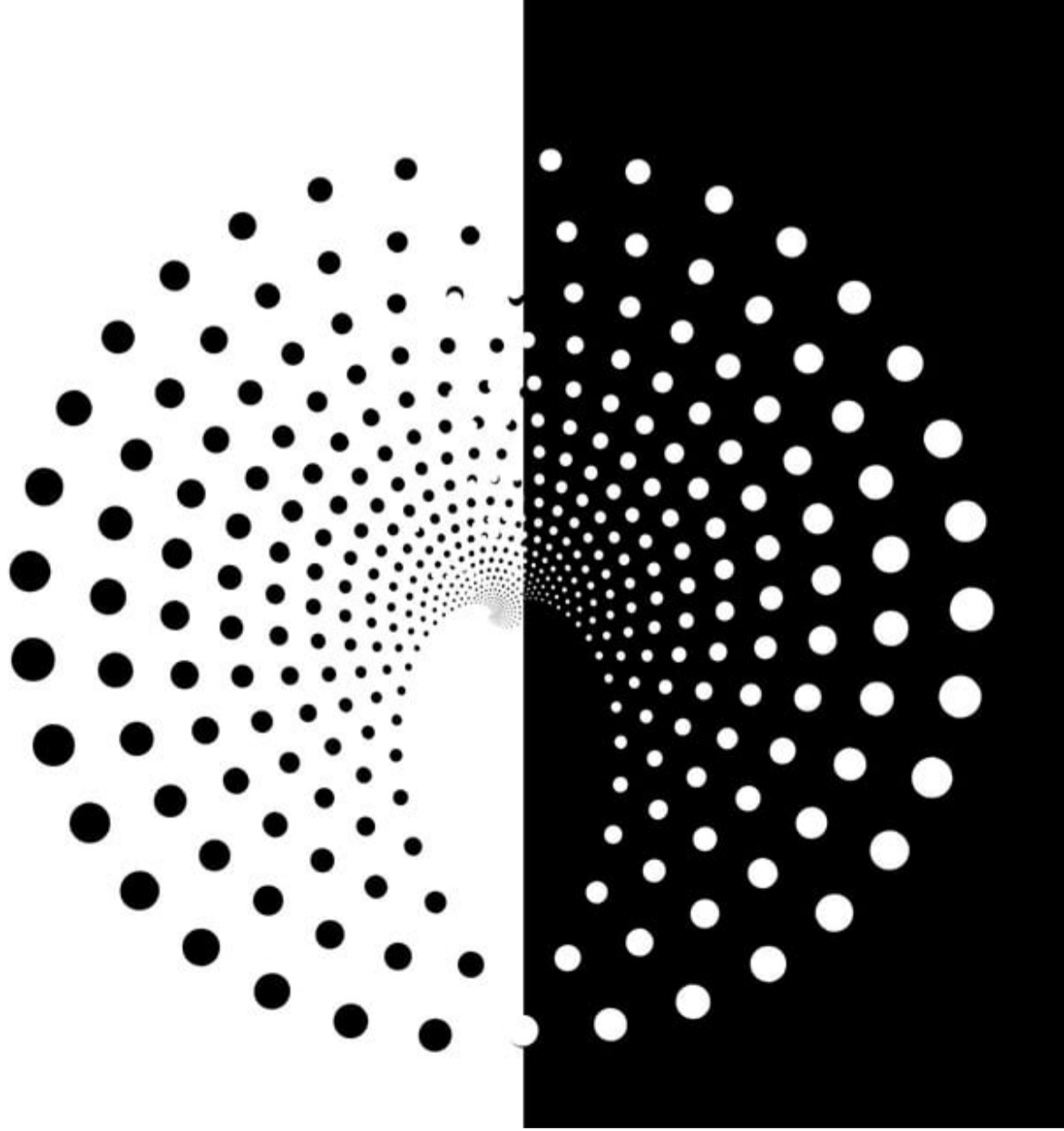


IBAD

**İletişim
Bilimi
Araştırmaları
Dergisi**



ISSN: 2757-8496



**İletişim
Bilimi
Araştırmaları
Dergisi**

SEPTEMBER 2022

Volume 2 – Issue 3

DOI: 10.7456/100203100

ISSN: 2757-8496

Editors

Asist. Prof. Dr. Tamer BAYRAK

Prof. Dr. Deniz YENGİN

www.ibadergi.com

**ABOUT IBAD
(ISSN: 2757-8496)**

Focus and Scope

Journal of Communication Science Researches aims to open up to the world under the guidance of science, reach the society it is in, and to publish scientific articles of the essence in accordance with international publishing principles in order to lead their changing and developing demands. Journal of Communication Science Research accepts articles in the field of social sciences. Journal of Communication Science Researches is a peer-reviewed periodical publication and has been published since 2021.

Journal of Communication Science Researches (IBAD) is based on social sciences and scientific researches in journalism and media studies, visual communication design, public relations, cinema, political science, communication studies, social psychology, sociology, linguistics, communication sociology, communication systems, communication psychology, history of communication, interpersonal communication, mass communication, intercultural communication, political communication works are accepted and published within the scope of scientific studies in the fields of international communication and new communication technologies, applied communication and related social sciences are accepted and published.

Journal of Communication Science Researches is a refereed and scientific journal published four times a year in print and electronically. Original theoretical and / or experimental work, articles in which various scientific research methods are applied are accepted. The editorial board of Journal of Communication Science Researches is authorized to accept or not to accept articles upon the evaluation of national and international experts.

INDEX

Crossref / Asos Index

Publisher

Media Literacy Association, TÜRKİYE

Article Types

Review: Comprehensive review of scientific studies on a particular subject, up to recently.

Research Article: An article written in a scientific format presenting original research and results.

Theoretical and Theoretical Articles: An article prepared on a theoretical level that will contribute to the related discipline.

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the Turnitin or/and iThenticate program.

Publishing Period

Journal of Communication Science Researches is published 3 times a year, January, May and September. Articles are not accepted for a certain number of journals. Authors can submit their article at any time. The articles whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

IBAD adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access. In addition to this, IBAD is licensed by Creative Commons with CC-BY-NC-ND 4.0.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to IBAD, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research are among the authors are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a)Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in a manner that is appropriate and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b)Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c)Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations that are supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repetition of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

e)Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f)Authorship: The inclusion of people who do not contribute to the research or not to include the people who have contributed is considered within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Ethics Committee Approval

“Ethics Committee Approval” is required for the following researches. An approved “Ethics Committee Approval” must be obtained from the institution where the author of the article is located. The researches requiring the Ethics Committee’s approval are as follows:

– Any researches carried out with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group work, observation, experiment, interview

techniques,

- Use of humans and animals (including material / data) for experimental or other scientific purposes,
- Clinical researches on humans,
- Researches on animals,
- Retrospective studies in accordance with the law of protection of personal data,

Also;

- Stating that the “informed consent form” was taken in the case reports,
- Obtaining and specifying the permission of the owners for the use of scale, questionnaire and photos belonging to others,
- Stating that copyright regulations are obeyed for the ideas and works of art used.

“Ethics Committee Permission” should be stated in these articles. The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Plagiarism Policy

All submitted articles must go through plagiarism check screening and are checked through iThenticate and / or Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software). Based on this report, articles with a plagiarism rate not exceeding at least 20% can be published. Articles with a plagiarism rate above this are definitely not published. Articles with a plagiarism rate below 20% may require updates depending on the referee opinions.

Copyright

Copyright aims to protect the specific way the article has been written to describe scientific research in detail. It is claimed that this is necessary in order to protect author’s rights, and to regulate permissions for reprints or other use of the published research. IBAD have a copyright form which is required authors to sign over all of the rights when their article is ready for publication. All site content, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Common Attribution Licence. (CC-BY-NC 4.0)

The author gives his rights to the journal by signing the copyright transfer form. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application; responsibility for technical content and for protection of proprietary material rests solely with the author(s) and their organizations and is not the responsibility of the IBAD or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the responsibility of the author to obtain all necessary copyright release permissions for the use of any copyrighted materials in the manuscript prior to the submission.

What are my rights as author?

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. IBAD’s standard policies allow the following re-use rights

The journal allows the author(s) to use the articles without copyright restrictions.

You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes.

You may not post the published article on a website without permission from IBAD.

Call For Papers

IBAD will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to “social sciences”.

Main Topics of IBAD

Journalism and media studies

Visual communication design

Public relations

Cinema

Political Science
Communication studies
Social psychology
Sociology
Linguistics studies
Communication sociology
Communication systems
Communication psychology
Communication history
Interpersonal communication
Interpersonal communication
Interpersonal communication
Intercultural communication
Political communication
New communication technologies
Applied communication
Communication sciences
Digital culture
Communication studies
Advertising
Distance Learning
Radio, television and cinema

Publication Language of IBAD

Turkish and English

Article Submission

Articles are accepted only through Dergipark.

