberlik servislerine ilişkin görüşlerini servisin işlevleri açısından şu ifadelerle açıklamışlardır:

İÖ4:“Çocuklarla ilgili bir sorunla karşılaştığımızda başvurabileceğimiz hem çocuklara hem ailelere yardım eden hem de bize yol gösteren bir yer aklıma geliyor. Okulumuzun rehberlik servisi ailelere eğitimler veriyor.

OÖ1:“Disiplin ve devam-devamsızlık konularında idareye yardımcı oluyor. Karşılaştıkları sorunları çözmeye yol gösteriyor. Öğrencilerin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda meslek seçiminde yardımcı oluyor.”

İY3: “Rehberlik servisini çok yararlı buluyorum. Rehberlik servisi öğrenci ve öğretmene psikolojik destek sağlar; gelişim ve değişime önem vermektedir. Dersleriyle ilgili sorunlar yaşayan öğrencilere destek olmaktadır.”

İY4: “Rehberlik servisi, öğrencinin kendisini tanımaya, gelişimine yardımcı olmaktadır. Sağlıklı bireyler yetiştirmede rehberlik servisi çok önemlidir. Öğrencilerin, ilgi -yetenek ve gizil güçlerini ortaya çıkarmada yardımcı olur.”

OY1: “Sınav sistemleri hakkında hangi bölümden hangi meslek gruplarının tercih edilebileceği konularında öğrencilere rehberlik yapmaktadır. Öğrencilere meslek ve iş tanıtımları yapıp onları üst öğrenim kurumlarına hazırlamaktadır. Ayrıca mezuniyet törenleri ve yıllık hazırlığı gibi durumlarda okul idaresine destek olmaktadır.”

İY1: “Rehberlik Servisi, Sınıf öğretmenin tespit ettiği sorunlu öğrenciye kolaylıkla ulaşmaktadır. Parçalanmış aileler, çocukları hakkında bilinçlendirilmeye çalışılmaktadır. “

OY5: “Rehberlik Servisi, Okul- aile- öğrenci işbirliğine katkı sağlamakta. Öğrenci aileleriyle sürekli görüşmeler yapmaktadır. Öğretmenlere ve öğrencilere yönelik seminerler vermektedir.”

İlk ve ortaokullarda görev yapmakta olan öğretmen ve yöneticilerin okul rehberlik servisinin çalışmaları ile ilgili olarak yaşadığı sorunlara yönelik bulgular tablo4'te verilmiştir.

<b>İlk ve Ortaokullarda Görev Yapmakta Olan Öğretmen ve Yöneticilerin Okul Rehberlik Servisinin Çalışmaları ile İlgili Olarak Yaşadığı Sorunlara Yönelik Bulgular</b>			
<b>Görüşler</b>	<b>Öğretmenler</b>	<b>Yöneticiler</b>	
1.Rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının fazla olması ve rehber öğretmenlerin sayısının yetersiz olması.	İÖ1,İÖ5,İÖ6,OÖ2 , OÖ3,OÖ4,OÖ5,OÖ6, OÖ7,OÖ8,İÖ9	İY2,İY3,İY4,İ Y5,OY2,OY3,OY4,0 Y5	9
2.İş yükü fazlalığından yeterince zaman ayıramama	OÖ3,OÖ4,OÖ5,O Ö6, OÖ7,OÖ8,İÖ9	İY5,OY2, OY3,OY4,OY5	2
3.Fiziki ortam ve olanakların yetersizliği	İÖ1,İÖ5,İÖ6,OÖ2 ,OÖ6,OÖ7,OÖ8,İÖ9	İY5,OY2,OY 3,OY4,OY5	3
4.Rehberlik servisinin uygulama envanterlerinin yetersizliği nedeniyle öğrencileri tam olarak tanıyamaması	OÖ6		
5.Bazı öğretmen ve idarecilerin rehberlik servisini benimsememesi ve önemsememesi	İÖ1, OÖ2	OY1,OY4,İY 3, İY4,OY3	
6.Okul yöneticilerinin Rehber Öğretmenin görev ve sorumlulukları hakkında yeterli bilgi sahibi olmaması	İÖ1, OÖ2	İY4,OY3	
7.Rehberlik servislerine gönderilen öğrenciyi sınıfa geri getirip, öğretmene yapması gerekeni sıralaması	İÖ2		
8.Rehberlik servisiyle hiçbir sorun yaşanmamaktadır, uyum içinde çalışılmaktadır.	İÖ3, İÖ4, İÖ7, OÖ1	İY1, İY2,OY1, OY3	
9. Genel olarak rehber öğretmenin diğer öğretmenlerden uzak durması ve okulda çok görülmemesi	İÖ2,İÖ5,İÖ6		
10.Öğretmen, öğrenci, aile ve idarecilerin rehberlik servisi ile iş birliği yapmaması ve ailelerden yeterli desteğin gelmemesi	İÖ5,İÖ6, OÖ6,OÖ7	İY1,İY5,OY2, OY3,OY4,İY3	0
11.Rehber öğretmenlerin, özel eğitime muhtaç öğrenciler hakkında yetersiz olmaları	İÖ5, İÖ6		



Tablo 4'te ilk ve ortaokullarda görev yapmakta olan öğretmen ve yöneticilerin okul rehberlik servisinin çalışmaları ile ilgili olarak yaşadığı sorunlar incelendiğinde, 19 öğretmen ve yöneticinin ortak en büyük sorunun rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının fazla olması ve rehber öğretmenlerin sayısının yetersiz olması, iş yükü fazlalığı, fiziki ortam ve donanımın yetersizliği olarak görülmektedir yine tabloya bakıldığında 10 öğretmen ve okul yöneticisinin ortak sorunu, öğretmen-öğrenci ve aile işbirliğinin sağlanamaması ve ailelerden yeterli desteğin gelmemesi olarak görülmektedir. Çalışmaya katılan 8 yönetici ve öğretmenin ifade ettikleri ortak görüşün ise rehberlik servisiyle hiçbir sorun yaşamadıkları ve uyum içinde çalıştıklarıdır. 7 katılımcı yönetici ve öğretmenin ise ortak sorununun, okul yöneticilerinin rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları hakkında yeterli bilgi sahibi olmamasını ifade ettikleri görülmektedir. Yalnızca 1 öğretmen ise rehberlik servisi ile yaşadığı sorunu rehberlik servislerine gönderilen öğrenciyi sınıfa geri getirip, öğretmene yapması gerekeni sıralaması olarak ifade etmiştir.

İlk ve ortaokullarda görev yapmakta olan öğretmen ve yöneticilerin okul rehberlik servisinin çalışmaları ile ilgili olarak yaşadığı sorunlara yönelik bulgular tablo4'te yer almıştır. Öğretmenler ve yöneticiler bu görüşleri şu şekilde ifade etmişlerdir:

İÖ2: "Genel olarak rehber öğretmen, öğretmenlerden uzak duruyor ve okulda çok görülüyor, odasında oturup mesai saatinde gidiyor. Rehberlik servisine gönderilen sorunlu öğrenciyi sınıfa geri getirip, 'ben konuştum bir daha yapmayacak ya da böyle şeyler normal' diyerek öğretmene yapması gerekeni sıralıyor ve tüm sorumluluğu ona bırakıyor."

İÖ5: "Rehberlik çalışmaları amacına kesinlikle ulaşmıyor. Öğretmen, öğrenci, aile ve idareci olarak tam işbirliği içerisinde olunmuyor."

OÖ2: "Bazı öğretmen ve öğrenciler rehberlik servisi konusunda yeterli farkındalığa sahip değiller hatta rehber öğretmeni tanımıyorlar. Bazı öğretmen ve idarecilerin rehberlik servisini benimsemediklerini ve önemsemediklerini düşünüyorum."

OÖ6: "Rehberlik servisinin uygulama envanterlerinin yetersizliği nedeniyle öğrencileri tam olarak tanıyamadığını düşünüyorum. Rehberlik Servisini öğrencilerin takibi, derslere ve okula uyumları gibi konularda yetersiz buluyorum. Ayrıca ebeveyn eğitime de yeterince yer verilmiyor."

İÖ6: "Rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısı çok fazla ve rehber öğretmenlerin sayısı yetersiz. 1200 kişilik bir okulda yalnızca bir rehber öğretmenin olması öğrencileri tanıması ve sorunları çözmesinde büyük bir engel olduğunu düşünüyorum. Özel eğitim gerektiren öğrenciler hakkında da yeterli bilgiye sahip değil."

OÖ8: "Rehberlik servisi dönem başında yıl sonuna kadar yapacağı tüm çalışmaları programlamıyor, öğretmen ve öğrencilere zamanında duyurulmuyor ya da rehberlik planları eksik yapılıyor. Öğrenci servisten nasıl faydalanacağını bilmiyor ve istediği an kapısını çalıp kendisini anlatamıyor."

OÖ5: "Rehber Öğretmenlerden beklenti çok yüksek; sadece çocukların sorunlarına çözüm bulmakla kalmıyorlar zaman zaman ebeveynler arasındaki ilişkilere de şahit olup çözüm bulmaya çalışıyorlar."

OY3: "Rehber Öğretmenler önceki görev yaptığım okulda okul idaresinin bir parçasıymış gibi görülüyordu. Müdür yardımcısıymış gibi çalışma alanına girmeyen konularda evrak, toplantı vb. gibi idari işlerde çalıştırılıyor, çok fazla görev yüklenebiliyordu. Bu durum da onların kendi görevlerini yapamaz hale getiriyordu."

İY1: "Okulumuzda rehberlik servisinin iyi çalıştığını yönetimle uyum ve işbirliği içinde olduğumuzu düşünüyorum. Rehber Öğretmen görev ve sorumluluklarının bilincinde olduğu için şimdiye kadar herhangi bir sorunla karşılaşmadık."

İY5: "Rehberlik ders saatlerinin kaldırılması öğrencileri tanınmamasına ve onların meslek seçimi, ilgi, yetenekleri açısından bilgi sahibi olmalarına engel olmaktadır. Rehber öğretmenlerin görüşme yapması gereken öğrenci sayısının fazla oluşu her öğrenciye vakit ayıramamasına sebep olmaktadır."

İY6: "Yapılacak yıllık rehberlik etkinliklerinin güncellenmemiş olması yaşadığımız sorunlardan birisi. Verilen eğitim konuları bazen öğrencilerin ilgisini çekmeyecek nitelikte olabiliyor."

İY4: "Okul rehberlik servislerinin liseye giriş sınavlarına, lise öğrencisinin üniversiteye giriş sınavı ve sonraki tercih dönemlerinde öğrenciye yeterli faydayı sağlayamadıklarını ya da bu görevden kaçıklarını düşünüyorum. Okul rehberlik servisleri bu alanda görevlerini yeterince yerine getirmemektedir. Diğer bir sorun ise Rehber öğretmenler eğitim fakültelerinde 'siz okulun memuru ya da hizmetlisi değilsiniz' algısıyla yetiştiriliyor ve göreve başladıklarında idari işler için destek istediğimizde ret cevabıyla karşılaşabiliyoruz öyle olunca da ilişkilerimiz resmi olarak ilerliyor."

İlk ve ortaokullarda görevli rehber öğretmenlere göre, rehberlik servislerinin çalışmaları ile ilgili yaşanan sorunlara ilişkin bulgular tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo5. İlk ve ortaokullarda görevli rehber öğretmenlere göre, rehberlik servislerinin işleyişi ile ilgili yaşanan sorunlara yönelik bulgular**

Görüşler	Rehber Öğretmenler	
1.Rehber öğretmen için ayrılan özel bir odanın olmaması	İR1,OR1,OR2,OR3 OR6	
2.Rehberlik Servisi görüşme odasının uygun konumda olmaması	OR1,OR2,OR3 OR6	
3.Bilgisayar, masa, yazıcı ve uygulama materyalleri gibi yönlerden odanın donanımının yetersiz olması	İR1,İR6,OR1, OR2, OR6	
4.Okul yönetiminin rehberlik servisini önemsememesi	İR1,OR2,OR3,OR6,O R9	
5. Okul yönetiminin rehberlik servisini desteklememesi, iletişim halinde ve uyum içinde olmaması	İR1,OR2,OR3, OR5,OR6,OR9	
6.Okuldaki diğer öğretmenlerin rehber öğretmenin okuldaki konumunu kıskanmaları	İR1,İR2,İR3,İR6,İR7, OR1,OR2,OR3,OR6, OR7	0
7.Öğrencilerin” sorunlu öğrenci” imajı vermemek için rehberlik servisinden uzak kalması	İR2, İR3 ,İR6, OR6	
8.Öğrencilere ulaşmakta güçlük çekilmesi.	İR6, OR1	
9.iş yükünün çok fazla olmasının, öğrenciyle birebir görüşmeyi engellemesi.	OR2,OR3,OR4,OR5,İ R6,OR7	
10.Rehber öğretmen sayısının yetersiz olması	İR6,OR3,OR4,OR5,O R7,OR9	
11.Rehberlik servisinin alanı dışındaki konularda çalışmaya zorlanması	İR6,İR7,OR3, OR5,OR6, OR9	
12. 5. 6. 7. Sınıflara rehberlik saatlerinin kaldırılmasının etkinliklere ve ölçeklerin uygulanmasına engel olması	OR4	
13. Ailelerden gelen desteğin yetersizliği	İR7 ,OR4,OR5, OR7	
14. Okul yöneticileri ve öğretmenlerin, rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması	İR6,OR3,OR4,OR5,O R6, OR8,OR9	

Tablo 5'te ilk ve ortaokullarda görevli rehber öğretmenlere göre, rehberlik servislerinin çalışmaları ile ilgili yaşanan sorunlar incelendiğinde, en fazla katılımcı rehber öğretmenin(10) diğer branş ve sınıf öğretmenleriyle görev tanımlarında farklılık olması; kendilerine ait odalarının olmasını, derse girmiyor olmaları ve daha esnek çalışma saatlerinin olmasının aralarında kıskançlığa yol açtığını ifade ettikleri görülmektedir. Yine tabloya bakıldığında 7 rehber öğretmenin Okul yöneticileri ve öğretmenlerin, rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları konusunda yeterli bilgiye sahip olmamalarını sorun olarak değerlendirdikleri görülmektedir. 6'şar rehber öğretmenin ise yaşadıkları sorunlar arasında rehber öğretmenin sayısının yetersizliği ve çalışma alanı konularına girmeyen işlere zorlanmasına ilişkin görüşler yer almaktadır. 2 rehber öğretmen öğrencilere ulaşmakta güçlük çektiğini ifade ederken, 4 rehber öğretmen ise öğrencilerin sorunlu olarak etiketlenmemek için rehberlik servisine gelmek istemediklerini belirtmişlerdir. Katılımcı 5 rehber öğretmenin ise kendilerine ayrılan odaların olmaması ya da odaların uygunsuz yerlerde bulunmaması, materyal açısından yetersiz oldukları ve rehberlik servislerinin okul idarecileri tarafından yeterince önemsenmediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 5'te rehber öğretmenlerin rehberlik servisinin işleyişi ile ilgili olarak yaşanan sorunlara ilişkin görüşlerine yer verilmiştir. Bu görüşlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

OR1: "Rehber öğretmen için ayrılan özel bir odanın olmaması çok büyük bir sorun. Bilgisayar, masa, yazıcı ve uygulama materyalleri gibi yönlerden odanın donanımının yetersiz olmasından dolayı öğrenciyi yeterince tanıyamıyor ve onlara ulaşamıyoruz."