Contact

Media Literacy Association, Turkey

İstanbul – Turkey

e-mail: ibadergi@gmail.com

Journal of Communication Science Researches - IBAD
ISSN: 2757-8496

EDITOR / PUBLISHER

Assist. Prof. Dr. Tamer BAYRAK, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye
Prof. Dr. Deniz YENGIN, Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Hasan SAYGIN (İstanbul Aydın University) hasansaygin@aydin.edu.tr
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara University) cemsutcu@yahoo.com
Prof. Dr. Erhan AKYAZI (Marmara University) eakyazi@marmara.edu.tr
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL (İstanbul University) guvenb@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU (İstanbul University) ntimisi@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. Deniz YENGIN (Çanakkale Onsekiz Mart University) deniz.yengin@comu.edu.tr
Prof. Dr. Okan ORMANLI (İstanbul Aydın University) okanormanli@aydin.edu.tr

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof.Dr. Aysel Aziz, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Türkiye, aysel.aziz@yeniuyuzuil.edu.tr
Prof.Dr. Atilla Girgin, İstanbul Aydın University, Türkiye, atillagirgin@aydin.edu.tr
Prof.Dr. Christine I. Ogan, University of Indiana, U.S.A. ogan@indiana.edu
Prof.Dr. Donald L. Shaw, University of North Carolina, U.S.A.
Prof.Dr. Douglas Kellner, UCLA University, U.S.A. kellner@ucla.edu
Prof.Dr. Farouk Y. Seif, Antioch University, U.S.A.
Prof.Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Marmara University, Türkiye, filiz@marmara.edu.tr
Prof.Dr. H.Hale Künüçen, Başkent University, Türkiye, kunucen@baskent.edu.tr
Prof.Dr. Haluk Gürgen, Bahçeşehir University, Türkiye, haluk.gurgencomm.bau.edu.tr
Prof.Dr. Hülya Yengin, İstanbul Aydın University, Türkiye, hulyayengin@aydin.edu.tr
Prof.Dr. Jean-Marie Klinkenberg, Liege University, Belgium
Prof.Dr. Judith K. Litterst, St. Cloud State University, U.S.A.
Prof.Dr. Lev Manovich, University of California, U.S.A. manovich.lev@gmail.com
Prof.Dr. Lucie Bader Egloff, Zurich University, Switzerland
Prof.Dr. Korkmaz Alemdar, Atılım University, Türkiye
Prof.Dr. Nazife Güngör, Üsküdar University, Türkiye, nazifegungor@gmail.com
Prof.Dr. Nurcay Türkoğlu, Arel University, Türkiye, nurcayturkoglu@arel.edu.tr
Prof.Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, İstanbul University, Türkiye
Prof.Dr. Nilgün Tatal Cheviron, Galatasaray University, Türkiye, ntatal@gsu.edu.tr
Prof.Dr. Hasan Saygin, İstanbul Aydın University, Türkiye, hasansaygin@aydin.edu.tr
Prof.Dr. Maxwell E. McCombs, University of Texas, U.S.A. maxmcombs@utexas.edu
Prof.Dr. Murat Özgen, İstanbul University, Türkiye, mozgen@istanbul.edu.tr
Prof.Dr. Mutlu Binark, Başkent University, Türkiye, mbinark@gmail.com
Prof.Dr. Özden Çankaya, İstanbul Aydın University, Türkiye, ozdencankaya@aydin.edu.tr
Prof.Dr. Selçuk Hünerli, İstanbul University, Türkiye, shunerli@istanbul.edu.tr
Prof.Dr. Suat Gezgin, İstanbul University, Türkiye, gezgin@istanbul.edu.tr
Prof.Dr. Sung-do Kim, Korea University, South Korea
Prof.Dr. Ümit Atabek, Yaşar University, Türkiye, umit.atabek@yasar.edu.tr
Prof.Dr. Yasemin Giritli İnceoğlu, Galatasaray University, Türkiye
Prof.Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Türkiye, cemsutcu@yahoo.com
Prof.Dr. Emel Karayel Bilbil, Marmara University, Türkiye
Prof.Dr. Ceyhan KANDEMİR, İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof.Dr. Erhan Akyazı, Marmara University, Türkiye
Prof.Dr. Güven Necati Büyükbaykal, İstanbul University, Türkiye
Prof.Dr. Nesrin Özden Dönmez, Marmara University, Türkiye
Prof.Dr. Işıl Zeybek, İstanbul Kültür University, Türkiye, i.zeybek@iku.edu.tr
Prof.Dr. Mehmet Üstünipek, İstanbul Kültür University, Türkiye, m.ustunipek@iku.edu.tr
Prof.Dr. Çiğdem Aytekin, Marmara University, Türkiye, cigdem.aytekin@marmara.edu.tr
Prof.Dr. Tolga Kara, Marmara University, Türkiye, tolgakara@marmara.edu.tr
Prof.Dr. Okan Ormanlı, İstanbul Aydın University, Türkiye, okanormanli@aydin.edu.tr

Prof.Dr. İncilay Cangöz, Anadolu University, Türkiye, icangoz@anadolu.edu.tr
Prof.Dr. Banu Manav, İstanbul Ayvansaray University, Türkiye, manav.banu@gmail.com

Assoc.Prof.Dr. Barış Atiker, Bahçeşehir University, Türkiye, barisatiker@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Can Karagülle, Bolu İzzet Baysal University, Türkiye, karagulle_c@ibu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Nazan Haydari Pakkan, Bilgi University, Türkiye nazan.haydari@bilgi.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Ezgi Öykü Yıldız, İstanbul Kültür University, Türkiye, e.yildiz@iku.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Nuran Öze, Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım University, Türkiye, nuran.oze@arucad.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Metin Uçar, Kastamonu University, Türkiye, metinucar@kastamonu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Gülçin Cankız Elibol, Hacettepe University, Türkiye, gcelibol@yahoo.com
Assoc.Prof.Dr. Gül Yaşartürk, Akdeniz University, gulyasarturk@yahoo.com
Assoc.Prof.Dr. Önder Yağmur, Atatürk University, Türkiye, oyagmur@atauni.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Arif Can Güngör, İstanbul Aydın University, Türkiye, acangungor@aydin.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Nilay Özavaş Uluçay, Muğla Sıtkı Koçman, Türkiye, nozsavas@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Dilek Tunali, Dokuz Eylül University, Türkiye, tunali.dilek@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Derya Elmalı Şen, Karadeniz Teknik University, Türkiye, d_elmali@ktu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Alım Selin Mutdoğan, Hacettepe, University, Türkiye, smutdogan@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Ceren Yegen, Mersin University, Türkiye, cerenyegen@mersin.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Selvihan Kılıç Ateş, Balıkesir University, Türkiye, selvihan@balikesir.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Fatih Us, Ondokuz Mayıs University, Türkiye, mim.fatihus@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Muteber Erbay, Karadeniz Teknik University, Türkiye, merbay@ktu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Parisa Göker, Bilecik University, Türkiye, parisa.goker@bilecik.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Hikmet Eldek Güner, Erciyes University, Türkiye, hikmeteldek@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Serap Yılmaz, Karadeniz Teknik University, Türkiye, serapciveleks@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Funda Kurak Açıcı, Karadeniz Teknik University, Türkiye, fundakurak@ktu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Emine Saka Akın, Bozok University, Türkiye, sakin7@hotmail.com
Assoc.Prof.Dr. Yeliz Kuşay, Marmara University, ykusay@marmara.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Aypek Arslan, Ankara Hacı Bayram Veli University, asuman.aypek@hbv.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. İsmail Emre Kavut, Mimar Sinan University, Türkiye, emre.kavut@msgsu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Erdem Öngün, Trakya University, erdemongun@trakya.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Zuhale Akbayır, Marmara University, zuhal.akbayir@marmara.edu.tr
Assoc.Prof. Deniz Cemal Koşar, Muğla Sıtkı Koçman University, denizckosar@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Bilge Narin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, narinbilge@gmail.com
Assoc.Prof.Dr. Serdar Karakaya, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, serdarkarakaya62@hotmail.com
Assoc.Prof.Dr. Engin Çelebi, Çukurova Üniversitesi, engincelebi@cu.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Ayten Övür, İstanbul Aydın University, Türkiye, aytenovur@aydin.edu.tr
Assoc.Prof.Dr. Ayşegül Akaydın Aydın, İstanbul Aydın University, Türkiye, aakaydinaydin@aydin.edu.tr

Assist.Prof.Dr. Berk Çaycı, İstanbul Ticaret University, Türkiye, bcayci@ticaret.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Merve Kaaraoğlu Can, Kütahya Dumlupınar University, Türkiye, mervekaraoglu@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Gökmen Karadağ, İstanbul Aydın University, Türkiye gokmenkaradag@aydin.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Tuğçe Çevik, İstanbul Aydın University, Türkiye tugcecevik@aydin.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Hülya Soydaş Çakır, Fenerbahçe University, Türkiye, hulyascakir@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Arzu Erçetin, İstanbul Kültür University, Türkiye, a.eceoglu@iku.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Tuğba Renkçi Taştan, İstanbul Ayvansaray University, Türkiye, tugbarenkcitastan@ayvansaray.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Filiz Karakuş, Ankara Yıldırım Beyazıt University, Türkiye, ferdemir06@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Eda Öz Çelikbaş, Karabük University, Türkiye, ozedaoz@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Ebru Okuyucu, Afyon Kocatepe University, Türkiye, ebruokuyucu@hotmail.com
Assist.Prof.Dr. Renk Dimli Oraklıbel, Bahçeşehir University, Türkiye, renk.dimlioraklibel@arc.bau.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Sarp Bağcan, İstanbul Gelişim University, Türkiye, bagcansarp@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Ziya Nazım Perdahçı, Mimar Sinan University, Türkiye, nz.perdahci@msgsu.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Bilgen Tuncer Manzakoglu, Bahçeşehir University, Türkiye, bilgen.manzakoglu@arc.bau.edu.tr

Assist.Prof.Dr. Ayşen Oluk Ersümer, Akdeniz University, Türkiye, aysenoluk@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Özge İslamoğlu, Karadeniz Teknik University, Türkiye, ozgesever@hotmail.com
Assist.Prof.Dr. Ayşegül Akaydın Aydın, İstanbul Aydın University, Türkiye,
aakaydinaydin@aydin.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Dilek Karaaziz Şener, Hacettepe University, Türkiye, dsener@hacettepe.edu.tr
Assist.Prof.Dr. İlke İlter Güven, Dokuz Eylül University, Türkiye, ilke.ilter@deu.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Filiz Bilgin Ülken, Mersin University, Türkiye, filizbilgin77@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Servet Senem Uğurlu, Mimar Sinan University, Türkiye, senem-
ugurlu@windowslive.com
Assist.Prof.Dr. Hatice Aybike Karakurt, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Türkiye,
aybikeak@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Yelda Yanat Bağcı, Hasan Kalyoncu University, Türkiye, yeldayanat@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Sevinç Koçak, İstanbul Kültür University, Türkiye, sevinc_kocak@hotmail.com
Assist.Prof.Dr. Emel Demir Askeroğlu, Namık Kemal University, Türkiye, edemir@nku.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Oylum Tunçelli, Kocaeli University, Türkiye, oylum.tuncelli@hotmail.com
Assist.Prof.Dr. Serpil Akdağlı, Afyon Kocatepe University, Türkiye, serpil.akdagli@dpu.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Merve Çelik Varol, İstanbul University, Türkiye, mervecelik20@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Asuman Kaya, Eskişehir Teknik University, Türkiye, asumankaya@eskisehir.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Ahmet İlker Ceyhan, İstanbul Kent University, Türkiye, ilkayceyhan@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Hüda Sayın Yücel, Kırıkkale University, Türkiye, hudasayn@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Betül Aytepe Serinsu, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Türkiye,
betul.aytepe@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Fatma Bulat, Kırıkkale University, f.bulat@kku.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Begüm Aylin Önder, İstanbul Aydın University, Türkiye, begumonder@yandex.com.tr
Assist.Prof.Dr. Tuncay Çiçek, Gazi University, Türkiye, alpago_25@hotmail.com
Assist.Prof.Dr. Mehmet İlker Berkman, Bahçeşehir University, Türkiye, miberkman@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Evin Eriş, Fenerbahçe University, Türkiye, erisevin@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Sevda Emlak, İzmir Demokrasi University, Türkiye, sevda.emlak@idu.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Betül Yarar Koçer, Mersin University, Türkiye, betulyarar@mersin.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Hülya Demir, Ondokuz Mayıs University, Türkiye, hulya.demir@omu.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Sena Coşkun, Afyon Kocatepe University, Türkiye, senacoskun@aku.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Nur Emine Koç, İstanbul Aydın University, Türkiye, nurkoc@aydin.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Koray Sevindi, İstanbul Medeniyet University, Türkiye, koraysevindi@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Aslıhan Zinderen, Atatürk University, Türkiye, aslihan.cezik@atauni.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Tahsin Emre Fırat, Atatürk University, Türkiye, tahsinemrefirat@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Esin Ghadiani, Trabzon University, Türkiye, esinaygun@trabzon.edu.tr
Assist.Prof.Dr. Begüm Aylin Önder, İstanbul Aydın University, Türkiye, begumonder@yandex.com
Assist.Prof.Dr. Betül Hatipoğlu Şahin, KTO Karatay University, Türkiye, betulhatip@gmail.com
Assist.Prof.Dr. Neslihan Göker, Fırat University, Türkiye, neslihanuyucesoy@gmail.com
Lecturer İsmail Hakkı Polat, Kadir Has University, Türkiye
Dr. Salvatore Scifo, Bournemouth University, UK

ÖNEMLİ: Dergide yayınlanan görüşler ve sorumluluk yazarlara aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz. *Bütün makaleler iThenticate* programı ile intihal yönüyle akademik anlamda kontrol edilmektedir.

IMPORTANT: All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors. The published contents in the articles cannot be used without being cited. All the papers are controlled academically with the Turnitin program.

Editörlerin Mesajı

Sevgili IBAD Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 2, Sayı 3 yayınımlarını sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz.
Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 5 yazarın 5 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak için
gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere IBAD Sekreterliği
ibadergi@gmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Tamer BAYRAK
Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
İletişim Fakültesi
17100-Çanakkale TÜRKİYE
E-mail: ibadergi@gmail.com
URL: www.ibadergi.com

Editors' Message

Greetings Dear readers of IBAD,

We are happy to announce to you that our Volume 2, Issue 3 has been published. There are 5 articles from 5 authors published in this current issue.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, please contact IBAD Secretariat at the below address or e-mail us to ibadergi@gmail.com.

Hope to stay in touch and meeting in our next Issue.

Editörs

Assist. Prof. Dr. Tamer BAYRAK

Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart University

Faculty of Communication

17100-Çanakkale TÜRKİYE

E-mail: ibadergi@gmail.com

URL: www.ibadergi.com

TABLE OF CONTENTS
September 2022 Volume 2 Issue 3
(10.7456/100203100)

RESEARCH ARTICLES

- THE RELATIONSHIP BETWEEN STALK AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) IN THE CONTEXT OF DIGITAL DISEASE
Elif ARSLAN 154
- ANALYSIS OF COSTA GAVRAS' LOST FILM IN THE CONTEXT OF FORCED LOSS
Gülenay PINARBAŞI 167
- TRADITIONAL JOURNALISM THAT IS TRANSFORMING ON THE AXIS OF YOUTUBE JOURNALISM: AN EXAMPLE OF GERÇEK TİVİ
Gülşan KURT 184

OPINION ARTICLES

- A CRITICISM OF THE POLITICAL ECONOMIC OF COMMUNICATION IN AMERICA: AN EVALUATION OF SMYTHE AND SCHILLER'S PERSPECTIVES AND THE EXAMPLE OF CNN INTERNATIONAL
İbrahim Emre GÜNAY 202

REVIEW ARTICLES

- THE FILM LIGHTS THE FUSE OF POLITICAL CINEMA IN TÜRKİYE: KARANLIKTA UYANANLAR
Selin KİRAZ DEMİR 220

İÇİNDEKİLER
Eylül 2022 Cilt 2 Sayı 3
(10.7456/100203100)

ARAŞTIRMA MAKALELERİ

- DİJİTAL HASTALIK BAĞLAMINDA İZ SÜRME (STALK) VE OLAN BİTENİ KAÇIRMA KORKUSU (FOMO) İLİŞKİSİ
Elif ARSLAN 154
- COSTA GAVRAS'IN KAYIP FİLMİNİN ZORLA KAYBETME BAĞLAMINDA ÇÖZÜMLENMESİ
Gülenay PINARBAŞI 167
- YOUTUBE GAZETECİLİĞİ EKSENİNDE DÖNÜŞEN GELENEKSEL GAZETECİLİK: GERÇEKTİVİ ÖRNEĞİ
Gülşan KURT 184

GÖRÜŞ MAKALELERİ

- AMERİKA'DA İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİNİN ELEŞTİRİSİ: SMYTHE VE SCHILLER'İN PERSPEKTİFLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE CNN INTERNATIONAL ÖRNEĞİ
İbrahim Emre GÜNAY 202

İNCELEME MAKALELERİ

- TÜRKİYE'DE POLİTİK SİNEMANIN FİTİLİNİ ATEŞLEYEN FİLM: KARANLIKTA UYANANLAR
Selin KİRAZ DEMİR 220

DOI Numbers of IBAD
September 2022 Volume 2 Issue 3
(10.7456/100203100)

RESEARCH ARTICLES

THE RELATIONSHIP BETWEEN STALK AND FEAR OF MISSING OUT
(FOMO) IN THE CONTEXT OF DIGITAL DISEASE
Elif ARSLAN 10.7456/100203100/001

ANALYSIS OF COSTA GAVRAS' LOST FILM IN THE CONTEXT OF FORCED
LOSS
Gülenay PINARBAŞI 10.7456/100203100/002

TRADITIONAL JOURNALISM THAT IS TRANSFORMING ON THE AXIS OF
YOUTUBE JOURNALISM: AN EXAMPLE OF GERÇEK TİVİ
Gülşan KURT 10.7456/100203100/003

OPINION ARTICLES

A CRITICISM OF THE POLITICAL ECONOMIC OF COMMUNICATION IN
AMERICA: AN EVALUATION OF SMYTHE AND SCHILLER'S
PERSPECTIVES AND THE EXAMPLE OF CNN INTERNATIONAL
İbrahim Emre GÜNAY 10.7456/100203100/004

REVIEW ARTICLES

THE FILM LIGHTS THE FUSE OF POLITICAL CINEMA IN TÜRKİYE:
KARANLIKTA UYANANLAR
Selin KİRAZ DEMİR 10.7456/100203100/005

DİJİTAL HASTALIK BAĞLAMINDA İZ SÜRME (STALK) VE OLAN BİTENİ KAÇIRMA KORKUSU (FOMO) İLİŞKİSİ

Elif ARSLAN
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
elifarslan@stu.aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-1457-6268