İR1: "Okul yönetimi rehberlik servisini önemsemiyor. Okul yönetimi rehberlik servisini desteklemiyor, iletişim halinde değil; uyum ve işbirliği içinde çalışmıyor."

İR3: "Okuldaki diğer öğretmenler rehber öğretmenin derse girmemesini, ayrı odalarının olmasını, esnek çalışma saatlerinin olması nedeniyle rehber öğretmenleri kışkırtıyorlar ve rehber öğretmenler çalışmıyor algısı yaratıyorlar."

OR3: "Okul yöneticileri sözel olarak rehberlik servislerini desteklediğini söylese de fiilen bu durum söz konusu değildir. İdare tarafından görevimiz olmayan bazı işler bize yüklenebiliyor. Örneğin; Okul yönetimi nöbet çizelgesinde biz rehber öğretmenlere de nöbet görevi verebiliyor. Nöbet tutmamız bazen öğrencilerle olan ilişkimizi zedeleyebiliyor hatta öğrencilerin ihtiyaç duyduklarında rehberlik servisine gelmesinde tereddüt yaşamasına neden oluyor. Ayrıca Rehberlik Servisi görüşme odasının idarecilerin katında olması öğrencilerin sorunlu öğrenci olduğu algısı yaratabiliyor, öğrenciler görüşme yapmak istemiyorlar."

İR6: "Okulumuzdaki rehber öğretmen sayısının yetersiz oluşu ve rehber öğretmenin evrak işlerinin yoğunluğu, iş yükünün çok fazla olması, öğrenciyle birebir görüşmelerin yapılmasını engelliyor. Okul yöneticileri ve öğretmenlerin, rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları konusundaki eksik bilgilerinin olması da ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkıyor."

OR6: "Okullarda akademik başarı, deneme sınav sonuçları daha öncelikli algısı olduğundan hayata hazırladığımız öğrencilerin kazanması gereken değerler geri planda kalmakta. Mesela Öğrencileri bilgilendirme amaçlı değerler eğitimi ile ilgili bir film izletmek istediğimde okul müdürümüz: 'hocam fen ve matematik gibi önemli dersler kaynar' diyebiliyor."

## I Tartışma, Sonuç Ve Öneriler

İlk ve ortaokul öğretmenleri ve yöneticilerinin görüşleri okul rehberlik servislerinin anlamı bakımından incelendiğinde, görev yapan sınıf öğretmenlerinin okulda rehberlik servisinin anlamına ilişkin olarak görüşlerinin daha çok okulun en önemli birimlerinden biri olup öğretmenlere yetersiz oldukları durumlarda onlara destek veren hatta kendi özel sorunları için bile destek aldıkları, öğrencilere seçenek sunan, yönlendiren, öğretmenlerin bir parçası gibi hissettikleri bir yer olduğu görüşünde olduklarını ifade ettikleri görülmüştür. Yine aynı şekilde, öğretmenlere göre rehberlik servisleri, özel öğrencilerle yakından ilgilenip öğretmenlerle ortak çalışan, aileleri bilinçlendiren, öğrencilere zamanında müdahale eden, onları koruyan ve onları eleştirmeden önce dinleyen bir yapı olarak algılanmaktadırlar. Her ne kadar okul rehberlik servisi ile ilgili olumlu görüşler çoğunlukta olsa da rehberlik servisinin çalışmalarını yetersiz bulan bir öğretmen de katılımcılar arasında yer almıştır. Bu öğretmen, rehberlik servisi ile ilgili olarak rehberlik servisinin bir yararının olmadığını, servisin kendisi için bir anlam ifade etmediğini, rehberlik servisinin iş birliğinden uzak ve okuldan soyut bir birim olduğunu ifade ettiği saptanmıştır. Demir'in (2010:318) yapmış olduğu sınıf rehber öğretmenlerinin, rehberlik anlayışları ve rehberliğe yönelik tutumlarını çeşitli değişkenler açısından incelediği çalışmasında, sınıf öğretmenlerinin rehberlik anlayış düzeyleri ve rehberliğe yönelik tutum düzeylerinin oldukça yüksek olduğu, rehberlik anlayış düzeyleri ile rehberliğe yönelik tutum düzeyleri arasında orta düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, araştırmamızı destekler niteliktedir. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenleri ile okul yöneticilerinin rehberlik servislerinin anlamı konusunda genel olarak ortak görüşte oldukları ifadeler incelendiğinde ise; okulun rehberlik servislerinin öğrenci-öğretmen-veli koordinasyonunu sağlayan bir yapıda olduğu; öğrencinin kendisini tanıması, gelişimine yardımcı olması ve öğrenciler için bir kılavuz olduğu görüşleridir. Bu sonuçta genel olarak bakıldığında, rehberlik servislerinin öğretmenin ve yöneticinin açısından okulun önemli bir birimi olarak görülmesi rehberlik servisinin işlevlerini yerine getirmesine katkı sağlayıcı bir sonuç olduğu söylenebilir. Yine yöneticilerin rehberlik servislerinin anlamına ilişkin görüşlerine baktığımızda, sağlıklı bireyler yetiştirmede rehberlik servisinin çok önemli olduğunu ve öğrencilerin ilgi, yetenek ve gizil güçlerini ortaya çıkarmada yardımcı olan bir birim olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. Aynı görüşte olan başkaca yapılmış çalışmalarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Karataş ve Baltacı'nın çalışmasında okul müdürleri; RPD hizmetlerini yol gösterme

ve sorun çözme olarak, sınıf rehber öğretmenleri; sorun çözme, yol gösterme ve yardım olarak, öğrenciler, sorun çözme, yardım, hizmet birimi, dert ortaklığı olarak tanımlarken, okul rehber öğretmenleri; psikolojik yardım, yöneltme, seçenek sunma ve yol gösterme olarak tanımlamışlardır. Benzer şekilde Akgün (2010:480), öğretmenlerin RPD hizmetlerini; sorun çözme, Karaküçük (2010:434) müdür ve öğretmenlerin RPD hizmetlerini sorun çözme olarak tanımladıklarını ifade etmişlerdir. Bu sonuç araştırmayla da uyum göstermektedir. Benzer şekilde, Özabacı, Sakarya ve Doğan (2008:19), okul yöneticilerinin rehberlik servislerinin anlamına ilişkin görüşlerini incelediği çalışmada, araştırmaya katılan müdürlerin, her okulda bir psikolojik danışman bulunması gerektiğini, RPD servisinin sürekli bir birim olarak okulda yer almasının öğrenci gelişimi açısından yararlı olacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Araştırma sonucuyla paralellik gösteren başka bir çalışma olan Karataş, Şahin Baltacı(2013:453)'nın rehber öğretmenlerin, okul müdürlerinin rehberlik servisinin anlamına ilişkin görüşleri incelendiğinde, rehber öğretmenlerin çoğu okul müdürlerinin RPD hizmetlerini olumlu ve gerekli gördüğünü, bir kısmının da yardımcı ve işbirliğine açık olduklarını belirtmektedirler. Rehber öğretmenlerin çoğu, RPD hizmetlerinin yürütülmesinde okul müdürlerinin destek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Owen, Owen ve Ballestro (2009:218), okul psikolojik danışmanlarının rol ve işlevlerinin, özellikle okul müdürlerince nasıl algılandığı, psikolojik danışma ve rehberliğin işlevlerini okul için ne kadar önemli buldukları konusunun bu anlamda büyük önem taşıdığını belirtmektedirler.

İlk ve ortaokul öğretmenleri ve yöneticilerinin görüşleri okul rehberlik servislerinin işlevi bakımından incelendiğinde, araştırmaya katılan öğretmen ve yöneticilerin büyük çoğunluğunun okulda bulunan rehberlik servislerinin çalışmalarının amaçlarını gerçekleştirdikleri konusunda genel olarak fikir birliğinde oldukları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan sınıf öğretmenleri ile okul yöneticilerinin rehberlik servislerinin işlevi konusunda görüşleri incelendiğinde, okullarındaki rehberlik servislerinin özellikle sınav kaygısı taşıyan öğrenci ve velilere sınav zamanına az süre kala onları bilinçlendirerek seminerler verdiğini, sınıf öğretmenleri öğrencilere yetmediği zaman yardımcı olduğu; öğrencilerin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda meslek seçiminde yardımcı olduğu; özel öğrencilerle yakından ilgilenip öğretmenlerle ortak çalıştıkları konusunda genel olarak ortak görüşte oldukları görülmüştür. Taşkaya ve Kurt'un (2010:910) yaptığı çalışmada ise, ilköğretim okullarında psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine ilişkin sınıf öğretmenlerinin görüşlerinin ilköğretim okullarında yürütülen psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerinin yetersiz olduğu, her okulda rehber öğretmen olmamasının büyük bir eksiklik olduğunu ifade etmişler, ancak rehberlik hizmetlerinin başta öğrenciler olmak üzere, öğretmen ve veliler açısından da yararları olduğu konusunda ortak kararda buldukları görülmüştür. Okul yöneticilerinin rehberlik servislerinin işlevine ilişkin görüşleri incelendiğinde; rehberlik servisini çok yararlı bulduklarını, dersleriyle ilgili sorunlar yaşayan öğrencilere destek olduğunu, öğrencinin ailesi ile aralarındaki iletişimi sağladığını ve birçok sorunu çözdüğünü, okul- aile- öğrenci işbirliğine katkı sağladığını belirtmişlerdir. Ayrıca, rehber öğretmenin öğrenci aileleriyle sürekli görüşmeler yaptığını, parçalanmış aileleri, çocukları hakkında bilinçlendirilmeye çalıştıklarını, ayrıca mezuniyet törenleri ve yıllık hazırlığı gibi durumlarda okul idaresine destek olduklarını, öğrencilere meslek ve iş tanımları yapıp onları üst öğrenim kurumlarına hazırladıklarını belirtmişlerdir. Çivilidağ, Günbayı ve Yörük'ün (2015:589) rehberlik servislerine ilişkin çalışmasında, okul yöneticileri ile yapılan görüşmelerin sonucunda, okul yöneticilerine sorulan mesleki rehberlikle ilgili öğrencilerin ne kadar yararlandığına ilişkin soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, yöneticilerin yarısının rehberlik servisleri tarafından yapılan çalışmalarla öğrencilerin ufkunu açtığı ve onlara meslekleri tanıttığı; yine araştırmaya katılan yöneticilerin dörtte birinin ise öğrencinin kendini tanıma faydasını gördüğünü ifade ettiği saptanmış olup bu sonucun, araştırmamızın sonucunu desteklediği söylenebilir.

İlk ve ortaokul öğretmen ve yöneticilerin rehberlik servisinin çalışmaları konusunda yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşleri incelendiğinde, öğretmen ve yöneticilerin rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının fazla olmasının bunun aksine rehber öğretmenlerin sayısının yetersiz olması, rehber öğretmenin yükünün çok olması, fiziki ortam ve olanaklarının yetersizliği ve son olarak ailelerden yeterli desteğin gelmemesi konularında ortak görüşte oldukları tespit edilmiştir. Yalnızca öğretmenlerin rehberlik servisleri ile yaşadıkları sorunları incelediğimizde, rehberlik servislerine gönderilen öğrenciyi sınıfa geri getirip, rehber öğretmenin sınıf öğretmenine yapması gerekeni sıralaması, rehberlik servisinin yıllık planında ele alınan konuların çocuğun ilgisini çekmiyor olması ifadeleri ile karşılaşırken yine bazı öğretmenlerin de özel eğitime muhtaç öğrenciler hakkında yetersiz olmaları hatta yapılan rehberlik çalışmalarının amacına kesinlikle ulaşmadığını düşündüğü



tespit edilmiştir. Okul yöneticilerinin rehberlik servisleri ile yaşadıkları sorunları incelediğimizde, rehberlik servisi ile okul idaresi arasında iletişim eksikliği yaşanması ve bazı öğretmen ve idarecilerin rehberlik servisini benimsemeyerek yöneticilerin rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları hakkında yeterli bilgi sahibi olmamaları gibi aksaklıkların olduğu saptanmıştır. Güven (2009:175) rehberlik servislerine ilişkin çalışmasında psikolojik danışmanlarla okul müdürleri arasında iletişim yetersizliği olduğunu belirtmekte ve bunun da okul rehberlik hizmetlerini aksattığı görüşünü ortaya koymaktadır. Bu bulgu, araştırmanın sonucunu kısmen desteklemektedir. Alan yazın tarandığında, çalışmaların okul müdürlerinin psikolojik danışma ve rehberliğin rol ve işlevlerini algılamaları ile ilgili farklı sonuçlar gösterdiği görülmektedir. Okul müdürlerinin psikolojik danışmanların rol ve görevlerini iyi bilmediklerini ve onlara görevleri dışında işler yüklediklerini gösteren araştırma sonuçlarının (Erdur-Baker ve Çetinkaya, 2007; Tuzgöl-Dost ve Keklik, 2012; Yerin-Güneri, Büyükgoze-Kavas ve Koydemir, 2007) yanı sıra müdürlerin psikolojik danışmanlığı çok destekleyen tavırlar içinde olduğunu ve psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerini, okulun misyonunun gerçekleştirilebilmesi için çok önemli bulduklarını ve bu hizmetin gerekliliğini vurguladıklarını gösteren araştırma sonuçlarına da rastlanmaktadır (Owen, Owen ve Ballestro,2009:218).