<i>Atf</i>	Arslan, E. (2022). Dijital Hastalık Bağlamında İz Sürme (Stalk) ve Olan Biteni Kaçırma Korkusu (Fomo) İlişkisi. Journal of Communication Science Researchs, 2 (3), 154-166.
------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Günümüzde sosyal medya sayısız insan için çok önemlidir. Kişiler sosyal medya paylaşımları ile sanal toplum tarafından kabul görme ve beğenilme duygularını tatmin etmektedir. Buna bağlı olarak kullanıcılar, hayatlarında olup biten her şeyi alacakları beğenilere göre yansıtıp; bazen gerçeğe uygun olmayan şekilde paylaşım yapmaktadırlar. Sosyal medya platformlarının kullanıcılarına verdiği sanal özgürlük; kişilerin gerçek hayatları ile sahip olmak istedikleri hayat arasındaki farkı izole ederek kendilerini başka biriymiş gibi tanıtımlarına olanak sağlamaktadır. Stalk mahremiyet duvarlarımızı yıkmaya çalışan dijital balyozların öncüsü olmaktadır. Gerçekleri ile yüzleşemeyen kişiler, kendilerine seçtikleri idol, fenomen ya da tanınmamış kişileri sanal platformlar üzerinden gözetlemektedir. Sosyal medya platformlarında mahremiyeti gözetmeden, merak veya çıkar duyguları ile, seçtikleri kullanıcıların dijital ayak izlerini sürmektedirler. Kişiler saplantılı bir şekilde telefonlarını ellerine aldıklarında geçen zamanın farkında olmadan saatlerce profil ve paylaşım inceleyip bilgi toplamaktadır. Bu da kişilerin sosyal medya da geçirdikleri boş zaman aralığını artırmaktadır. Araştırmanın amacı stalk yapmanın dijital bir hastalık olan FOMO'ya benzerliği anlatılmaktadır. Twitter evreni üzerinden 28 Mayıs – 3 Haziran 2022 tarihleri arasında Türkçe dilinde “stalk” kelimesinin kullanıldığı 740 tweet'in aldığı, retweet, beğeni sayıları incelenerek nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemi kullanılarak bağımlılık bağlamında incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Stalking, İz Sürme, Gözetlenme, Sosyal Medya, Twitter, Ekran Bağımlılığı, FOMO.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN STALK AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) IN THE CONTEXT OF DIGITAL DISEASE

ABSTRACT

Nowadays, it is very important to have a place in social media. People are not accepted and liked by the virtual society with their social media shares. Accordingly, in their use, they reflect all kinds of goods according to their tastes and share in a way that is not suitable for life. Virtual victims to users of social media platforms; Being a great student may be able to differentiate between the existing life in life and the life having. Sap is the pioneer of digital sledgehammers trying to break down our privacy walls. People who face their realities are watching the idols, phenomena or virtual platforms they choose today. Users of those who benefit from curiosity or interest on social media platforms are monitored without regard to digital media privacy. It is a knowledgeable profile and share aggregator when people obsessively consider their phones locally in their hands. This increases the leisure time in the media in social life. The aim of the research is to make FO similar to MO, which is a perverted digital disease. Review of 740 tweets raised in English language “stalk” between 28 May – 3 June 2022 via his universe on Twitter, retweet, content analysis, one of his critically reviewed qualitative research can be reviewed.

Keywords: *Stalking, Tracking, Surveillance, Social Media, Twitter, Screen Addiction, FOMO.*

GİRİŞ

İnsanlar dijital dünyada yaşadıkları ortamları inşa etmek için medya, teknoloji ve kameraları kullanmaktadır. Teknoloji ve birey arasında ayrılmaz bir bağ oluşmaktadır. Artık bu teknolojiler taşınabilir mobil aygıtlar haline gelmektedir. Taşınabilirlik dijital ortamın en iyi özelliklerinden biridir. Teknoloji ve birey arasında ayrılmaz bir bağ oluşmaktadır. Teknolojik ürünler çoğaldıkça toplum içerisindeki kullanımı artmaktadır. Web 2,0 ile kullanıcıların kendi aralarında etkileşimli bir iletişim kurmalarına olanak sağlamaktadır. Günümüzde sosyal medya platformları Web 3,0 (semantik/anlamsal web) sistemine geçmiş bulunmaktadır Dünyanın farklı yerlerindeki milyonlarca insanı bir araya getiren sosyal medya platformları, bireylerin kendilerini ve başkalarını fark etme, merak etme ve takip etme biçimleri üzerinden sanallaşan iletişim sürecini hızlandırmaktadır. İletişim teknolojilerinin sürekli kendini yenilemesiyle toplum içindeki iletişim değişime uğramaktadır.

Ağ toplumu, bilişim ve iletişim teknolojilerinin sunduğu ulaşılabilirlik sayesinde yeni bir toplum türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Ağ toplumunun sosyal hayat iletişimini sağlayacak olan sosyal medya platformları gün geçtikçe çoğalmaktadır. Sosyal platformlar kullanıcılarına türlü medya içerikleri ile paylaşım yapabilmelerini sunmaktadır.

Sosyal medyanın ücretsiz emekçileri olan kullanıcıların oluşturduğu içerikler sayesinde veri madenciliğinin büyümesine başrol oynamaktadır. Bilgi doyumsuzluğu bireylerde zaman ve mekân kavramlarını yitirerek ekrana bakma sürelerini uzatmaktadır. Sosyal medya, insanlar arasındaki iletişime yeni bir yol kazandırmaktadır.

Yeni medya, hayatımızı bu kadar kolaylaştırırken, gözle görülmeyen ağlar ile kendisine sıkıca bağlamaktadır. İletişim teknolojilerinde meydana gelen bu gelişmeler toplum üzerinde bazı olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Yüz yüze iletişimin azalması, bireylerin daha fazla bireyselleşmesi, bilgi kirliliği, bağımlılık gibi problemler oluşturmaktadır. Bireyin kontrolsüz internet kullanımı bireysel özelliklerinin önemli oranda azalmasına yol açmaktadır. Ailesine veya topluma karşı sorumluluklarını yerine getirememektedir. Bu durum internet bağımlılığının sadece bireyi değil bütün toplumu derinden etkileyen önemli bir bağımlılık sorunu olarak ortaya çıkmaktadır (<https://sosyalmedya.co/maslov-ihityaclar-hiyerarsisi-infografik>)

Yeniliğe hevesli olan bireyler farkında olmadan bağımlı hale gelmektedir. Boş zaman aktivitesi olarak değerlendiren sosyal medya da iz sürme (stalk) takip ettikleri veya etmedikleri kişilerin dijital ayak izlerini inceleyerek hatta ekran fotoğraflarını (ss) almaktadır.

FOMO kavramı Türkçe de bir şeyleri kaçırma bir şeylerden yoksun kalma anlamına gelmektedir. Günümüz sosyal medya aşırı kullanımından kaynaklanan bir bağımlılık türünü oluşturmaktadır. Kullanıcıların sosyal medya platformlarında paylaşılan içerikleri kaçırma ve geri kalma korkusundan dolayı sürekli sosyal medyada kalma durumlarından kaynaklanmaktadır. FOMO kişinin sosyal medya ağlarında takipte olduğu diğer kullanıcıların nerede neler yaptığını paylaştığı içerikleri kaçırma korkusu olarak tanımlanmaktadır (Gökler vd. 2016)

Araştırmada kullanılan veriler sonucunda kullanıcıların, kendi adlarıyla ya da sahte hesaplar ile izlerini sürdükleri kişilerin, hayatları ile ilgili yaptıkları paylaşımları kaçırmamak için dokunmatik ekran başında geçirdikleri süreler, gerçek zamanlarından çalmaktadır. Stalk yapan kullanıcı Olan biteni kaçırma korkusu (FOMO) hastalığına yaklaşırken aynı zamanda mahremiyetin sınırlarını geçmektedir. Nitekim bireyler sosyal paylaşım platformlarında tüm kişisel bilgilerini, eğitim durumlarını, meslek hayatlarını, ailesiyle olan fotoğraflarını, çocuklarıyla yaptığı faaliyetlerini, olaylar ve olgular hakkındaki değerlendirmelerini, dini ve siyasi görüşlerini, gezdiği eğlendiği yerleri, katıldığı sosyal ortamları, yiyip içtiklerini, mal varlıklarını yani sahip oldukları her şeyi paylaşmaktadır.

FOMO, akıllı telefonlar sayesinde, sosyal ağlarında var olan ya da sosyal ağ profili tüm kullanıcılara açık olan bireylerin paylaşımlarının anlık takip edilmesinden kaynaklanmaktadır. FOMO hastalığı olan birey paylaşılanları kaçırma korkusu ile anlık takip etmektedir.