Rehber öğretmenlerin, rehberlik servisinin işleyişi ile ilgili olarak yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşleri incelendiğinde, araştırmaya katılan rehber öğretmenlerin büyük çoğunluğunun okuldaki diğer öğretmenlerin rehber öğretmenin derse girmemesini, kendilerine ait odalarının olmasını, rehber öğretmenlerin esnek çalışma saatlerinin olması nedeniyle okuldaki diğer öğretmenlerin kendilerini kıskandıkları görüşünde toplandığı tespit edilmiştir. Yukarıda öğretmenlerin rehber öğretmenlerin kendini diğer öğretmenlerden yalıtıldığı yönündeki görüşlerine karşılık rehber öğretmenlerin de öğretmenlerin kendilerini kıskandıkları yönündeki görüşleri ve ayrıca yöneticilerin de rehber öğretmenlerle etkili iletişim kuramadıkları yönündeki bulgular rehber öğretmenlerle öğretmenler arasında ve ayrıca rehber öğretmenlerle yöneticiler arasında iletişim ve işbirliği sorunları olduğunu göstermektedir. Bu bulguyu destekleyen başka araştırmalar da bulunmaktadır(Bakioğlu ve Gayık Asyalı, 2005; Can, 2010; Karaküçük, 2010). Oysa okul rehberlik hizmetlerinin başarısı ancak okul rehberlik hizmetlerinin okul rehberlik servisi, okul yönetimi ve öğretmenlerin işbirliği içerisinde çalışmasına bağlıdır. Okul rehberlik hizmetlerinin yürütülmesinde okul paydaşları arasındaki bu işbirliği eksikliğinin rehberlik hizmetlerinin etkililiğini düşürdüğü söylenebilir. Rehber öğretmenlerin karşılaştıkları diğer sorunların ise, okul yönetimi açısından bakıldığında, rehberliğe ilişkin olumsuz tutum içerisinde olması ve uyum içinde çalışmaması, çalışma alanına girmeyen konularda çalışmaya zorlanması, okul yöneticileri ve öğretmenlerin rehber öğretmenin görev ve sorumlulukları konusundaki eksik bilgilerinin olmaları sorunları saptanmıştır. Kendileri açısından bakıldığında ise, her rehber öğretmen için ayrılan özel bir odanın olmaması, odanın olması durumunda ise uygulama materyalleri yönlerden odanın donanımının yetersiz olması, rehber öğretmen sayısının az olması buna rağmen iş yükünün fazla olması; öğrenci açısından da bu durum onlarla bireysel görüşme yapmalarına engel olmasını öğrenciyi tanımakta ve yönlendirmede zorluklara yol açtığını savunmuşlardır. Okul yönetiminin bazen rehberlik hizmetlerinin önemi hakkında yeterince bilgiye sahip olmaması ve hatta rehberlik servisini sanki ayrı bir yönetim birimi ya da kendilerinin önemini azaltan bir birim gibi görmeleri sonucunda rehberlik servislerine okulda uygun yer tahsis etmedikleri ya da yer yokluğunu bahane ederek rehberlik servisine ayrılan mekanda aynı zamanda yönetsel faaliyetlerini sürdürmeleri rehberlik servisinin çalışmalarını sekteye uğratmaktadır. Bazı yöneticiler ise rehber öğretmenlere rehberlik açısından etik olmayan görevler vererek (örneğin başka birinin dersine girmek, disiplin kurullarında çalıştırmak vb.) rehberlik çalışmalarına zarar verebilmektedir. Halbuki yönetsel faaliyet alanı ile rehberlik çalışmaları birbirinden farklı çalışma alanları olmakla birlikte birbirini destekleyen ve tamamlayan çalışma alanlarıdır. Gerek yönetici ve öğretmenlerin, gerekse rehber öğretmenlerin üzerinde uzlaştıkları önemli sorunlardan birisi de rehber öğretmene düşen öğrenci sayısının fazla olmasıdır. İlgili yönetmeliğe göre rehber öğretmene düşen öğrenci sayısı yaklaşık 250 iken araştırmanın yapıldığı okullarda 400 ile 600 arasında değişmektedir. Hatta araştırmaya katılan bir ilkokulda yalnızca bir rehber öğretmen görev yaparken, okulda 1200 öğrencinin bulunduğu görülmüştür; bir de bununla birlikte rehber öğretmenlerin iş yükünün fazlalığı ile öğrencilere yeterince zaman ayırmalarının olanaksızlaştığı düşünülmektedir. Araştırmanın bu sonucu, çeşitli araştırmalar tarafından desteklenmektedir (Bakioğlu ve Gayık Asyalı, 2005; Can, 2010; Karataş, Şahin ve Baltacı, 2013). Oysa gerek Milli Eğitim Temel Kanunu, gerekse rehberlik ve psikolojik danışmanın öngördüğü eğitsel rehberlik, bireysel rehberlik ve mesleki rehberlik faaliyetlerinin başarısı ancak bu alanda yetişmiş yeterli rehber öğretmenin rehberlik servislerinde görevlendirilmesi ve okul paydaşlarınca desteklenmesi ile mümkündür. Rehber öğretmenlerin, RPD

servislerine ilişkin sorunlarına ait alan yazın incelendiğinde yine benzer bulgulara ulaşıldığı görülmüştür (Bakioğlu ve Gayık Asyalı, 2005; Can, 2010; Karaküçük, 2010). Karaküçük (2010), okul yönetiminin rehberlik hizmetlerine ilgisiz kalmasını, gerekli desteği vermemesini, okul müdürlerinin rehber öğretmen görev ve sorumluluklarını bilmediklerini, rehberlik servisinin önemini henüz kavrayamadıklarını, okul müdürlerinin rehber öğretmenden psikolojik danışma ve rehberlik alanı dışında kalan iş ve işlemlerin yapılmasını talep ettiklerini, okul müdürlerinin rehberlik servisini öğrencilerin sadece disiplin sorunlarının çözüldüğü bir yer olarak gördüğünü, sınıf rehber öğretmenlerinin ve diğer branş öğretmenlerinin rehberlik faaliyetlerine inanmadığını, gerekli desteği vermediğini, rehberlik dersi uygulamalarını tam olarak gerçekleştirmek istemediğini, öğretmenlerin rehberlik faaliyetleri konusunda bilgili olmadığını, rehberlik anlayışının henüz yerleşmemiş olduğunu ve rehberlik çalışmalarının sadece problemlili öğrencilere yönelik olduğunu düşündüklerini belirtmiştir.

Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık servislerinin daha etkili ve verimli çalışması için öncelikle mevcut rehber öğretmen sayısının artırılması ve rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısının düşürülmesi; böylece rehber öğretmenin iş yükü azaltılmalıdır. Okullarda rehberlik servisleri için uygun mekanlar oluşturulmalı ve bu mekanların donanımları sağlanmalıdır. Okul yöneticileri ve öğretmenlerin rehberlik hizmetlerinin yararı hakkında bilinçlendirilmeli ve okul paydaşları arasında rehberlik çalışmalarının yürütülmesinde işbirliği yapmaları özendirilmelidir.

## Kaynakça

- Akan, D., Çelik, Z& Diş, O. (2014). İlköğretimde yöneltme yönergesi uygulamalarının öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 58(58), 59-72.
- Akgün, E. (2010). Okul öncesi öğretmenlerinin bakış açısıyla anasınıflarındaki rehberlik hizmetlerinin değerlendirilmesi. *İlköğretim Online*, 2, 474-483.
- Bakioğlu, A. ve Gayık Asyalı, S. (2005). Rehber öğretmenlerin buldukları kariyer evrelerine göre okul yönetimini algılayışlarının niteliksel olarak incelenmesi. *Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 21, 89- 110.
- Balcı, A. (2013). Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler, Pegem A. Ankara
- Başaran, M. (2008). İlköğretim Okullarındaki Yönetici ve Sınıf Rehber Öğretmenlerinin Psikolojik Danışma ve Rehberlik Faaliyetlerinden Beklentileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Baymur, F. (1980) Türkiye’de rehberlik çalışmalarının başlangıç gelişimi ve sorunları, *Eğitimde Rehberlik Araştırmaları*, pp. 5-10.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14.
- Camadan, F. Sezgin, F. (2012) İlköğretim Okulu Müdürlerinin Okul Rehberlik Hizmetlerine İlişkin Görüşleri, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (38), 199-211
- Can, E. (2010). İlköğretim okullarında görevli rehber öğretmenlerin karşılaştıkları sorunların incelenmesi. 9. Ulusal Sınıf Öğretmenliği Eğitimi Sempozyumu (20-22 Mayıs 2010), Elazığ, 911-917.
- Çetinkaya, B. (2009). Rehberlikte temel kavramlar. Betül Aydın (Ed. ). *Rehberlik içinde*, 1-37. Ankara: Pegem Akademi.
- Çivilidağ, A. (2013). Gelişim Süreci Odağında Ergenlik Psikolojisi, Ankara: Nobel Yayınları.
- Çivilidağ, A., Günbayı, İ., ve Yörük, T. (2015). Mesleki rehberlik çalışmalarına ilişkin nitel bir analiz: Antalya örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(38), 573-594. <https://doi.org/10.17719/jisr.20153813667>
- Demir, M. (2010). Sınıf rehber öğretmenlerinin rehberlik anlayışları ve rehberliğe yönelik tutumları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Deniz, Z. (1993). Liselerdeki yönetici, sınıf öğretmeni ve ders öğretmenlerinin psikolojik danışma ve rehberlik



- hizmetlerine ilişkin beklentilerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Doğan, S. (1991). Başlangıcından bugüne Türk resmi dokümanlarında rehberlik kavramı ve anlayışı: Bir inceleme. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 1(1), 29-44.
- Doğan, S. (1995). Akılcı-Duygusal Terapi:Kuramsal Bir İnceleme . *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (6) , 29-36.
- Erdur-Baker, Ö. ve Çetinkaya, E. (2007). Etik: davranışta kırılma noktası. R. Özyürek, F. Korkut Owen ve D. Owen (Editörler), *Gelişen psikolojik danışma ve rehberlik, meslekleşme sürecinde ilerlemeler içinde*, Cilt 1, s. 163-182. Ankara: Nobel Yayın.
- Erkan, S. (2001). Okul Psikolojik Danışma ve Rehberlik Programlarının Hazırlanması. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara
- Erözkan, A. (1997). İlköğretim okullarında görevli yöneticiler ile öğretmenlerin PDR hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Gibson, R. L., & Mitchell, M. H. (1990). *Introduction to counseling and guidance*. (3rd ed). New York: Macmillan.
- Girgin, G. (2004). "Çağdaş Eğitim Sisteminde Öğrenci Kişilik Hizmetleri ve Rehberlik" Psikolojik Danışma ve Rehberlik. (Ed. Alim KAYA).. Ankara: Anı yayıncılık.
- Güler, M. (2007). İlköğretimde yöneltme yönergesi uygulamalarının rehber öğretmenlerin görüşleri doğrultusunda değerlendirilmesi, Yüksek lisans tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüz, B. (2008). Öğrenci kişilik hizmetleri ve rehberlik. Engin Deniz ve Atılğan Erözkan (Ed.). *Psikolojik danışma ve rehberlik içinde*, s. 3-33. Ankara: Maya Akademi.
- Güven, M. (2009). Milli Eğitim Bakanlığı müfettişlerinin okul rehberlik hizmetleri ve denetimiyle ilgili görüşleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 171- 179.
- Güvenç, M. (2001). Okullardaki rehberlik faaliyetlerinin yürütülmesinden karşılaşılan güçlükler. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Karaküçük, S. (2010). Okul rehberlik servislerinin fiziksel/mekânsal koşullarının incelenmesi (rehber öğretmenlerin mekânsal algıları bağlamında). *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 28(1), 421-440.
- Karataş, Z. & Şahin Baltacı, H. (2013). Ortaöğretim kurumlarında yürütülen psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine yönelik okul müdürü, sınıf rehber öğretmeni, öğrenci ve okul rehber öğretmenin (psikolojik danışman) görüşlerinin incelenmesi, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 427-460.
- Karip, E. Köksal, K., (1999). Okul yöneticilerinin yetiştirilmesi. *Eğitim yönetimi*. Ankara: Pegema Yayıncılık, 18, 193-207.
- Kepçeoğlu, M. (1993). Psikolojik danışma ve rehberlik. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- Kuzgun, Y (1991). Rehberlik ve Psikolojik Danışma Geliştirilmiş II. baskı: Ankara, ÖSYM Yayınları.
- Kuzgun, Y (2000). Meslek Danışmanlığı Kuramlar ve Uygulamalar. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- Kuzgun, Y. (2009). Rehberlik ve psikolojik danışma (10. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Landis, J. R. & Koch, G.G. (1977). The Measurement Of Observer Agreement For Categorical Data, *Biometrics*, 33, 159-174.
- Malterud, K. (2001). Qualitative research: Standards, challenges, and guidelines. *The Lancet*, 358(9280), 483-488.
- MEB (1973). Milli Eğitim Temel Kanunu, "1739 Sayılı Kanun", Resmi Gazete, 14574, 24 Haziran, 1973.
- MEB. (2003a). İlköğretimde yöneltme yönergesi. *Tebliğler Dergisi*, 2552
- MEB. (2003b). Psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri yönetmeliği. *Tebliğler Dergisi*
- MEB. (2020). Rehberlik ve Psikolojik Danışma Hizmetleri Yönetmeliği. Resmi Gazete (Sayı: 31213). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/>

- Meşeci, F., Özcan, N., Bozdemir, P. & vd. (2007). Öğretmen ve müdürlerin okul psikolojik danışma ve rehberlik servisine yönelik algıları. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 157-171.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.
- Onur, M. (1997). Giresun ili merkez liselerindeki yönetici, öğretmen ve öğrencilerin rehberlik anlayışlarının incelenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Owen, K. F., Owen, W.D ve Ballestero, V. (2009). *Counselors and administrators: the Collaborative Alliance in three Countries*. *Eurasian Journal of Educational Research*, 36, 23-38.
- Özabacı, N., Sakarya, N. ve Doğan, M. (2008). Okul müdürlerinin okuldaki psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), 8-22.
- Özdemir, E. (1991). Bazı Değişkenlerin Liselerdeki Öğrenci, Öğretmen, Danışman ve Yöneticilerin Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetlerinden Beklentilerinin Etkisi, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Hacettepe Üniversitesi, Ankara
- Özgüven, İ. E. (2007). *Psikolojik danışma ve rehberlik*. Ankara: PDREM Yayınları
- Özoğlu, S., Ç. (1982): "Eğitimde Rehberlik Ve Psikolojik Danışma", Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayınları, İzmir
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*. Teachers college press
- Silverman, D. (2016). *Qualitative research*. Sage.
- Şahin, H. (2010). *Kişisel Rehberlik ve Psikolojik Danışma*, A. Kaya (Ed.). *Psikolojik Danışma ve Rehberlik* (ss. 157-196). Anı Yayıncılık, Ankara.
- Tan, H. (1986). *Psikolojik danışma ve rehberlik [Psychological counselling and guidance]*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Taşkaya, S. M. ve Kurt, Y. (2010). İlköğretim okullarında psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine ilişkin sınıf öğretmenlerinin görüşleri. *International Conference on New Trends in Education and Their Implications*. 909-915.
- Teker, H. (2003). Okul idarecileri ve öğretmenlerinin okul rehberlik servisinin görevleri konusundaki bilinçlilik düzeylerinin belirlenmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Turan, Ü. & Kayıkçı, K. (2019). Lise Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Seçiminde Okul Rehberlik Hizmetlerinin Rolü, *e-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 14-33
- Tuzgöl-Dost, M. ve Keklik, İ. (2012). Alanda çalışanların gözünden psikolojik danışma ve rehberlik alanının sorunları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 389-407.
- Ültanır, E. (2003). *İlköğretim birinci kademe rehberlik ve danışma*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Ünal, E. (2004). İlköğretim okullarında profesyonel olmayan rehberlik çalışmaları ve eksikliği hissedilen hizmetler. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı bildiri özetleri, 6-9 Temmuz, İnönü Üniversitesi, Malatya. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Yerin Güneri, O., Büyükgöze Kavas, A. ve Koydemir, S. (2007). Okul psikolojik danışmanlarının profesyonel gelişimi: Acemilikten olgunlaşmaya giden zorlu yol. R. Özyürek, F. Korkut Owen ve D. W. Owen (Editörler), *Gelişen psikolojik danışma ve rehberlik, meslekleşme sürecinde ilerlemeler*, s.139-160. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9.Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yeşilyaprak, B. (2013). *21. Yüzyılda eğitimde rehberlik hizmetleri gelişimsel yaklaşım*. 21. Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Zalaquett, C. P. (2005). Principals' perceptions of elementary school counselors' role and functions. *Professional School Counseling*, 8(5), 451-457.

## Türk Sinemasından Örneklerle Toprağın Ödül ve Ceza İşlevleri

*Nagihan Çetin*

### Özet

Dünyadan içine aldığını değiştirip, dönüştüren ve tekrar dünyaya sunan toprak çok çeşitli işlevlere sahiptir. Bu işlevler; aldığını tutma, can verme, temizleme, bereketlendirme vb.dir. Türk kültüründe de dünya üzerinde insanın yaşama alanı olması, tarım faaliyetlerinin temelinde bulunması, ölen insanların pek çok kültürde toprağa gömülmesi gibi özellikleriyle insan hayatında oldukça önemli bir yere sahip olan toprakla ilgili pek çok inanış oluşmuştur. Bu inanışların temelinde ise toprağın işlevleri bulunmaktadır.

Bu çalışmada toprağın ödül ve ceza işlevleri üzerinde durulmuştur. Çalışma Türk sinemasından örnekler üzerinden yapılmıştır. Çalışmadaki filmler Türk sinemasının son yirmi yılı içerisinde seçilmiş; içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Seçilen filmlerin farklı senarist ve yönetmenlere ait olmasına dikkat edilerek çalışmanın örnekleminin çerçevesinin geniş tutulması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında toprağın hangi durumlarda ve amaçlarla ödül olarak kullanıldığı, hangi durumlarda ve sebeplerle ceza olarak işlev gördüğü tespit edilerek buna dayalı değerlendirmelerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Türk Sineması, Türk Kültürü, Toprak, İşlev, Ödül, Ceza.*

## The Functions Of The Land As Reward And Punishment With Examples From Turkish Cinema

### Abstract

The land that is believed to be sacred, to bear no dirt and to wash away all the evil has many functions in Turkish culture. As mankind cares about no element that has a function for themselves, there have emerged a lot of beliefs about the land. For, it has a very significant place in human life due to the fact that it is the living place for people on earth, it is the center of agricultural activities and the dead are buried under the ground in many different cultures. And the functions of the land are at the center of these beliefs.

In this paper, the functions of land as reward and punishment are emphasized. The study has been done through the examples from Turkish cinema. The films in the study have been selected from the Turkish cinema in the last 20 years. By paying attention to choose films from different directors and screenwriters, it is aimed to broaden the variety of the samples. In the study, in which cases and what purposes the land is used as reward and in which cases and causes it is used as punishment are determined.

**Keywords:** *Turkish Cinema, Turkish Culture, Land, Function, Reward, Punishment*

## I Giriş

İnsanın tabiat karşısında ürettiği her şey olarak tanımlanabilen kültür, tabiata karşı üretilirken tabiat tarafından da şekillendirilmektedir. Bu şekillendirmede tabiat unsurlarının insan ve toplum bünyesinde edindikleri yer, yüklendikleri işlevler ve taşıdıkları anlamlar etkindir. Birçok kültürel ve dini yapıda anasırı-erbaa olarak tanımlanan, tabiatın temelinde olduğu düşünülen su, ateş ve havanın yanında yer alan toprak, söz konusu kültürler içerisinde yaratılış mitlerinden eskatoloji tasavvurlarına kadar yer bulmaktadır. Örneğin “Geçmişten bu yana insanın değer verdiği önemli unsurlardan biri olan toprak, dünya milletleri tarafından çeşitli dönemlerde farklı anlamlar kazanmış ve birtakım değerlerle anılmıştır. Bunlardan en belirginini kadınlı toprak arasında kurulandır. Toprak, canlılara besin, yuva sağlaması özelliğiyle kadınlı özdeşleştirilmiş doğurganlık vasfı yüklenerek onurlandırılmıştır” (Güven, 2018: 96). Toprağın Türk kültüründe de yerine getirdiği işlevler sebebiyle birçok anlamları yüklenerek yer edinmiş bir unsur olması onun, inanç inanış, sözlü edebiyat, halk hekimliği, el sanatları, halk botaniği gibi birçok alanda etkin olarak kullanılmasını sağlamıştır. Toprağın Türk kültüründeki yerini ve toprağa dayalı kabulleri genel hatları ile şu şekilde özetlemek mümkündür:

Türk kültüründe yaşlılar “eski toprak” olarak nitelendirilirken bitkin insanların üzerine ölü toprağı serpildiği söylenir. Elindekiyle yetinmeyene “Gözünü toprak doyursun” diyerek beddua edilirken, ölene “Toprağı bol olsun” diye dua edilir. Toprağa dokunmak, toprak yemek, toprakta yatmak şifa vesilesi olarak kabul edilir. Âşık edebiyatında topraktan her ayrılık gurbet, toprağa her varış sıldır. Bir karış toprak için cinayetler işlenirken vatan toprağını savunmamak, askerden kaçmak “hainlik” olarak tanımlanır. Özellikle köyünden büyük şehirlere göçen kişilerin yaşlandıkları zaman, öldüklerinde köylerine gömülmelerini vasiyet etmeleri yaygın ve kabul gören bir dilektir. Bu kültür içerisinde bir yandan teolojik olarak Hz. Adem’in yaratılışına atıfta bulunularak “Aynı topraktan geldik biz bize benzeriz” diye türkü yakılırken aynı köyün, şehrin insanları farklı bir grubun içerisinde kendilerini ötekenden ayırmak için “Toprağım” şeklinde bir nitelendirmeyi tercih edebilmektedir. Türk kültüründe toprağa dayalı inanç inanış ve genel kabuller bu şekilde iken toprağın işlevleri çok daha çeşitli ve hayatın olağan akışı içerisinde toprağın fiziki ve kimyasal özellikleriyle de uyumlu ve halk kültürü tarafından hem desteklenen hem de bu kültürü biçimlendiren bir nitelik taşımaktadır.

1-Tarımın temel unsuru topraktır. Her ne kadar bugün için farklı yöntemlerle, topraksız, suni ortamlarda tarım yapma girişimleri olsa da tarım için toprak önemini hâlâ korumaktadır (Anaç, 2016; Gül, 2012; URL-1).

2-Tarımın temel ögesi olmasının yanında toprak, yiyecek içeceklerin pişirilmesinden, sunumuna, sunumundan depolanmasına kadar kullanılan bir araçtır (Kasapoğlu Akyol, 2012: 316-333). Arkeolojik kazılar sonucu elde edilen veriler insanlığın tekâmülünde ateşin bulunmasını takiben toprağın pişirilerek tencere benzeri aletler yapıldığını ve avcı toplayıcı olan insanlığın yerleşik hayata geçerek elde ettikleri ürünleri pişirmelerinde toprak kapların rolünü göstermektedir. Yeme içme alışkanlığındaki bu değişimin insanın fiziksel özellikleri yanında zihinsel olarak gelişimine de katkı sunduğu bilinmektedir.

3-Toprak bir dinlenme aracıdır. Toprakla uğraşan, toprağa değen insanların daha sağlıklı, dingin oldukları düşünülmekte ve bu durumun bilimsel açıklaması günümüzde bilim insanları tarafından yapılmaktadır. Bilim insanlarının, insanların toprakla temasını arttıracak projeler üzerinde çalışması, alternatif tıbbın yanında modern tıp doktorlarının da hastalarına toprakla temas etmelerini önermeleri toprağın bu işlevindedir.

4-Toprak bir temizlik, temizleme aracıdır. Türkçedeki “Toprak kir tutmaz” sözü bu kabulün bir tezahürüdür.

5-Toprak gizler. Toprak, insanlar için gizleme işleviyle her zaman önemli olmuştur. İster mitolojik ister dini bilgi olarak kabul edilsin, ilk insanlar olarak bilinen Hz. Adem ile Hz. Havva'nın çocuklarından Kabil'in Habil'i öldürdükten sonra cesedini ne yapacağını bilmediği anda, bir karganın toprağı eşerek ölmüş başka bir kargayı gömdüğünü görmesi üzerine, Kabil'in de toprağı kazarak kardeşi Habil'i gömmesi, bugün için de dünya üzerinde pek çok kültürde, Türk kültürü de dâhil, ölenin toprağına gömülmesi toprağın gizleme işlevindedir. Çünkü "Toprak, büyük dinî geleneklerin insanoğlunun yaratılışını içeren anlatılarında temel unsur olarak ele alınır. Toprağına, hem yaşam döngüsünün başlangıç maddesi olarak hem de insanın ölümlü oluşunun sembolizmi anlamında güçlü bir vurgu söz konusudur. Toprak unsurunun merkezî bir konumda olduğu sembolik ve büyüsel nitelikte birçok inanış, ritüel ölüm etrafında kümelenmiştir" (Eren, 2012: 260).

6-Toprağın gizleme işlevinin etkin olduğu bir başka konu madenlerdir. Altın, gümüş, elmas, kömür gibi değerli madenlerin toprak altında olması, toprağın bir bakıma doğal olarak bunları gizlemesidir. Bu gizleme aynı zamanda toprağın doğurgan, anne/ana, dişil olarak kabul edilmesiyle de doğrudan ilgilidir. Toprak, kendi içerisindeki sınıflamalarda demir gibi eril ve altın gibi dişil olarak kabul edilen madenlerin hepsini gizleyip sonrasında doğurma işlevine sahiptir. Uğur Çerikan bu durumu "Türk kültüründe toprak, su kaynaklarını, madenleri ve tüm cevherleri içinde saklayan bir hazinedir. Bu hazine, içindeki yararlı maddeleri bir ana sütü gibi besleyerek üretimi ve çoğalmayı destekleyen doğurgan bir ana görevi üstlenmiştir" şeklinde ifade etmektedir (Uğur Çerikan, 2018: 625).

7-Topraktan yaratılır, üretilir. Yaratılış mitlerinden semavi dinlere varıncaya kadar birçok yapıda insanın topraktan yaratıldığı inancı yaygındır. Örneğin, Kur'an-ı Kerim'de "Muhakkak sizi topraktan yarattık..." (Hacc, 22/5) mealinde pek çok ayetle insanın topraktan yaratıldığı vurgulanmıştır. İnsanın topraktan yaratıldığına inanıldığı gibi, besin maddelerinin çoğu da elverişli koşulların oluşmasıyla topraktan yetiştirilir, üretilir. Toprak bu yaratma özelliği ile kadın rahmi ile özdeşleştirilmiş, toprağına tohumun ekilmesi durumu toprağın gebeliği olarak tanımlanmış ve hasat alınması toprağın doğurması şeklinde yorumlanmıştır (Salman, 2013: 47-59).

8-Toprak, insanların maddi ihtiyaçlarıyla birlikte estetik ihtiyaçlarına da cevaplar sunar. Toprağın, heykeltıraşlık, çinicilik, çömlekçilik gibi birçok sanat ve zanaatta hammadde olarak kullanılması da sağaltıcı işleviyle bağlantılı bir diğer işlevi olarak belirtilebilir.

9-Toprak, ödül ve cezadır. Özellikle insanın toprağına bağımlı olarak yaşaması ve toprağın ekonomik güç olarak algılanması sebebiyle Türk kültüründe toprak bir ödül ve ceza aracı olarak kullanılmaktadır. Destanlarda, halk hikâyelerinde yer verilen evlenen kişiye toprak verilmesi uygulaması özellikle reel hayatta köy hayatı içerisinde de devam etmektedir. Aileler evlenen erkek çocuklarına toprak vererek hem evlilikleri için onları ödüllendirmekte hem de yaşamlarını idame ettirebilecekleri aracı onlara sunmaktadırlar. Bir kişinin elinden toprağının alınması ya da toprağının kullanılamaz hale gelmesi ya da getirilmesi ise ceza olarak değerlendirilmektedir.

Hâsılı Türk kültüründe toprak; ev, vatan, namus, aidiyet, sıra, kadın, ana, bereket, temizlenme, arınma, şifa, dinlenme, zenginlik, ödül ve cezadır. Bu çalışmanın konusu ise Türk sinemasının son dönem filmlerinde ödül ve ceza olarak topraktır.



## I Türk Sinemasında Toprak

Türk sinemasında toprak sıklıkla işlenen bir konu iken toprak temasının işlendiği sinema filmleri çoğunlukla “toprak ağalığı” ve “köy yaşamı” üzerine kurgulanmıştır. Gerek köy hayatının gerekse toprak ağalığının merkezinde yer alan “Toprak köylü için yemek, statü, sevda demektir. Bu nedenle de kutsaldır” (Pösteği, 2012: 143).