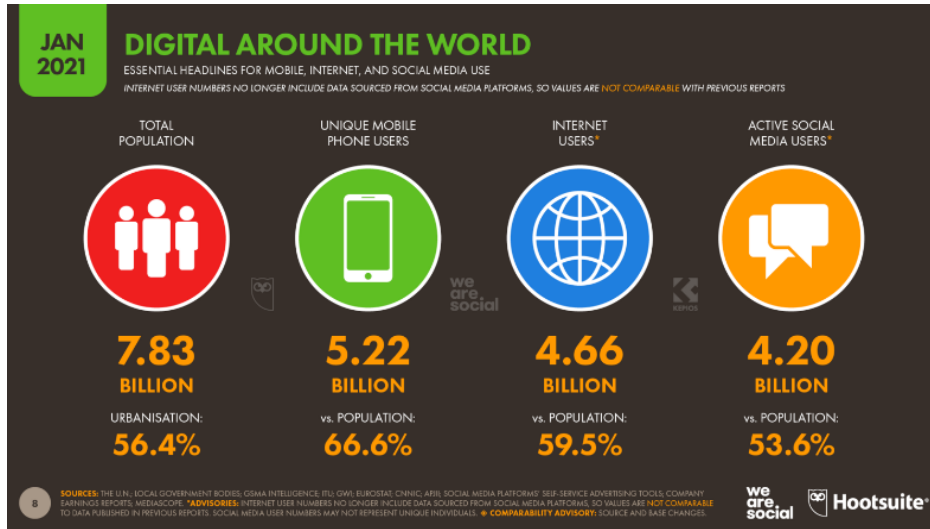
Bu makale içerisinde; sosyal medyanın hayatımıza nasıl girdiği ve yerleştiği, dijital hastalık olan FOMO'nun hangi durumlarda gerçekleştiği anlatılmakta; stalk'un niçin yapıldığı açıklanmaktadır. Stalk kavramının hangi amaçlar doğrultusunda yapıldığı örnekler ile açıklanmaktadır. Stalk'un FOMO ilişkisi örnekler ile irdelenip, oluşan bağımlılığın toplumsal sonuçları incelenmektedir.

SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Sosyal medya tarihi iki bilgisayarın birbirlerine ilk maili atması ile ortaya çıkmaktadır. İnternet sayesinde etkileşim haline geçen bilgisayarlar teknolojinin de ilerlemesi ile taşınabilir mobil cihazlar haline gelmektedir. İnsanlar masaüstü ya da diz üstü bilgisayarlara ihtiyaç duymadan akıllı telefonları ile internete bağlanabilmektedir. Sosyal medya ile ana akım medyayı birbirinden ayıran özellik ise etkileşimdir. Ana akım medyada mesaj tek taraflı olarak verilirken sosyal medyada çift taraflı yani etkileşimlidir iletişime tepki anında alınmaktadır.

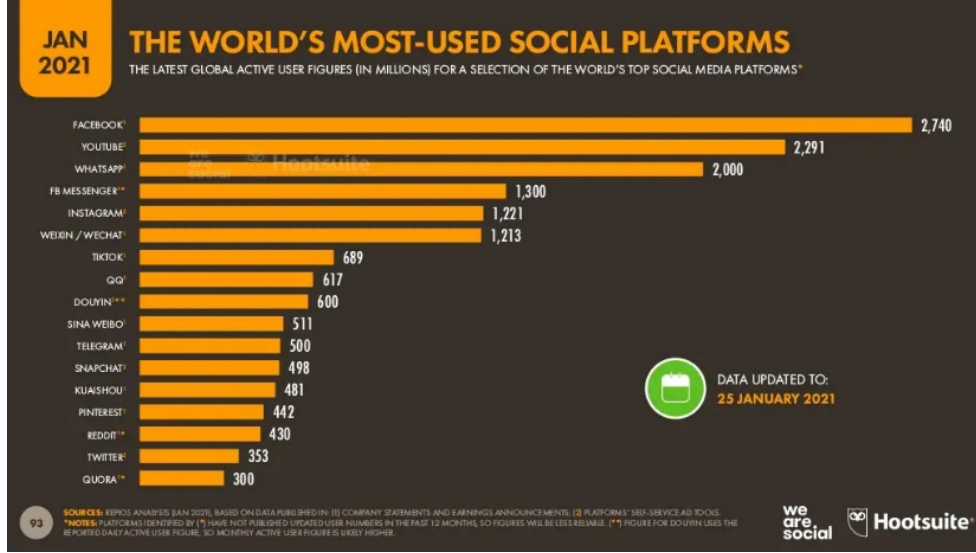
Sosyal medya paylaşım üzerine kurulu çevrimiçi bir ağıdır. Sosyal medya kullanıcıları ürettikleri dijital içerikler, yaşanan toplumsal bir olaylar karşısındaki tutumları, düşünceleri, yaşadıkları yer ve kültürel özellikleri ile ilgili yaptıkları paylaşımlar ile diğer kullanıcılar ile aralarında görünmeyen dijital ağlar oluşturmaktadır. İnsanların ihtiyaçları teknoloji ve kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre değişiklik gösterirken, sosyal medya temel ihtiyaçlar içerisinde yer almaya başlamaktadır.

Yaşamı gitgide medya yoluyla, art arda gelen karşılaşmalar dizisi halinde deneyimliyoruz. Bundan keyif aldığımızı düşünsek de aslında hormonlarımızda kısa devre yapıyor. O nazik "büyük teknoloji" tedarikçileri gün geçtikçe hormonlarımızı hedef almaktadır (Leonhard 2018 s.15). Teknoloji'nin sürekli devinim içerisinde olması bir yandan insanlığa yenilikleri sunarken bir yandan da kullanımlarını artırmaktadır. Sosyal medya kullanım oranları ile ilgili her yıl çalışmalar yapılmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanımları her geçen gün artmaktadır. Dijital 2021: Küresel Genel Bakış Raporuna göre dünya üzerinde sosyal medya kullanım oranları verilmektedir.



Şekil 1. 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri

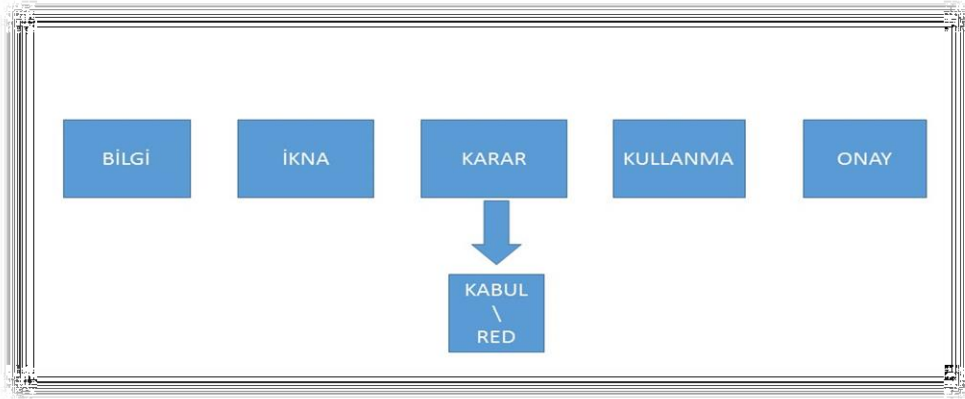
Kaynak: URL 1



Şekil 2. 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Kaynak: URL 2

Takıntılı ve bağımlı olarak internet kullanımı Amerika’lı psikolog Rogers’in 2003 yılında Diffusion of Innovations, Fifth Edition adlı araştırmasında yeniliklerin yayılımı kuramını bulmaktadır. Yeniklerin yayılımı ve yenikleri kabullenme teorisi içerisinde bulunduğumuz teknolojik yenedünyanın düzeninin nasıl işlediğine işaret etmektedir. Rogers’ın yeniliklerin yayılımını ve süreci kuramını şema olarak açıklamaktadır.



Şekil 3. Rogers yeniliğin kabullenışı şeması, 1995

Hayatımızı kolaylaştıran teknolojinin cebimizdeki ürünü akıllı telefonlar dokunmatik hayatları oluşturmaktadır. Akıllı telefona indirilen bir sosyal medya uygulaması sayesinde sadece ekrana dokunarak dünyanın diğer ucundaki bir insanın yaptığı bir paylaşma ulaşabilmek eski toplumların imkânsız ya da büyü olarak adlandırılırdı. İşaret ettiği ortak nokta vurgulanmaktadır. “Yarının eskisi bugünün yenisidir.” Teknoloji, zaman ve mekân kalıplarını yıkmaktadır.

Teknolojik kullanımın altında yatan güçleri ve arzuları daha iyi anlamaya çalışırken, bu teknolojilerin olumlu potansiyelini en üst düzeye çıkarıp gerçek sorunları en aza indirmeye çalışılmaktadır (Chayko 2018 s. 210).

Sosyal medyanın insanın içerisindeki merak duygusunu uyandırmasının bir sebebi de ulaşılabilir oluşudur. Teknolojinin taşınabilir hale gelmesi, bazı kullanım durumlarında endişe vermektedir. Hayatta yaşayacağımız anlarımızı hatta hiç hissetmediğimiz duygularımızı elimizden almaktadır.