“1930’lu yıllardan 2000 yılına kadar Türkiye’de 405 tane köy konulu film çekildiği bilinmektedir” (URL-2). Bu filmlerde, sıklıkla toprak sahibi olan ağa ve ağadan toprağını, bir bakıma yaşam hakkını almaya çalışan köylü kavgası işlenmiştir. Çünkü “Toprak mücadelesi insanlık kadar eskidir aslında. Bu sefer köy fonunda olsa da her çağda ve her zamanda gücün sembolü topraktır. Toprak savaşında güçlü olanın daha avantajlı olduğu açıktır” (Pösteği, 2012: 160).

Türk sinemasında toprağın köy hayatındaki yerini ağanın gücü, köylünün toprak için çalışması, toprağını kaybedince ne durumu düştüğü, toprağın verimli olması ya da olmaması, toprak için verilen resmi ve gayri resmi mücadelenin yeri, önemi gibi konular çok boyutlu olarak ele alınırken, yukarıda sözü edilen toprağın, tedavi, arınma, temizlenme, yaratılış, gizleme, psikolojik rahatlama, estetik ihtiyacını giderme gibi diğer işlevleri az da olsa yer almaktadır. Toprağın bu işlevleri yanında ödül ve ceza işlevleri de üzerinde çok durulmasa da yer verilen işlevlerdendir. Ödül, “Bir başarı karşılığında verilen armağan, mükâfat; bir iyiliğe karşılık verilen armağan, mükâfat” (URL-3) iken ceza, “Uygunsuz davranışlarda bulunanlara uygulanan üzüntü, sıkıntı, acı verici işlem veya yaptırım; suç işleyen bir kimsenin yaşantısına, özgürlüğüne, mallarına, onuruna karşı yasaların öngördüğü yaptırım”dır (URL-4).

Türk sinemasında toprağın ödül olması da ceza olması da iki boyutlu olarak görülmektedir. Bunlardan ilki insan ile insan arasında, diğeri ise insan ile yaratıcı ya da tabiat/toprak ana arasındadır. Toprağın ödül işlevi, örneğin insanın insana toprak, yer yurt vererek ödüllendirmesinde olduğu gibi, insan ile insan arasındayken; toprağın bereketli olması, ürünün fazla olması insan ile yaratıcı ya da tabiat arasındaki ödüllendirir. Aynı şekilde insanın toprak yutturularak, toprağa gömülerek cezalandırılması insan ile insan arasındaki bir cezalandırma iken, toprağın bereketsiz olması, mahsul vermemesi, toprak kaymaları yaratıcı ya da tabiatın insanı cezalandırması olarak yorumlanmaktadır. Her ne kadar insan ile yaratıcı ya da tabiat arasındaki cezalandırma ilişkisine dayalı görüş, toprak kaymaları gibi afetlerde insanın hatasını ya da ihmali göz ardı ediyor gibi görülse de aslında yaratıcının ya da tabiatın cezalandırması, yukarıdaki tanımda yer verilen cezanın uygunsuz davranışlarda bulunanlara karşı uygulanan bir yaptırım olduğu özelliğinden bağımsız değildir.

Bu çalışmada dram, polisiye, fantastik gibi farklı türlerden seçilen konu ya da temasında doğrudan toprağın yer almadığı fakat toprağın ödül ve ceza işlevlerine yer verilmiş olan yapımlar incelenmiştir.

## I Toprağın Ödül ve Ceza İşlevlerine Türk Sinemasından Örnekler

*O da Beni Seviyor*



(URL-5)

Film, 2001 yapımı, dram/duygusal türündedir. Filmde askerden gelen üç arkadaş sonraki yaşamlarında ayrı düşmemek için aynı yerden toprak alırlar. Sonrasında taraflardan ikisi bu toprakların işe yaramadığını söyleyerek satmak ister. Birinin kardeşi, birinin oğlu elde edecekleri para ile geleceklerini planlamak istiyorlardır. Bu arkadaşlardan birinin (Kemal'in) annesi toprağın insan için olduğunu ve satmalarını söyler. Fakat Kemal'in kardeşini terk eden kocası gelip topraklar hakkında konuşacaklarını, karısının lafının geçmeyeceğini söyleyince karısı tarafından bıçaklanır. Kadın (Saliha) akıl hastanesine yatırılır. Filmin sonunda bir kadın "Allah kimseyi toprağından yurdundan ayırmaya" şeklinde dua eder. Çünkü insanın ait olduğu topraktan ayrılışı gurbet olarak kabul edilir ve gurbet özlem, acı, ayrılık, yalnızlık gibi birçok kavramla bir anlam çerçevesine sahip olduğundan istenmeyen, "kötü", "ceza" olan bir durumdur.

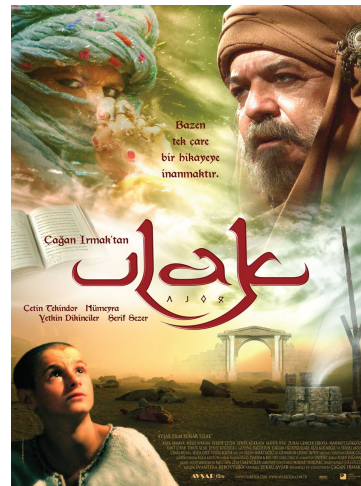
**Hacivat Karagöz  
Neden Öldürüldü?**



(URL-6)

Film, 2006 yapımı dram/komedi türündedir. "Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü" filmi, Orhan Gazi döneminde Anadolu topraklarında geçmektedir. Hacivat elçilik yapan kurnaz bir tipken Karagöz masum bir Yörük'tür. Çeşitli olaylarla bu ikisinin yolları keşişir ve Orhan Gazi huzurunda bir temaşa sergilerler. Fakat bu temaşada şakayla karışık olarak dönemin devlet adamlarının yaptıkları hırsızlıklardan bahsederler. Orhan Gazi'nin bu gösteri çok hoşuna gider ve bu ikiliyi ödüllendirmek ister. Vereceği ödül ise topraktır. "Şu Yörük ile Hacivat'a da bol bol arazi verin de çoğalsınlar".

**Ulak**



(URL-7)

Film, 2007 yapımı, dram/gizem türündedir. Filmde insanları doğruya iletmeye çalışan Mehmet ve arkadaşları kötüler tarafından öldürülür. Köye ulak olarak gelen İbrahim her şeyi bildiğini, kötülerini ve yaptıkları kötülüğü herkese anlatacağını söyler. Onu da öldürmeye kalkışsınlar fakat İbrahim kurtulur. Onu öldürmeye kalkanları toprak içine alır ve cezalandırır. Filmde kötülerin sonu "Ve toprak azizliğini gösterdi..." şeklinde bildirilir. Bu söz toprağın aziz, kutsal olarak kabul edildiğinin de bir göstergesidir.

*Ejder Kapani*

(URL-8)

Film, 2009 yapımı gerilim/polisiye türündedir. Ensar, askerliğini Güneydoğuda yapıp evine dönen bir askerdir. Kız kardeşine, iki kişinin tecavüz ettiğini, bu yüzden kardeşinin intihar ettiğini öğrenir. Bunun üzerine kardeşinin mezarında “Seni kirletenlerin gırtlığına şu mezarın toprağını sokmazsam bana da bundan sonra şerefsiz Ensar desinler.” şeklinde yemin eder. Fakat yeminini yerine getiremeden ölür. Ölmeden hemen önce yanında olan komiser Celal’e “Yemin ettim, kardeşimin toprağını gırtlaklarına sok.” der. Komiser Celal de bu isteği yerine getirir ve sadece Ensar’ın kardeşine tecavüz edenleri değil, o yıl afra hapisten çıkan, çoğunluğu çocuklara taciz ve tecavüzden ceza almış olan yirmi beş civarında kişiyi öldürür. Bunu yaparken de adı “Ejder” olan bir tür hayvanla öldürdüklerine işkence eder. Ölenlerin vücutlarından toprak parçaları çıkar. Komiser Celal, böylelikle hem Ensar’ın vasiyetini yerine getirir hem de geçmişte tecavüzle öldürülmüş olan dört yaşındaki kendi kardeşinin intikamını da almış olur.

*New York’ta Beş Minare*

(URL-9)

Film, 2010 yapımı, aksiyon/kara film/macera/polisiye/politik içeriklidir. Film kan davasından kaçan Hacı Gümüş ile onu bulup öldürmek için polis olan Fırat Baran’ın hikâyesini anlatmaktadır. Hacı Gümüş’ün ağabeyi, Fırat’ın babasını öldürmüştür, fakat suçu Hacı Gümüş üstlenmiş ve yurtdışına kaçmıştır. Orada çok iyi bir insan olarak bilinmektedir. Hacı, olanlar için çok üzgündür, kan davasından da çok şikâyetçidir. Suçu üstlenmesinin cezasını da yıllarca vatanından, toprağından ayrı kalarak çekmektedir. Filmin sonunda Fırat, Hacı Gümüş’ü yakalar, Türkiye’ye getirir ve sorgusunda babasını aslında onun öldürmediğini öğrenir. Hacı’dan af diler ve onu memleketeye, senelerdir gitmediği, doğduğu topraklara götürmek ister. Hacı Gümüş aslında oraya gittiğinde Fırat olmasa da başka biri tarafından öldürüleceğini bilmektedir, fakat hem hasret olduğu toprakları görmek hem de annesine kavuşmak için gider. Gittiği zaman da Fırat’ın dedesi tarafından öldürülür.



## I Sonuç Ve Değerlendirme

Türk sinemasında toprak denilince akla ilk olarak köy filmleri, toprak sahipliği, yoksunluğu ve ağalık konuları gelmektedir ve toprak üzerine yapılmış çalışmalar da bu minvaldedir. Toprak, köy insanının dramatik hayatında köylünün edinmek ya da korumak için mücadele verdiği, ağa ya da beyin ise zenginliğinin, gücünün göstergesi olarak işlenmiştir.

Bu çalışmanın ilk bölümünde toprağın Türk kültüründeki yeri inanç, inanış ve genel kabuller ekseninde sunularak toprağın yüklendiği işlevler tespit edilerek açıklanmıştır. Çalışmanın devamında Türk sinemasında toprağın ne şekillerde yer aldığı üzerinde durularak Türk sinemasının son yıllardaki örnekleri üzerinden toprak merkezli bir inceleme yapılmıştır. Yapılan incelemede konunun odak noktasına dayalı olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmada Türk kültüründe birçok anlam ve işleve sahip olan toprağın Türk sinemasında da kendisine yer bulduğu, bu yer buluşun toprağın insandan insana ve yaratıcıdan /tabiattan insana şeklinde iki türlü ve ödül ile ceza olarak iki zıt işlevli olarak gerçekleştiği görülmüştür. Ulak ve Ejder Kapanı'nda toprağın ceza işlevleri ön planda iken, Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü filminde toprak bir ödül olarak kullanılmıştır. New York'ta Beş Minare ve O da Beni Seviyor filmin de ise toprak sahibi olmak, doğduğu topraklara dönmek ödül iken toprak için kavgaların çıkması, yıllar sonra dönülen memleket toprağında öldürülmek cezadır. Yapılan incelemede toprağın ödül ve ceza işlevinin iki boyutlu olduğu görülmüştür. Ulak filminde, Mehmet'i, arkadaşlarını ve İbrahim'i öldürenleri toprak içine alarak cezalandırmış, ceza yaratıcıdan/tabiatın insana gelmiştir. Ejder Kapanı'nda ise çocuklara tecavüz edenler, Ensar'ın vasiyeti ile Celal tarafından boğazlarına toprak sokularak cezalandırılmışlardır. Ceza, insandan insana şeklinde verilmiştir. Yine, Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü filminde Hacivat ve Karagöz'e Orhan Gazi tarafından bağışlanan toprakla ödül insandan insana sunulurken, New York'ta Beş Minare filminde Hacı Gümüş'ün yıllar sonra vatanına, doğduğu topraklara kavuşması yaratıcıdan insana verilen bir ödül olarak görülmektedir.

Teşvik ve men etme, yöneltme ve sakındırma, takdir etme ve cezalandırma araçları olarak kabul edilen ödül ve ceza mekanizmasında, ödül ve ceza olarak kullanılacak aracın birey için anlamlı ve etkili olması gerekliliğinden hareketle toprağın incelenen yapımlarda bir araç olarak kullanılmasının onun kültürel olarak yüklenmiş olduğu anlam ve işlevlere dayalı olduğu sonucuna varılmıştır.

## I Kaynakça

- Anaç, D., Edit. (2016). Topraksız Tarım ve Bitki Besleme Teknikleri, İstanbul, Nobel Yayınları.
- Eren, M. (2012). "Türk Kültüründe Ölüm ve Toprakla İlgili İnanış ve Ritüeller", ACTA TURCICA, Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi, Yıl 4, Sayı 1, Ocak 2012 "Kültürümüzde Toprak", Ed. Emine Gürsoy Naskali, Hilal Oytun Altun, 259-271.
- Gül, A. (2012). Topraksız Tarım, İstanbul, Hasad Yayıncılık.
- Güven, F. (2018). "Topraktan Yurda Mitin Dönüştürücülüğü", Dil ve Edebiyat Araştırmaları, Ed. Güray Alpar, iksad Yayınevi.
- Salman, M. (2013). "Tohum ve Toprak Metaforu Üzerinden Bir Olağanüstü Doğum Ritüeli: Buğday Oğullar, Mercimek Kızlar", folklor/edebiyat, cilt 19, sayı 74, 2013/2, 47- 59.
- Kasapoğlu Akyol, P. (2012). Kullanım Şekilleri ve Geleneğiyle Kültürümüzde Toprak, ActaTurcica, Yıl IV, Sayı 1, Ocak 2012, "Kültürümüzde Toprak", Edit. Emine Gürsoy Naskali, Hilal Oytun Altun, 316-333.
- Pöstek, Nigar (2012). Türk Sinemasında Toprak Mülkiyetine Bakış, Acta Turcica, Yıl IV, Sayı 1, Ocak 2012, "Kültürümüzde Toprak", Edit. Emine Gürsoy Naskali, Hilal Oytun Altun, 141-171.
- Uğur Çerikan, F. (2018), Türk Kültüründe Demir, Ankara, Grafiker Yayınları.
- URL-1: Topraksız Yetiştiricilikte Kullanılan Sistemler, <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/alata/Belgeler/Digerbelgeler/Topraks%C4%B1zk%C3%BCIt%C3%BCrHP%C4%B1nar.pdf> (Erişim tarihi: 10.08.2020).
- URL-2: Kara, M. (2016). <https://www.evrensel.net/yazi/78164/sinemamizda-koy-filmleri>, (Erişim tarihi: 4.09.2017).
- URL-3: Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim tarihi: 10.08.2020).
- URL-4: Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim tarihi: 10.08.2020).
- URL-5: O da Beni Seviyor, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-80108/>, (Erişim tarihi: 10.08.2020).