MAHREMİYET KAVRAMI

Mahrem sözcüğünü Türkçe sözlük, “*yakın akrabadan olduğu gibi nikâh düşmeyen (kimse)*”, başkalarına söylenmeyen, gizli ve sırdaş olarak tanımlanmaktadır (URL 3) <http://www.tdk.gov.tr/>. Mahremiyet kavramının sosyal yapı içerisinde kişisel duygu ve durumların ifade biçimlerinden kaynaklanan ihtiyacını oluşturmaktadır. Mahremiyet kavramsallaştırmalarını ana hatlarıyla dört şekilde ifade etmek mümkündür. Bunlardan birincisi kişiler arası duygusal iletişimi düzenleme ve duyguların ifade süreci kapsamında bir “*ihtiyaç*”, ikincisi yalnız kalma, kişisel sınır ve ulaşılabilirlik kapsamında bir “*korunma hakkı*”, üçüncüsü bir “*kültürel algı*”, dördüncüsü ise din referansında kul hakkı, haramdan sakınma ve sadakat olarak konumlandırılabilir (Livberber,2018 s.21).Teknolojinin hayatımızın her yerine yansıdığı şu günlerde mahremiyetin sınırları değişim göstermektedir. Kullanılan sosyal medya platformlarına göre mahremiyet yeniden şekillenmektedir.

Günümüzde de yeni teknolojik uygulamalar tarafından sunulan seçenekler yeni enformasyon teknolojilerinin gündelik hayata bu denli dahil olmasıyla birlikte bugünkü mahremiyet anlayışını değiştirmektedir. Kavram, gelecekteki teknolojik gelişmeler ışığında tekrar değişecek ve yeni ihtiyaçlar doğuracaktır. Bu sebeple mahremiyet kavramını tarihsel gelişim süreci içinde incelemek zorunlu görünmektedir (Livberber 2018 s. 27). Bireyler toplumsal olmaktan ziyade daha çok kendilerine yönelmiş, hayatlarını kendileri istedikleri gibi inşa etmeye başlamışlardır. Ancak zamanla kendilerini nesnelleştirerek bir gösteri unsuruna dönüştüren bireyler, zaten sınırları belirgin olmayan mahremiyet sınırlarını daha da içinden çıkılmaz hale getirmektedir. Teknolojinin gelişimi sürecinde yaşanan bu dönüşümler, bireylerin yaşam biçimlerini derinden etkilemiş ancak aynı zamanda sınırları ihlal eden bir yaşamı da inşa etmiştir (Livberber 2018 s.36,37).

Sosyal ağların kişiler arası iletişim üzerine en önemli etkileri arasında ise kişilerin bu ortamda benliklerini sunma yarışına girerek görme, gösterme ve gözetle(n)meye dayalı yeni bir iletişim şekli edinmeleri ve bunun sonucunda mahremiyet algılarının dönüşüme uğraması gösterilmektedir (Bekiroğlu ve Hülür, 2016 s. 147). Mahremiyet kavramının birçok insan için aynı anlama gelmemesi ve özel yaşam sınırları içerisinde kalan konuların kişiden kişiye zamandan zamana ve kültürden kültüre değişiklik göstermesi, kavramın tanımlanmasını ve sınırlarının belirlenmesini güçleştirmektedir. Bireyin özgürlük alanına dahil bir kavram olarak ele alınması gereken mahremiyet kişinin kendisine ulaşılmasını kabul veya red etmesi kararı ile ilgilidir ki bunlar; kişisel alan, kişisel mülk, beden, kişisel davranışlar, sosyal ilişkiler, kendisiyle ilgili bilgiler, inançlar ve tutumları kapsar (Üstün vd. 2017 s. 43).

Tüm bu değişimler ve daha birçok değişim vasıtasıyla kişiye ait özel alana müdahale imkânının her geçen gün artmakta olduğu, ayrıca bireylerin kendi mahremiyet alanlarının sınırlarının esnekleşmesine karşı daha rahat bir tavır takınmakta oldukları görülmüştür (Şimşek 2019, s.12). Neticede, medyaya taşınan kürtaj hakkı, örtünme, cinsellik, cinsiyet, aile hayatı ve beden görünürlüğü gibi konular, beklenildiği gibi mahremiyetin dönüşümünü rahatlıkla gözleyebileceğimiz alanlar olarak karşımıza çıkmıştır (Akkaş 2015 s. 225-239). Kişisel özgürlük herkes için geçerli olduğundan, mahremiyet olgusu eşitlik ilkesine mühim derecede değer vermektedir ve diğer taraftan hem içsel iletişim olarak hem de diğer insanlarla iletişim bağlamında duygusal etkileşime odaklanmaktadır (Giddens 2008 s. 131).

Kant’a göre ise mahremiyet; esasen insan olabilmenin temel noktasıdır ve bu noktayı özgür alan boyutuna taşıyabilmek için mahremiyete sahip çıkılması önemlidir. Mahremiyet yitirildiği takdirde söz konusu insani temel değer zedelenmesi mümkündür (Dedeoğlu 2004 s. 89). Bundan ötürü mahremiyeti koruyabilmek için gözetlenen durumuna gelmekten sıyrılmak gereklidir ve Nitekim gözetlenen olmak mahremiyetin adeta yok sayılması olarak değerlendirilmektedir (Trottier 2012 s. 321).

Panoptikon aynı zamanda güçlünün güçsüzü tahakküm altına alması olarak değerlendirilebilir. Nitekim üst aklın devreye girdiği durumlarda yoğun kitleler, çeşitli yöntemlerle kolayca etki altına alınabilmektedir ve gözetlenebilmektedir (Bentham, 1995).

DİJİTAL BAĞIMLILIK: OLAN BİTENİ KAÇIRMA KORKUSU (FEAR OF MISSING OUT: FOMO)

Yaşadığımız teknolojik çağ, modern topluma yeni bir kavram kazandırmaktadır. Bu kavram, aile ve arkadaşlarla iletişimi gerçekleştirmek için yaratılan, akıllı cihazlar sayesinde anında iletişimi gerçekleştiren sosyal medya ortamları olmaktadır. Her ne kadar anında iletişim imkânı eşsiz bir imkân olsa da sosyal çevreye olan bu bağlantının olumsuzlukları da mevcuttur. Bilgiye erişme imkânının artması, bağlantının kesilme durumunda iletişim kanalıyla ilgili herhangi bir şeye özlem duyulabileceği şüphesini de arttırmaktadır. Şüphe ile ortaya çıkan bu korkuya Fearing of Missing Out (FOMO) denilmektedir (Wiesner 2017). Görünüşte ciddi bir tehdit imajı çizmeyen “FOMO”nun tıpkı bağımlılık yapıcı maddeler gibi kişinin bilincini ve kontrol yeteneğini bozduğu düşünülmekte; bu sebeple “sanal uyuşturucu” olarak nitelendirilmektedir (Tarhan 2014).

Teknolojinin mobil versiyonlarından biri olan akıllı telefonların taşınabilir özelliğinden dolayı sosyal medyada geçirilen sürenin arttığı gözlemlenmektedir Gerçek hayat içerisinde yüz yüze yapılan iletişim, akıllı cihazlar ile dijital iletişim ortamını oluşturmaktadır. Ayrı kalındığı anlarda yaşanan kaygı bozuklukları bağımlılığın hastalık derecesini yansıtmaktadır.

İnternet öncesi dönemde olmayıp internetin yaygınlaşp mobil telefonlar aracılığıyla gündelik kullanımda yerini almasıyla ortaya çıkan yeni bağımlılık türleri de ortaya çıkmaktadır ki bunların en başında sosyal medya bağımlılığı gelmektedir (Aydın ve Yazıcı 2020 s. 45). Sosyal medyadaki gelişmeleri, paylaşımları bir an görememek kendilerine geri kalmışlık duygusunu yaşatmaktadır. Sanal ortamın bu kadar yoğun kullanılmasıyla birlikte kişiler bir aradayken bile birbirleriyle sözel iletişim kurmak yerine akıllı telefonları aracılığıyla nerede ya da kiminle olduklarını, ne yediklerini, ne hissettiklerini paylaşmaktadırlar. FOMO kaygı durumundan etkilenen bireyler sosyal medyada birini takip etmeye başladığın da karşı tarafında onu takip etmesi gerektiği duygusuna kapılmaktadır. Takip etmediği durumlarda nefret söylemleri saldırılar başlamaktadır (Özen ve Ortaç 2020 s. 93).

FOMO korkusuna sahip kullanıcılar, diğer kullanıcıların yaptıklarını takip ederek gelişmelerden haberdar olmak ve bu gelişmelere ayak uydurmak istemekte, buna mani olacak bir durum ortaya çıktığında ise “Kaçırdığım bir gelişme var mı?”, “Acaba şu kullanıcı bir şey paylaştı mı?” veya “Şu an çevrim içi olmadığım için konu dışı bırakılmış olabilir miyim?” şeklinde korkular yaşayarak kaygıya teslim olabilmekte, strese ve hatta depresyona girebilmektedir (Aydın ve Yazıcı 2020 s. 48).

Kişi internet ortamında yer aldığı yani çevrim içi (çevrimiçi) olduğu sürece davranışları zamandan ve mekândan bağımsız olarak ve neredeyse hiçbir zahmete girmeden kolaylıkla sergileyip sürdürülebilecek, tüm bu nedenlerle beyin başta dopamin olmak üzere mutluluk kimyasallarını yapay olarak salgılayacaktır. Kişi bu davranış bozuklukları ile yapay olarak mutlu olacak, mutluluğun devamlılığını sağlamak isteme durumu da bağımlılığa neden olabilecektir (Aydın ve Yazıcı 2020 s. 48).