16.09.2020).

URL-6: Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü, <https://medium.com/mozartcultures/hacivat-karag%C3%B6z-neden-%C3%B6ld%C3%BCr%C3%BCld%C3%BC-film-m%C3%BCzikleri-%C3%BCzerinden-bir-i%CC%87nceleme-20e1f4e841ee>

URL-7: Ulak, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-133440/>, (Erişim tarihi: 16.09.2020).

URL-8: Ejder Kapanı, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Ejder\\_Kapan%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ejder_Kapan%C4%B1), (Erişim tarihi: 16.09.2020).

URL-9: New York'ta Beş Minare, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-186864/>, (Erişim tarihi: 16.09.2020).

URL-10: O da Beni Seviyor, <https://www.intersinema.com/o-da-beni-seviyor-filmi/>, (Erişim tarihi: 26.08.2020).

URL-11: Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü?, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-110141/>, (Erişim tarihi: 26.08.2020).

URL-12: Ulak, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-133440/>, (Erişim tarihi: 26.08.2020).

URL-13: Ejder Kapanı, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Ejder\\_Kapan%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ejder_Kapan%C4%B1), (Erişim tarihi: 26.08.2020).

URL-14: New York'ta Beş Minare, <http://www.beyazperde.com/filmler/film-186864/>, (Erişim tarihi: 26.08.2020).

Ekler

Ek 1:

Filmin Adı: O da Beni Seviyor

Yönetmeni: Barış Pirhasan

Senaryo Yazarı: Barış Pirhasan

Yapımcı: Abdullah Baykal

Oyuncuları: Lale Mansur, Luk Piyes, Ece Ekşi, Ali Ökçelik, Ayla Algan.

Vizyona girdiği tarih: 12.10. 2001 (URL-10).

Ek 2:

Filmin Adı: Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü

Yönetmeni: Ezel Akay

Senaryo Yazarı: Levent Kazak

Yapımcı: Bahadır Atay, Serkan Çakarer

Oyuncuları: Beyazıt Öztürk, Haluk Bilginer, Şebnem Dönmez, Güven Kıraç, Ayşen Gruda

Vizyona girdiği tarih: 17.02. 2016 (URL-11).

Ek 3:

Filmin Adı: Ulak

Yönetmeni: Çağan Irmak

Senaryo Yazarı: Çağan Irmak

Yapımcı: Şükrü Avşar

Oyuncuları: Hümeysra, Çetin Tekindor, Yetkin Dikinciler

Vizyona girdiği tarih: 25.01.2008 (URL-12).

Ek 4:

Filmin Adı: Ejder Kapanı

Yönetmeni: Uğur Yücel

Senaryo Yazarı: Kubilay Tat

Yapımcı: Erol Avcı

Oyuncuları: Uğur Yücel, Kenan İmirzalıoğlu, Nejat İşler, Berrak Tüzünataç

Vizyona girdiği tarih: 22.01. 2010 (URL-13).

Ek 5:

Filmin Adı: New York'ta Beş Minare

Yönetmeni: Mahsun Kırmızıgül

Senaryo Yazarı: Mahsun Kırmızıgül

Yapımcı: Murat Tokat

Oyuncuları: Mahsun Kırmızıgül, Haluk Bilginer, Robert Patrick, Mustafa Sandal

Vizyona girdiği tarih: 5.11.2010 (URL-14).



## “Medya Ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar” Kitabı

(Muratoğlu Pehlivan, Bahar vd. “Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar”, İstanbul: Hiperyayın, 2020)

Meltem Deniz Doğan

### Özet

Dijital iletişimin, bireyin yaşamının ayrılmaz bir parçası olduğu bir çağda, dijital medyalarda oluşan yeni kültürel ortamların ve sanal mekânların içerisinde yer alan bireylerin temsili ve bu ortamlarda bireyler arası kurulan ilişkilerin hüviyeti, çağımızın en büyük problemlerinden birisini oluşturmaktadır. Toplumsal cinsiyet temelli kabul, baskı ve önyargıların, özellikle küreselleşme süreci ve yeni medya çağında, medya kanalları aracılığıyla çizilen temsillerin yaygınlığı ve eşzamanlı olarak çok büyük kitlelere erişimi düşünüldüğünde; bu yeni sorunların akademik açıdan incelenmesi de giderek daha önemli bir hâle gelmektedir.

Toplamda sekiz bölümden oluşan ve Hiperyayın’dan Bahar Muratoğlu Pehlivan’ın editörlüğünde çıkan Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar, toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisini, farklı bakış açıları ve yöntemlerle kaleme alınmış bölümlere okuyucunun dikkatine sunmaktadır. Yeni medya, sosyal medya, sinema ve televizyon gibi farklı kültürel ortamlarda yer alan üretimlerde yer alan toplumsal cinsiyet temelli temsillerin tartışılması ve incelenmesi, çağımızın problemlerinin çözümü için de bir basamak oluşturmak anlamına da gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: medya, toplumsal cinsiyet, kitap, inceleme.

## Discussions on Media and Gender

(Muratoğlu Pehlivan, Bahar vd. “Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar”, İstanbul: Hiperyayın, 2020)

### Abstract

Digital communication has become an integral part of the individual’s life in our age. The representation of individuals in the new cultural mediums formed through digital channels and the qualities of the relationships established between individuals constitute one of the biggest problems of our age. In the globalization process and the new media age, gender-based acceptance, oppression, and prejudices reach large masses simultaneously through media channels. This situation makes it even more important to examine new problems in terms of gender representation from an academic perspective.

Published by Hiperyayın, under the editorship of Bahar Muratoğlu Pehlivan, the book titled “Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar” presents the relationship between gender and media to the attention of the reader in eight chapters written with different perspectives and scientific methods. Discussing and analyzing gender-based representations in the productions presented through new media, social media, cinema, and television is also a substantial step in solving the problems of our age.

**Keywords:** media, gender, gender studies, book review.

## I Giriş

Toplumsal cinsiyet kavramının akademik yazında yerini almaya başlaması, kadın ve erkekte oluşan insanın iki cinsiyetine, yalnızca biyolojik açıdan değil, psikolojik ve toplumsal açıdan bakmanın yeni bir yolunu açmıştır. Biyolojik cinsiyetten ayrılan toplumsal cinsiyet kavramı, toplum ve kültürce belirlenen; içeriğinin ise toplumdan topluma, tarihsel olarak değişebildiği bir cinsiyet konumunu yahut kimliğini ifade etmektedir. Toplumların tarih boyunca çoğunlukla biyolojik cinsiyetin getirdiklerini, kültür içerisinde tanımlayan geleneksel dünya görüşleri içerisinde kadınların ve erkeklerin rolleri, birbirinden kesin çizgilerle ayrılacak şekillerde belirlenmiş; bu roller etrafında hayatları için yol haritaları, örnek modeller geliştirilmiş ve bu rollere uygun statüler kazanmaları desteklenmiştir. Modern çağlarda söz konusu algılanış ve yorumlayış biçimlerinin yeni hayat tarzına uyması, yeni düşünce biçimlerine kapı aralaması ile bu roller arasındaki çizgiler daha az belirginleşse, hatta zamanın gereklilikleri sebebiyle kadın ve erkek cinsiyeti arasındaki bazı roller, ortak olarak paylaşılabilirse bile bu iki cinsiyetin temsil sorunu, güncelliğini korumaktadır.

Toplumların haberleşme, siyasi ve ticari faaliyetler ile kültür hareketleri bakımından birbirlerine yaklaşmaları ve bunların alışverişinden doğan bir uluslararası bütünleşme süreci olarak tanımlayabileceğimiz küreselleşme, internet ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile kendisine, 20.yüzyılın başlarından itibaren, daha önce olmadığı kadar büyük bir yaşam alanı bulmuştur. Böylece toplumların cinsiyet temsilleri ve cinsiyet odaklı yaklaşımları da, tıpkı ürün ve fikir alış veriş gibi, anlık biçimde, coğrafya ve dil sınırları tanımayarak bir toplumdan diğerine ulaşabilmiş; cinsiyet rollerini içeren söz konusu sınırlar da doğru orantılı olarak giderek birbirine yaklaşmıştır. Küresel düzeyde temsilleri iki yönlü bir alış veriş ile etkileyen bu yakınlaşma, elbette ki yerel düzeyde, toplumların kendi içlerindeki temsillerini de dönüştürebilmektedir.

Medya kavramı, zaman ve mekân içerisinde iletileri birbirinden çok farklı yerlerde bulunan alıcı kitlelerine ulaştırabilen araçları ve ortamları tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle kitap, dergi gibi yazılı basılı materyaller; fotoğraf, radyo, televizyon ve sinema gibi görsel ve işitsel teknolojilerin hepsi, birer medya örneğidir. Zaman ve teknolojiye göre değişim gösteren medyalar, kitle iletişim araçları ve ortamları, geçirdikleri her dönüşümde bir başka özellik kazanıp, kendileri etrafında bir başka kültürel dönüşüme de yol açmışlardır. İnternet ağları yahut bir başka deyişle Web 2.0 teknolojisi ile medyanın da tıpkı küreselleşme gibi en geniş ve hızlı değişim süreci başlamış; süreç, medyanın geleneksel üretimini, tüketimini ve kullanımını da değiştirmiştir. Yeni medyada alıcılar, okuyucu, dinleyici, tüketici gibi konumların yanında, tek tek bireyler olarak üretici konumuna da geçmişlerdir. Pasif değildirler, medyada sunulanı almakla kalmazlar, katkı sunarlar, gereksinimleri doğrultusunda sunulan içeriklere müdahale ederler.

Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda, ister geleneksel isterse de yeni olsun, medyanın toplumlar üzerindeki yaşamsal etkisi yadsınamayacağı gibi, özellikle yeni medya çağında, küreselleşme sürecinde, medyada çizilen toplumsal cinsiyete dayalı temsiller üzerine çalışmak daha önemli ancak bir o kadar da daha çetrefilli bir hâle gelmektedir. Artık eşzamanlı olarak daha önce hiç olmadığı kadar yaygınlığa ulaşabilen temsiller söz konusudur ve bu da onların kitleleri etkileme oranlarını, aynı derecede artırmaktadır. Sağlanan bütün imkânların sayesinde ve bu imkânların yaygınlığı ile paralel olarak medya kanalları aracılığıyla üretilen temsiller, artık tek bir kanaldan gelmemektedirler. Her bireyin üreten konumda olduğu ve her üretimin de yaygınlaşmaktan bir an uzak olduğu bir çağda, bu temsillere yetişebilmek, denetleyebilmek yahut analiz edebilmek de zorlaşmaktadır.

Hiper yayın'dan Bahar Muratoğlu Pehlivan'ın editörlüğünde çıkan *Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar*, sosyal ağlar ve bu ağlarda yer alan uygulamalara eğilmesi bakımından bu önemli konuya bilimsel açıdan destek sağlamayı amaçlamaktadır.

## I Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar

Kitap, editörün önsözünün ardından, Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül ve Nagihan Çetin'in "Minyatür Anneler" başlıklı bölümü ile açılıyor. Akgül ve Çetin, Türk sineması ve dizileri üzerinden, toplumsal cinsiyet dairesinde kadına atfedilen değerlerden biri olan "ablalık" kavramının temsiline eğiliyorlar. İncelenmek için seçilen örneklerin neticesinde, kültürel alanda toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde kadına yüklenen annelik vasfının ve bu vasfa dair beklentilerin ablalara aktarılması, ablaların kardeşlerine annelik yapmalarının istenmesi gibi çıkarımlar, kadının kültür dairesi çerçevesinde aile içerisinde üstlenmiş olduğu bir rolün, sinema ve diziler aracılığıyla yeniden üretildiğini ortaya koyuyor. Ancak yine aynı film ve dizi örneklerinde ablaların aynı zamanda kardeşlerinden daha eğitimsiz resmedilmeleri, daha fazla sorumluluk üstlendikleri için istemedikleri bir hayat yaşamaya mecbur bırakılmaları ve bu sebeple de kardeşlerini suçlayıcı tutumlar içerisinde bulunmaları, "ablalık" kavramı etrafında olumsuz bir temsilin söz konusu olduğunu düşündürüyor. Öte yandan ilgili bölümde, ablalıkla hemen paralel şekilde "teyze" kavramının da ele alınmamasına, bütüncülük açısından daha sonraki çalışmalarda tamamlanabilecek bir eksiklik olarak not düşülebilir.

Doç. Dr. Gül Esra Atalay'ın kaleme almış olduğu "Toplumsal Cinsiyet Rollerine Dair Toplumsal Baskının Sosyal Medya Mecralarındaki Tezahürü: Siber Zorbalık" başlıklı ikinci bölüm, internet ve sosyal ağların bireylere görünür olabilmek gibi olumlu yeni imkânlar sunmasının yanında, bir yandan da internet üzerinde yeniden inşa edilen kimliğin beraberinde getirdiği olumsuz durumlar üzerinden şekilleniyor. Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kabul edilen, olması beklenen temsillerin dışına çıkan bireyler, özellikle sosyal medyanın verdiği anonimlik, görünürlük, eşit erişim ve söz hakkı gibi olanaklar neticesinde, ötekileştirmeye, nefret söylemlerine ve kitlesel linçlere her zamankinden daha açık hâle geliyorlar. Bu durum, özellikle azınlıklar, kadınlar ve ergenler gibi, korumalı gruplar açısından daha büyük bir tehdit oluşturuyor. Araştırmanın örneğini oluşturan ve youtube üzerinden makyaj videoları çekmekte olan kişinin bir erkek ve aynı zamanda da korumalı yaş grubunda olması, videoların hitap ettiği kitlenin de genel itibarıyla aynı yaş grubunu içermesi bakımından bu bağlamda siber zorbalık kavramının, akran zorbalığı ile ilişkilendirilerek de incelenmesi mümkün görünüyor.

Filiz Yıldız tarafından kaleme alınan üçüncü bölüm, "Dijital Flört Şiddeti" başlığına sahip. Bölümde, kadın ve erkek cinslerinin arasındaki ilişkilerin bir biçimi olan flörtün, toplumsal cinsiyet temelinde bir psikolojik şiddet aracına dönüşebildiği üzerinde duruluyor. Bu bakımdan, bir önceki bölümde olduğu gibi, yeni iletişim teknolojilerinin flört şiddeti gibi olumsuz durumlar için de yeni ve daha geniş mecralar yaratıyor oluşu dikkat çekici.

Yıldırım Kesgin'in "Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Ve Feminizm Mücadelesinde Söyleme İlişkin İtirazların Analizi: Toplumsal Cinsiyet ve Feminist Politika Facebook Grubu Örneği" ve Eser Karataş'ın "Spikav'ın Madun Kavramı ve Madun Kadınlar İçin Bir Direniş Ortamı Olarak Sosyal Medya" başlığı ile kaleme aldıkları bölümler, birbirlerini tamamlayacak şekilde, toplumsal cinsiyet, feminizm ve kadın mücadelesi ekseninde sosyal medyayı değerlendiriyor. Cinsiyete dayalı ayrımcılık ve kadınların görünürlüğü meselesinde sosyal medyanın, her iki bölümün birleşiminden yola çıkılarak, aslında, egemen söylemle mücadele edebilmek için bir sanal mekân örneği oluşturduğu görülüyor.

Bahar Muratoğlu Pehlivan, "Yerli Dizilerde Bir Hegemonik Erkeklik Simgesi Olarak Et Tüketimi" başlığıyla kaleme aldığı bölümde, hegemonik erkekliğin et tüketimi ile ilişkisini, yerli diziler üzerinden tartışıyor. Yaygın olarak toplumsal cinsiyet başlığıyla yapılan çalışmaların, öncelikli ve daha genel bir soruna parmak basmaları bakımından, kadınlar ve feminizm üzerine şekillenmeleri

söz konusu. Ancak kavram ve kavramın kastettiği toplumsal cinsiyet rolleri sadece kadınlar değil, erkekler üzerinden de sürdürülmekte; bu roller üzerinden betimlenen kalıp yargılar, baskılar ve sorunlar, erkek cinsini de kapsamaktadır. Özellikle erişim kapsamı açısından ön plana çıkan medya ve yerli dizilerde erkekliğin temsilinin de bu açıdan değerlendirilmesi, toplumsal cinsiyet kaynakları sorunların çözümü için önem arz etmektedir.

Aylin Tutgun Ünal'ın kaleme aldığı *“Sosyal Medyada Toplumsal Cinsiyet Farklılıkları”* başlıklı bölüm, sosyal medya kullanımını farklı kuşaklar üzerinden ele alması bakımından, kitapta yer alan bölümlere nazaran daha geniş bir konu kapsamına sahiptir. Ünal, bölümde, kuşakların sosyal medya kullanımlarını toplumsal cinsiyet kavramı etrafında değerlendirirken aynı zamanda bunların arasındaki farklılıkların toplumsal nedenlerini tartışmaya da açıyor.

Kitapta Mehmet Aytekin tarafından kaleme alınan bir film okuması da yer alıyor. *“Bir Medya Pratiği Olarak Sinema Üzerinden Toplumsal Cinsiyet Kavramına Bir Bakış”* başlıklı bölümde yer alan film okuması, Kabil'in Kırlangıçları isimli film üzerinden toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin sinemadaki tezahürünü sunuyor.

## I Sonuç

Dijital iletişimin, bireyin yaşamının ayrılmaz bir parçası olduğu bir çağda, dijital medyalarda oluşan yeni kültürel ortamların ve sanal mekânların içerisinde yer alan bireyler arası ilişkilerin hüviyeti, çağımızın problemlerinden birisini oluşturuyor. Toplumsal cinsiyet temelli temsillerin, yeni kültürel ortama uygun şekilde ve olabildiğince farklı açıdan incelenmesi, problemlerin çözümü için elbette bir basamak olmak anlamına da gelmektedir.

Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar, toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisini, farklı bakış açıları ve yöntemlerle kaleme alınmış bölümlere okuyucunun dikkatine sunmaktadır. Yeni medya, sosyal medya, sinema ve televizyon gibi farklı kültürel ortamlarda yer alan üretimlerde yer alan toplumsal cinsiyet temelli temsillerin tartışılması ve incelenmesi, çağımızın problemlerinin çözümü için de bir basamak oluşturmaktadır. Toplamda sekiz bölümden oluşan kitabın içerisinde yer alan bölümlerin birbirini tamamlayacak şekilde düzenlendikleri ve bu bakımdan bütünleşik bir çalışma ortaya çıkartılmış olduğu söylenilebilir. Bunun yanında kitap içerisinde yer alan çalışmalarda göstergebilimden film okumasına, farklı kuramlar ve yöntemlerden yararlanılması, aynı temanın farklı açılardan ele alınabileceğine ilişkin disiplinler arası bir örnek de sunmaktadır.

Toplumsal cinsiyet gibi pek çok kavramın teorik yazında kalmaması; kuramsal ve kavramsal temellerinin yanı sıra, bireylerin güncelde gerek televizyon gerek sinema aracılığıyla meşgul oldukları popüler üretimlerin yahut her geçen gün daha fazla içerisinde buldukları sanal mekânlarda yer alan toplumsal cinsiyet temelli problemlerin Medya somutlaştırılarak incelenmesi, bu alanda akademik çalışmaların da daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

## I Kaynakça

- Aça, Mehmet, Yolcu, Mehmet Ali, Aça, Mustafa. (2019). Kadın Folkloru: Statü ve Famaj. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Kubbealtı Lugati "Küreselleşme". Çevrimiçi: <http://lugatim.com/s/K%C3%9CRESSELLE%C5%9EME>  
Erişim Tarihi: 29.09.2020.
- Muratoğlu Pehlivan, Bahar vd. (2020). Medya ve Toplumsal Cinsiyet Üzerine Tartışmalar. İstanbul: Hiperyayın.
- Öztürk, Mesude Canan vd. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Robertson, Roland. (1999). Küreselleşme, Toplum ve Kuramı ve Küresel Kültür, çev: Ü.H.Ünsal, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

## Kitap İncelemesi:

### “Marx Geri Döndü, Medya, Meta Ve Sermaye Birikimi”

Çevirmen: Funda Başaran, Derleyici: Christian Fuchs, Vincent Mosco

Yayın Tarihi: 12.11.2019, ISBN: 6055513900, Baskı Sayısı: 2. Baskı

Dil: TÜRKÇE, Sayfa Sayısı: 440

Sibel Taşkın

## Özet

“Marx Geri Döndü, Medya, Meta ve Sermaye Birikimi” kitabının Türkçe yayın derlemesi Funda Başaran tarafından yapılmıştır. Orijinalinden çevrilen kitabın, odak noktası iletişimin ekonomi politikidir. Kitaporijinalinden bir makale eksiktir ve 10 makaleye yer verilmiştir, çevirmen ve iletişim alanında akademisyen olan 8 isim tarafından Türkçe yayına hazırlanmak amacıyla çevrilmiştir. Bu incelemede makalelerin her birinin konularına kısaca değinilecektir. Bu derleme kitap, Triple-C'nin, 2012 tarihli *Marx Geri Döndü: Günümüz Eleştirel İletişim Çalışmaları Açısından Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi (Marx is Back: The Importance of Marxist Theory and Research For Critical Communication Studies Today)* başlıklı özel sayısı temel alınarak Türkçe yayına hazırlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Marksizm, Marx, iletişim, kapitalizm, bilişsel kapitalizm, dijital emek, ekonomi politik.

## Book Review:

### “Marx is Back, Media, Meta and Capital Accumulation”

## Abstract

Turkish publication of the book “Marx is Back, Media, Commodity and Capital Accumulation” was made by Funda Başaran. The original focus of the book, translated from the original, is the political economy of communication. The book is missing one article from the original, and includes 10 articles, translated by 8 translators and academicians in the field of communication in order to prepare for the publication in Turkish. In this review, the topics of each article will be briefly discussed. This review book is based on Triple-C's 2012 special edition entitled Marx is Back: The Importance of Marxist Theory and Research For Critical Communication Studies Today. has been prepared for publication.

**Keywords:** Marxism, Marx, communication, capitalism, cognitive capitalism, digital labor, political economy.



## Giriş

Alana katkı sağlaması açısından önemli bir girişim niteliğindeki bu kitabın, giriş bölümünde Çevirmen Funda Başaran tarafından kaleme alınan ve kitabın odak noktasını oluşturan iletişimin ekonomi politığıne dair açıklayıcı bir giriş bulunmaktadır.

Giriş bölümünde, makaleleri bir araya getiren özel sayının hazırlanış amacının Vincent Mosco ve Christian Fuchs tarafından özellikle de 2008 krizinin sonrasında sosyal bilimlerin tüm alanlarında olduğu kadar popüler medyada da kendisini gösteren Marx'ın geri dönüşünün iletişim araştırmaları alanındaki izlerini sürmek olarak tanımlandığı belirtilmektedir. Mosco ve Fuchs buradan yola çıkarak özel bir sayı hazırlamak istemektedirler. Hazırladıkları özel sayıda dört bölüme yer vermektedirler.

Bu bölümlerin ilki olan *“Marx, the Media, Commodities and Capital Accumulation”*(Marx,Medya, Meta ve Sermaye Birikimi) başlıklı birinci bölüm de bu derleme kitabın temelini oluşturmaktadır.

Kitabın Türkçe yayın derleyeni, orijinal çalışmanın büyüklüğü nedeniyle bir seçim yapılması gerektiğini ve seçim yapılırken de özellikle kurucu bir alan olduğu düşüncesiyle iletişimin eleştirel ekonomi politığı tartışmalarının temel alındığını belirtmektedir. Seçilen makaleler ile iletişimin eleştirel ekonomi politığının günümüzdeki gelişme aşamalarının gözlemlenmesinin mümkün olduğunu fakat günümüz iletişim alanını anlamak açısından iletişimin eleştirel ekonomi politığını tam anlamıyla donanımlı hale getirdiğini söylemenin de pek mümkün olmadığını eklemektedir. Ona göre, makalelerin iki önemli ortak ve anlamlı yanı vardır ki bunlardan ilki, *“geçmiş ile bugünü ayıran sınırı kaldırmayı hedefleyen cesur bilim insanları tarafından yazılmaları”* ikincisi ise, son derece *“zihin açıcı”* makaleler olmalarıdır (Mosco ve Fuchs, 2019:19).

Kitabın orijinal derlemecilerinin özel sayının ismine *“Marx Geri Döndü”* şeklinde karar vermesine sadık kalınarak Türkçe çeviride de bu isim kullanılmıştır. Başaran'a göre, Marx'ın geri dönmüş olmasından ziyade bu alanların Marx'a geri dönüşünden söz etmek daha isabetli olacaktır. Marx her zaman kapitalizmin çözümlemesinde en büyük yeri almaktadır. Sosyal bilimler alanı içerisinde her zaman Marksizm'in kavramları ile dünyayı anlamaya çalışma çabaları varlığını sürdürmüştür. Son zamanlarda olan ise sadece bu konumu benimseyen araştırmacıların sayısının artmış olmasıdır (Mosco ve Fuchs,2019:20).

Giriş bölümünde, iletişimin ekonomi politığının yöntem, varsayım ve kavrayış açısından birbirinden farklılıklar gösteren bir dizi yaklaşımı kapsadığı bilgisi verilmektedir (Başaran, 2019:11). Fakat kavramsal açıdan ve vardıkları sonuçlar itibariyle farklılaşmalar da bütüncüllük, tarihsellik, merkezi olarak kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki dengeyle ilgilenmek ve adalet, eşitlik ve kamu yararı gibi temel ahlaki sorunlara eğilebilmek için verimlilik konusunun ötesine uzanmak gibi ortak özelliklere sahip oldukları da vurgulanmaktadır (Başaran, 2019:12). Yer alacak çalışmaların 1960'ların sonundan itibaren açığa çıkan ve bölgesel temelde de Kuzey Amerika ve Avrupa temelli çalışmalar olarak ayrılacak türden iletişimin eleştirel ekonomi politığı çalışmaları olduğu belirtilmektedir (Başaran, 2019: 12).Avrupa merkezli iletişimin eleştirel ekonomi politığının temel konuları dönemin Marksist kuram tartışmalarına koşut olarak altyapı-üstyapı modeli, medya kurumları ve ideoloji, altyapının son kertede belirleyiciliği, teknolojik belirleyicilik, kültürel materyalizm gibi kavramsal bir düzeyde belirlemektedir (Başaran, 2019:13).Ancak temelde Kuzey Amerika ve Avrupa olarak farklılaşan bu iki yönelim üzerinden gelişen iletişimin eleştirel ekonomi politığı yaklaşımının odağının kitle medyası olduğu özellikle belirtilmektedir (Başaran, 2019:14).1990'larda başlayan süreçle, iletişimin eleştirel ekonomi politığının Marksist kavramları ya tamamen reddettiği ya da çalışmanın konumunu belirleyen bir etiket gibi kullanıldığı eleştirisi yapılmaktadır (Başaran, 2019:15).

Son on yılda yaşanan dönüşümleri anlamak açısından 2008 yılında yaşanan kapitalist küresel krizin yarattığı yeni durum eşliğinde iletişimin eleştirel ekonomi politiğinin 1990'larda gelişen biçiminin Marx'ı odağından uzaklaştırmış olmasının aksine, bu yeni gelişme aşamasında Marksist kavramsallığı içine alan yeni bir eleştirel ekonomi politik geleneğinin doğduğu ileri sürülmektedir. Bunu oluşturan ilk hat, üretim alanında geleneksel fabrika yapısının dağılması ve sermayenin iletişim teknolojilerini işe koşarak farklı çalışma biçimlerini ve mekânlarını yaygınlaştırmasından, internet alanında süregelen kullanıcının ürettiği içerik tartışmalarına dek yaşanan değişimleri emek sürecinin değişimi noktasında kavrayan emek tartışmaları ve ücretsiz emek kavramlaştırmasıdır (Başaran, 2019:17).