STALK OLGUSU

Stalk sosyal medya platformlarında bir kişinin başka birini araştırması, gizlice takip etmesi ve paylaşımlarını incelemesi eylemine stalklamak denilmektedir. Gözetleme, gözleme ve inceleme işlemlerini sosyal medya üzerinden gerçekleştiren, stalk’layan kişiye stalker denilmektedir. Amerikalı sosyolog Riesman, böyle bir toplum biçiminde bireyin diğerlerine daha bağımlı olduğu “yeni bir bireycilik” dönemine girildiğinden söz eder. Riesman bu toplumda görülen bireyleri, hep başkalarının ne diyeceğine göre yaşayan “başkalarınca yönlendirilmiş insan” (Oskay 1984 s. 54) olarak tanımlamaktadır. Sosyal medyada dikizleyen fakat dikizlenmeyen durumda yer alan kullanıcılar ayrıca yer almaktadır. Bu kullanıcılar genel olarak toplum içerisinde sosyal medyayı eleştirmektedir ve sosyal medya hesabına sahip olmadıklarını vurguyla belirtmektedir. Fakat sosyal medya sayfasına sahip olanları gizlice de olsa

takip etmekten vazgeçmemektedir (Barbarosoğlu 2016 s. 1).

Stalk, sosyal medya platformlarında başkalarına ait hesapları takip etme, onların hayatlarına dair bilgi edinme anlamına gelmektedir. Gerçek hayatta fiziksel olarak birinin izini sürmek, takip etmek suç sayılırken sanal platformlarda bu durum olağan olarak görülmektedir. Özel yaşam gizliliği yani dijital mahremiyet sınırlarının ihlalinin de söz konusu olan stalk olgusunun insan hakları ve bilişim kanunları değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tekno-sosyal yaşamın özgürlükçü tarafını keşfeden kullanıcı birey, oluşturduğu yeni sanal kimliği ile bilgi dağlarına yenilerini eklemekte ve bu sayede tekniğin insanlar üzerindeki etkisini arttırmasına yardımcı olmaktadır (Yengin ve Bayındır 2019 s.88). Goffman'ın çalışmalarında bireyin, diğer bireylerle sosyal etkileşime girdiğinde "diğer insanlar tarafından kabul edilecek bir benlik ortaya koymaya çalışmasından" bahsedilmektedir. Goffman'ın, dramaturjik (tiyatro) kuramında açıkladığı, sahnede yer alan bir aktörün temel düşüncesi, gerçekleştirdiği performans sayesinde izleyicilerin olurlarını almak ve sonucunda onları etkilemektir (Wallace ve Wolf, 2013: s. 319).

Örneğin bir kişi bir gün trafikte giderken modifiyeli bir arabayı görüp beğenebilmekte. Daha sonra bir şekilde aracın plakasından ya da arka camındaki sticker dan kişiye ulaşip instagram dan gizlice takip etmeye başlayabilmektedir. Instagram hesabından kullandığı diğer sosyal medya hesaplarını gizlice incelemeye alabilmektedir. Merak konusu olan modifiyeli araçtan uzaklaşıp aracı kullanan kişinin hayatına dair bütün bilgileri edinebilmektedir. Sonuçta modifiyeli araca olan merak bununla ilgilenen insanların özel hayatlarını merak etmeye kadar sürüklenebilmektedir.

Stalk eyleminin gerçekleştiren bireyler sosyal medya kullanıcılarının hesaplarını gizliden ya da açıktan takip ederek yani dijital iz sürerek stalker olma rolünü de üstlenmektedir. Bu stalklama evreni kullanıcıların ilgisini çekecek paylaşımlar olduğu sürece devam etmektedir. Gönderi paylaşımları sayesinde kimin kiminle arkadaş olduğu, kimin kiminle ilişkisinin sona erdiği, kimin kiminle fotoğraf çektiği, kimin kötü bir gün geçirdiği rahatlıkla takip edilebilmektedir (Çetin 2020 s. 62).

Sosyal medya da sizi stalklayan birileri var mı gibi şüphelerinizi giderecek size destek verecek uygulamalar oluşturmaktadır. En son kim profilinize baktı, kim sizi takipten çıkardı, hatta profilinizdeki bir fotoğrafın ss yani ekran kaydını alıp nerelerde paylaştığına kadar bütün bilgileri alabileceğiniz uygulamaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Geleneksel stalklamadan farklı olarak siber stalklama bilgisayar tabanlı iletişim teknikleriyle tekrarlanan ve istenmeyen temasları ifade etmektedir. Siber stalklama tanımı için temel kriter stalklamadan etkilenenler arasında kaygıya yol açmasıdır (Drebing, vd. 2009)

Bireyler başka sosyal medya kullanıcıların hesaplarını gizliden ya da açıktan takip ederek yani dijital iz sürerek stalker olma rolünü de üstlenmektedir. Bu stalklama evreni kullanıcıların ilgisini çekecek paylaşımlar olduğu sürece devam etmektedir. (Kınık 2021 s. 193)

STALK VE FOMO BAĞIMLILIĞI İLİŞKİSİ

Sayısı gün geçtikçe artan sosyal medya platformları insandaki merak duygusunu arttırmaktadır. Kim nereye gitti, kiminle gitti, hangi paylaşımı yaptı, ne hissetti, gibi meraktan doğan soruların cevapları bu platformlar ile alınmaya başlanmaktadır. Bazı kullanıcılar bu durumu bir üst seviyeye çıkartarak takıntılı bir şekilde izleri takip etmektedir. Stalk yaparken bir taraftan da mahremiyeti göz ardı etmektedir. Stalk, FOMO bağlamında ekrana bakma süresini arttırmaktadır. Gizli takip edilen hesaplardan gelen gönderi bildirimleri, kullanıcıları ekrana bağımlı kılmaktadır. Gelen bildirimleri ve paylaşımları kaçırma duygusu bağımlı olan kişilerde fiziksel ve ruhsal sorunlar ortaya çıkarmaktadır.

İngiliz gazeteci ve yazar George Orwell'in da belirttiği gözetim olgusu, yeni medya ortamlarının sağladığı toplumsallaşma biçimi olan hareketsiz toplumsallaşma ile günümüz dünyasında önemli bir

güce ulaşmış bulunmakla birlikte bu gücün yeni medya ortamları ile öne çıkan arzulanan teşhircilik olgusu ile daha da önemli hale geldiği gözlenmektedir. O halde yeni medya ortamları ile öne çıkan bir kavram olarak hareketsiz toplumsallaşmanın teşhirci bir kültürü meşrulaştıran önemli bir kamusal alan yarattığı ve bu alanda görünebilir ve erişilebilir olmayı gerekli kıldığı göze çarpmaktadır (Çambay 2015 s. 5). Sosyal medya kullanan her birey yaptığı paylaşımlar ile stalkerlara dijital platformlara izlerini bırakmaktadır.

Dijital teknoloji kullanımında, bilgi arama ve ödüldeki dopamin döngüsü burada devreye girmektedir. Bir kere teknolojiyi kullanırsak ve iyi hissettirirse, onu tekrar tekrar kullanmayı teşvik etmektedir. Dopamin üretimini uyaran aktiviteler bireyin, onları tekrar tekrar yapmayı istemesini üsteler böylelikle beyin ve vücudu kaplayan olumlu duygular tekrarlanabilmektedir (Chayko, 2018 s.208). Dopamin; insan vücudunda doğal olarak bulunan kimyasal bir maddedir ve vücuttan beyne sinyaller iletmektedir. Kişinin duygusal tepkilerinin ve eylemlerinin kontrolünde önemli bir rol oynar. Kişinin hem zihinsel hem de fiziksel sağlığının pekişmesinde oldukça özel bir yeri vardır. Bu nedenle bu kişilerin üretkenliği ciddi anlamda engellenebilir çünkü kişi sürekli bildirimler ile meşgul olmaktadır (Rozgonjuk vd.. 2018).

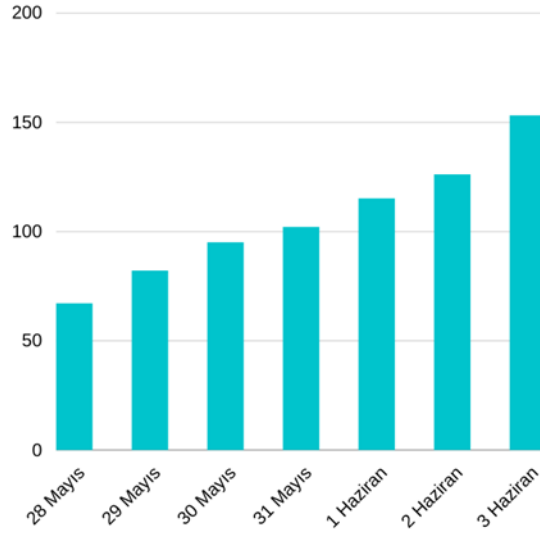
Daha yüksek düzeyde FOMO'ya sahip bireyler anlık bildirimlere tepki vermeye daha yatkındırlar. Bağlantıyı kesme konusunda ki isteksizlik ve bağlantı kesilmesinde yaşanan zorluk oldukça endişe verici olabilmektedir. İnternet ve dijital medya kullanımını aşırı uçta olmadığında bile, insanlar için cihazları ve ekranlarını kapatmanın nasıl ve ne zaman gerekli ve uygun olduğunu bilmek zor olabilmektedir (Chayko 2018 s.212).