Kitapta giriş bölümünün ardından, Fuchs ve Mosco tarafından yazılan Marx Geri Döndü: Günümüzde Eleştirel İletişim Çalışmalarında Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi başlıklı kitaba da adını veren ve triple-C özel sayısının bütün çerçevesine ilişkin makaleye yer verilmiştir. Yazarlar, bu makale ile günümüzde Marx'a neden geri dönüş yaşandığı, eleştirel iletişim çalışmaları açısından Marksist çözümlemenin neden önemli olduğu sorularına yanıt aradıklarını belirtmektedirler. Yazarlara göre, Kapitalist kriz ve sonucunda yükselen her şeyden yoksunluğa karşı mücadeleler bu özel sayısının bağlamını oluşturmaktadır. Bu özel sayı ile iletişim ve medya üzerinden Marx'ın sistematik olarak okunması konusundaki eksikliğin giderilmesine katkıda bulunabileceklerini düşündüklerini eklemektedirler (Mosco ve Fuchs, 2019:26). Sonrasında makale çağrısında buldukları yazarlara yönelttikleri 13 soruyu sıralamaktadırlar. Bu sorular içerisinde en güncel ve dikkat çekici olanının "Marx'ın çalışmalarının sosyal medyayı anlama çabası açısından geçerliliği nedir?" olduğu görülmektedir. Yazarlara göre, kitabın orijinalinde yer alan 28 makale, içinde yaşadığımız dünyayla ve verilebilecek ve verilmesi gereken mücadelelerle, kapitalizmde ve ona karşı verilecek mücadelelerde medyanın rolüyle ve alternatifler inşa etmekle ilgilenmeye başlamak için, Marx'ın günümüzde kesin bir geçerliliği olduğunu göstermektedir.

Marx'ın kapitalist ekonomide medya üretim, dolaşım ve tüketim süreçlerine yönelik yapmış olduğu çözümlemeye yer verilerek, özel sayıda yer alan makalelerin kapitalizmde medyanın rolüne dair sınıflandırma çerçevesinde sıralandığı belirtilmektedir (Mosco ve Fuchs, 2019:34). Fuchs ve Mosco tarafından kitapta yer alan makalelerin katkılarının ağırlıklı olarak medya ve metalaşma, medya ve ideoloji ve alternatif medya alanlarında olduğu medya alımlaması çalışmalarının aynı ölçüde temsil edilmediği bunun anlamının, internet üzerinde özgür emeğin sömürsü, araştırma ve eğitimin metalaşması, internet ideolojisi, kapitalist kriz ve medya, alternatif sosyal ağ siteleri gibi başlıklarla karşılaştırıldığında çağdaş medya ve iletişim bilimcileri için o kadar da önemli olmadığı eleştirisi yapılmaktadır. Bu durumun işaret ettiği noktalardan birinin üretketimin yani üretken hale gelerek tüketmek (prosumer) durumunun yükselişinin çözülmesi çabalarının, Marksist Medya ve İletişim Çalışmaları'nın alımlama ve medya tüketimi ile özellikle ilgilenmedikleri yolundaki geleneksel eleştiriyi geçersizleştirdiğinin vurgusu yapılmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:35). Yazarlar, kitapta yer alan bu makaleler ile Marx ve Marksizm'e yönelik itirazlara işaret etmektedir ve bu itirazların yanlışlığını ve Medya ve çalışmalarında Marx'ı ve Marksist kavramları kullanmanın günümüzdeki önemini ortaya koymayı amaçlandıklarını belirtmektedirler (Mosco ve Fuchs, 2019:36).

Ardından kitapta yer alan 10 yazarın makaleleri hakkında birer paragraftan oluşan bir tanıtım yapılmaktadır. Kitabı derleyen yazarlar Mosco ve Fuchs, bu özel sayının bu makaleler ışığında özellikle doktora öğrencileri ve genç bilim insanlarına Marx'ın geri döndüğünü yani Marx'ın çalışmalarına duyulan ilginin kapitalist iletişime alternatifler yaratma konusundaki isteği artırıcı etkisi olduğunu vurgulamaktadırlar. Basılan ve sunulan katkıları ağırlıklı olarak medya ve metalaşma, medya ve ideoloji ve alternatif medya alanlarında olduğunu söylemektedirler. Ortaya çıkan üç temel noktadan da bahsederken, üretken hale gelerek tüketme durumunun yükselişinin

çözümlemesi çabalarının, Marksist Medya ve İletişim Çalışmaları'nın alımlama ve medya tüketimi ile özellikle ilgilenmedikleri yolundaki geleneksel eleştiriyi geçersizleştirdiğini vurgulamaktadırlar.

Nicole S. Cohen'in Kültürel İş: Freelance Çalışanlar ve Sömürü makalesi ile gazetecilik emeğinin esnekleşmesi, gazetecilerin ve iletişim öğrencilerinin dünya çapında giderek büyüyen prekaryaya dâhil olması, medya/sosyal medya dolayısıyla sermaye sömürsünün kolaylaştırılması ve küresel enformasyon dolaşımının metalaşmasını hızlandırmasının rolü araştırılmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:45).

Mattias Ekman'ın Birikimi Anlamak: Marx'ın İlkel Birikim Kuramı'nın Medya ve İletişim Çalışmaları Açısından Önemi makalesinin amacı, Marx'ın ilkel birikim kuramını, medya ve iletişim araştırmaları ile ilişkili biçimde tartışmaktır. Sermaye birikiminde Marx'ın birikim kavramının ve Harvey'in mülksüzleştirme kavramının eleştirel medya ve iletişim çalışmalarına yapabileceği katkıyı savunmaktadır. Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinde kullanıcı emeğinin metalaştırılmasında mülksüzleştirmenin rolü örneği dikkat çekmektedir. Günümüz özelleştirmesi, finansallaşma, neoliberal kapitalizm, meta olarak medya izleyicileri kavramlarına değinilmektedir (Mosco ve Fuchs, 2019:83).

Eran Fisher'ın Daha Az Yabancılaşma Nasıl Daha Fazla Sömürü Yaratır? Sosyal Paylaşım Sitelerinde izleyici Emeği makalesinde Facebook'a bir vaka incelemesi olarak yaklaşılmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinde izleyici sömürsüne Marx'ın sömürü ve yabancılaşma kavramları üzerinden çözümleme getirilmektedir. Yazara göre, yabancılaşma görecelidir. Sosyal medyanın yol açtığı üretim ilişkilerinin, medya şirketlerini kullanıcılar tarafından üretilen iletişimi metalaştırmada bir bakıma da sömürmede serbest bırakan, karşılığında da kullanıcılara iletişim üretme süreci üzerinde denetim olanağı tanıyan ve yabancılaşmayı tersine çevirme fırsatları sunan bir düzen olduğu savunulmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:141). Kitle medyasında sömürü düşük yabancılaşma yüksek iken, sosyal paylaşım sitelerinde sömürü yüksek yabancılaşma yumuşayarak, düşük olacaktır (Mosco ve Fuchs, 2019:145).

Richard Hall ve Bernd Stahl'ın Metalaştırmaya Karşı: Üniversite, Bilişsel Kapitalizm ve Yeni Gelişen Teknolojiler çalışması ile amaçlanan, üniversite içinde geliştirilen teknolojik yenilikle bilişsel kapitalizm ve maddi olmayan emek altında nasıl metalaştırıldığını ve bu yolla da sermayenin kendini yeniden üretmesini nasıl mümkün kıldığını yeni gelişen teknolojilere odaklanarak sorgulamaktır. Yazara göre, Neoliberal ideolojinin yüksek eğitim üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Makalede duysal bilişim, sanal ve yükseltilmiş gerçeklik, bulut bilişim, insan-makine simbiyozu kavramlarına değinilmektedir. Üniversitenin artı değer üretimi ve mücadelenin önemli bir mekânı haline gelişine vurgu yapılmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:151).

William Henning James Hebblewhite'nin "Üretim Araçları Olarak İletişim Araçları" makalesinin savunduğu iletişim araçlarının da bir üretim aracı olduğudur. Yazar, Facebook ve Google gibi İnternet aracılığıyla hayatımıza giren iletişim araçlarının aslında bir üretim aracı olduğunu tartışmaya açmaktadır. Yazara göre, üretketim, üretketici kavramlarını tanıtmak internetin Marksist kuramının yaşama geçebilmesine ilişkin olarak gerçekleştirmesi gereken projenin sadece küçük bir bölümüdür. Belki buna ilave olarak üretişim (üretken iletişim) kavramı üzerinde de düşünülmalıdır. İnternetin iletişimsel düzenlenişinin ortaya çıkardığı konuları düzgün şekilde ele alarak bir kuram geliştirmenin yolu, toplumun yapısalcı Marksist bir yorumuna bağlı kalmaktır (Mosco ve Fuchs, 2019:214).

Vincent R. Manzerolle ve Atle Mikkola Kjosén' in Sermayenin İletişimi Sayısal Medya ve Hızlanmanın Mantığı makaleleri sermayenin dolaşımına ilişkin soruların kapitalizme dair güncel ve

gelecekteki medya çalışmaları açısından önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, Marx'ın sermayenin dolaşımı kavramına dolaşım zamanını kısaltmakta yeni medyanın rolü üzerinden bakmaktadır. Sermayenin dolaşımını hızlandırıcı etkisi açısından her yerde hazır bulunan bağlantıların, sayısal teknolojilerin evrimini anlamak için Marx'a yönelimi vurgulanmaktadır.

Robert Prey'in Ağın Kör Noktası: Dışlama, Sömürü ve Marx'ın Süreç-İlişkisel Ontolojisi makalesinde yazar, Manuel Castells'in ağ toplumu tezine odaklanarak, iletişim ve medya çalışmaları alanında ağ kuramının çözümlenmesinin önemine vurgu yaparak çağdaş kapitalizmde ağların önemi ve Marx'ın sömürü kavramını birleştirmeyi tartışmaktadır. Yazara göre, ağ teknolojisinin genel olarak, sömürü için yeni yollar açmak amacıyla yeni üretim ilişkilerini kolaylaştırdığı söylenebilmektedir (Mosco ve Fuchs, 2019:287).

Jerney Prodnik'in İzleyici Metasından Toplumsal Fabrikaya makalesinde meta kavramına iletişim çalışmalarında nasıl yaklaşıldığı ve bunun iletişimin ekonomi politiği içine nasıl çözümlendiği çalışmanın amacını ortaya koymaktadır. Meta-biçimin Marx'ın eserlerinde nasıl analiz edildiği ve onu takip eden ya da farklı eleştirel yazarların çözümlenmelerinin neler olduğu araştırılmaktadır. Çalışma, post-Fordist kapitalizmde iletişimin giderek artan önemde olduğunu (Mosco ve Fuchs, 2019:304) ve iletişimin ekonomi politiği içerisinde metalaştırmanın başlangıç noktası olduğunu vurgulamaktadır. Makale boyunca yanıtlanmamış birçok soru ve ikilemin olduğunu yazar sonuç bölümünde belirtse de son yıllardaki dönüşümü anlama çabası adına metalaştırmaya dair kendi tezini ortaya koyduğunu savunmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:358).

Jens Schröter'in İnternet ve "Sürtünmesiz Kapitalizm" makalesinde, internetin kapitalizmin problemlerinin çözümündeki yerinin ne olduğu tartışmalarına getirilen argümanlardan biri olan "sürtünmesiz kapitalizm" ifadesi odağındaki ilk bölüm ve ardından ikinci bölümde Marx'ın kapitalist kriz kuramının özel bir yorumunun tartışması yapılmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:367).

Andreas Wittel'in Sayısal Marx: Dağıtık Medyanın Ekonomi Politiğine Doğru makalesinde yazar, dağıtık medya olarak sayısal medya kavramını tanıtmaktadır. Marksist ekonomi politiğin emek, değer, mülkiyet, mücadele gibi kilit kavramlarının incelenmesi ve bunların sayısal medyanın eleştirel çözümlemesi için önemini tartışmaktadır (Mosco ve Fuchs, 2019:389).

Kitabın son kısmında editör, yazar ve çevirmenler bölümü bulunmaktadır. Kitapta makalesi yer alan her yazarın kısaca yer aldıkları akademiler, yazdıkları diğer kitaplar ve çalıştıkları konular hakkında birer paragraftan oluşan tanıtımlarına yer verilmektedir. Sonrasında kitabın Türkçe literatüre kazandırılmasını sağlayan sekiz çevirmen ve akademisyen hakkında kısa bilgiler yer almaktadır.

Sonuç olarak, Neoliberalizmin yükselişi ile piyasa temelli yaklaşımların iletişim alanının yeniden yapılandırılması sürecinde rol oynadığı görülmektedir. Bu durum ekonomik kavramları da içeren tartışmalarla birlikte iletişimin ekonomi politiği alanına giren bir dizi yaklaşımı ortaya çıkarmıştır. Yaşanan değişimlerin de etkisiyle iletişimin ekonomi politiği çalışmalarında Marksist kavramlardan zaman zaman kopuş olduğu gözlemlenmektedir. Son yıllarda gözlemlenen ise kapitalizmin yeni krizi ile Marksist kavramlara dönüş yönünde bir etkinin ortaya çıkışıdır. Kitapta seçilen makaleler ile tarihsel süreç izlenerek iletişimin ekonomi politiğinin gelişimleri gözlemlenmektedir bunun yanı sıra benzer tartışmalar sürdürürken bile farklı bakış açılarından konuya yaklaştıkları görülmektedir ki bu da okuyucuya farklı bakış açıları kazandırabilecek makalelerin seçiminin kitabı zenginleştiren bir niteliğidir.

Kitabın temelini oluşturan günümüz iletişim çalışmalarında Marksist çözümlemenin önemi açısından Kapitalist ekonomilere iletişim alanı içerisinden bakılmaktadır. En dikkat çekici olanının metalaşma kavramı olduğu görülmektedir. Küresel düzeyde bir iletişim olanaklı hale geldikçe kullanıcıların iletişim üzerinde artan bir denetimleri olduğu kadar kullanıcıları ve onların yaratıcılıklarını metalaştıran bir ortam oluşmaktadır. Kapitalizmin anahtarı olan sermayenin iletişim teknolojilerini de kullanarak farklı biçimlerde çalışma alanları oluşturması da emek süreçleri üzerinde yıkıcı etkilerini artırmaktadır. Toplumsal sınıfların oluşturduğu eşitsizliklerin yaygın olduğu bir düzende iletişim çalışmaları ve medya kuşkusuz önemlidir. Kitap yer verdiği makalelerle sadece iletişim alanıyla değil sosyal bilimlerin farklı alanlarıyla ilgilenen araştırmacılar için de faydalı olabilecek niteliktedir.

### I Kaynakça

Mosco, Vincent ve Fuchs, Christian. (2019). Marx Geri Döndü, Medya Meta ve Sermaye Birikimi. Türkçe derleyen Başaran, Funda.