Örneğin; Postegro, zoomie, instapro, xprofile gibi uygulamalar stalk olgusu üzerine kurulmaktadır. YouTuber lar bile stalklamak olgusu üzerine; nasıl yapılır, akıllı telefon mu yoksa bilgisayar mı kullanılır, sahte hesaplar hangi kriterlere göre açılmalıdır gibi soruların yanıtlarının bulunduğu içerikler oluşturmaktadır. YouTuber Şeyma Erdoğan'ın 20 Haziran 2017 de yayınladığı "Instagram da stalk atmanın 10 altın kuralı" başlıklı videosunda siber stalklamanın normal bir davranış durumu olduğundan ve herkesin stalk atabilmesi için bütün hususlarını anlatmaktadır. Videoya gelen kullanıcı yorumlarından biri ise "Mantık sizi A noktasından B noktasına getirebilir ama stalk her yere"

YÖNTEM

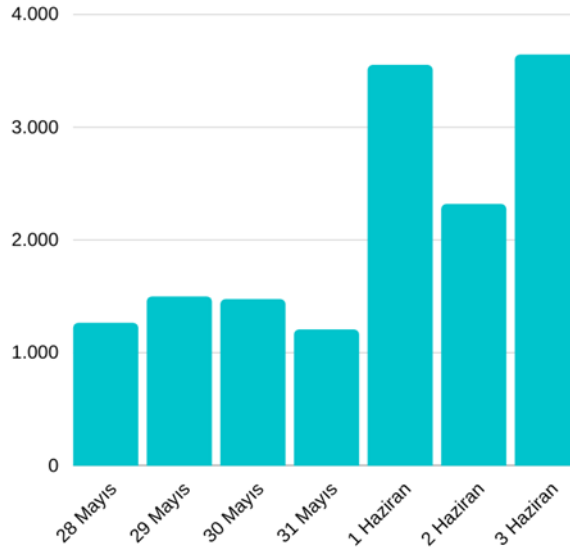
Stalk kelimesinin yoğunlukla kullanıldığı Twitter üzerinden 28 Mayıs- 3 Haziran 2022 tarihleri arasında Türkçe dilinde "stalk" kelimesinin kullanıldığı paylaşımların aldığı, retweet, beğeni sayısı gibi analizler yapılarak araştırılabilmektedir. Tarih seçiminin dijital stalk yapmanın yasal yaptırımları olacağına dair Av Ahmet Ekin'in kendi hesabından "12.05.2022 tarihinden itibaren stalk yapmanın 6 aydan 3 yıla kadar hapis cezası bulunuyor." Paylaşımı popüler listeye girmesinden sonraki dijital reaksiyonları görmek üzere seçilmektedir. Stalk kelimesi içeren bu paylaşımların gün gün artan bir eylem olması nedeniyle seçilmektedir.

Twitter uygulamasının arama ara yüzünden 28 Mayıs- 3 Haziran tarihleri arasında Türkçe dilinde stalk kelimesi geçen popüler 740 tweet ve bu tweetlere gelen beğeni ve retweetlerin sayıları alınarak grafik haline getirilmektedir. En popülerde çıkan bu tweetlerin içerikleri stalk eylemini destekleyen paylaşımlardan oluşmaktadır. Beğeni ve retweetler ise paylaşımların diğer kullanıcılar tarafından içeriğin takip edildiği veya onaylandığını göstermektedir. Paylaşılan içeriklerin bir kısmı grafik altlarında verilmektedir.

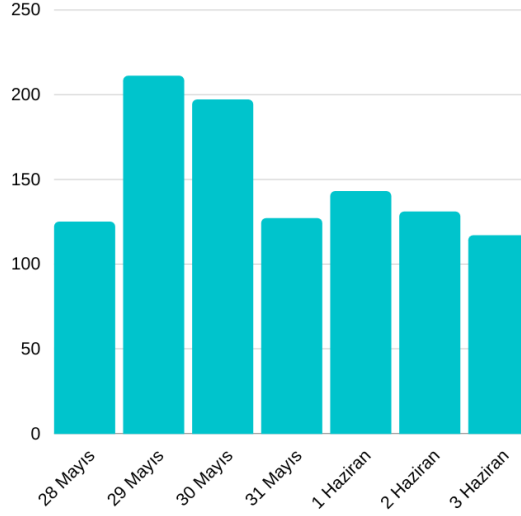


Şekil 4. 28 Mayıs – 3 Haziran 2022 tarihleri arasında Twitter’da Türkçe dilinde “stalk” kelimesini kullanarak atılan popüler tweetlerin analizi

740 stalk tweetine gelen beğeni sayıları grafik haline getirilmektedir. Grafikte stalk eylemini gerçekleştirme bile stalk içeriklerinin takibi ve onayını veren kullanıcı sayılarını gösterilmektedir.



Şekil 5. 28 Mayıs – 3 Haziran 2022 tarihleri arasında Twitter’da Türkçe dilinde “stalk” kelimesini kullanarak atılan popüler tweetlerin aldığı beğeni analizi



Şekil 6. 28 Mayıs – 3 Haziran 2022 tarihleri arasında Twitter’da Türkçe dilinde “stalk” kelimesini kullanarak atılan popüler tweetlerin aldığı retweet analizi

BULGULAR

28 Mayıs tarihinde yapılan 67 paylaşımın çoğunluğunu, Av Ahmet Ekin’in kendi hesabından “12.05.2022 tarihinden itibaren stalk yapmanın 6 aydan 3 yıla kadar hapis cezası bulunuyor.” paylaşımına gelen tepkiler oluşturmaktadır. Sosyal medya platformlarında gerçekleştirilen stalk eyleminin bir özgürlük olduğunu savunan tweetler yer almaktadır. Gerçek sosyal hayatlarında, benliklerini oluşturamayan bireyler, sanal ortamda yarattıkları ya da yaratacakları çevre için, dijital izleri takip ederek dijital benliklerini ön plana çıkarmaktadır. Av. Ahmet Ekin’in paylaşımında yer alan stalk özgürlüğüne gelen yasal yaptırıma tepkiler içermektedir.

29 Mayıs tarihinde stalk kelimesi içeren 82 tweet paylaşılmaktadır. Paylaşım içerikleri stalk yapmanın haz duygusu verdiği yönündedir. “twitterda stalk yapmak çok güzel bende hobi haline geldi artık. Keşke daha çok kişi tanısam da baksam hesaplarına”. Teknolojinin hızlı kullanım döngüsü, dopamin hormonunun tekrarlanarak yükselmesine ve daha fazla istenmesine yol açmaktadır.

30 Mayıs tarihinde 95 tweet paylaşılmaktadır. İçeriklerin bir kısmını stalk yapmak bağımlılığını vurgulayan ve anlık bildirimleri kaçırma korkusunu anlatan “Saatler boyu buraya giremediğimde yabancılık çektiğim için tek tek sayfalara girip ne kaçırdım acaba diye stalk yapıyorum kafayı yeme şeklim” ve “refleks olarak stalk yapan tek ben miyim stalkladığım kişiler umurumda bile değil ama bakmadan da edemiyorum napıyorlar diye” gibi tweetler içermektedir.

31 Mayıs tarihinde 102 tweetin stalk ve stalker kavramlarının “bir gün önce çok yakın hissettiğin insana bazen bir saatte uzaklaşırsın çünkü stalk yeteneğin çok üstündür”, “Stalk deyince de ben be kardeşim tc’sini bile bulurum” paylaşımları ile kullanıcının bıraktığı dijital izinden kişisel bilgisine erişme arzusunu içerdiği anlaşılmaktadır.

1 Haziran tarihinde gönderilen 115 tweetin genel içerikleri önceki günlerde yapılan paylaşımlarla aynı orantıdadır. Popüler 115 tweetin içerisinde “stalk yapmayı bırakmam lazım” paylaşımı bırakılmaya çalışılan bağımlılık durumunu göstermektedir.

2 Haziran tarihinde paylaşılan stalk kelimesi içeren popüler tweetlerin sayısı 126 ya ulaşmaktadır.

“Deliler gibi stalk yaptım çok iyi geldi” örneği yapılan stalk eylemi sonrası mutluluk seviyesinin yükseldiğini göstermektedir. Kişinin gerçek hayatta kuramadığı iletişimi dijital ortamda stalk yaparak topladığı bilgiler ile kurma isteğini yansıtmaktadır.

3 Haziran tarihinde paylaşılan 153 tweetin büyük bir kısmını stalk yaparken geçirilen zamana yapılan göndermeler oluşturmaktadır. “Stalk yaparken zaman çok hızlı geçiyor”, “Bazen stalk yapmamak çok zor. İrade gerektiriyor. Yine de kimsenin enerjimizi çalmasına izin yok.” Paylaşımlar kullanıcıların ekran sürelerinin uzadığını, ekran başında geçirilen zamanın farkında olmama durumlarını göstermektedir. Stalk yapmadan geçen zamanlarının zor olduğunu ve bağımlılığa karşı direnme gücü gerektiğinin farkında olduklarını yansıtmaktadır.

28 Mayıs-3 Haziran tarihleri arasında stalk kelimesi içeren en popüler 740 tweet paylaşılmaktadır. Tweetler 14.949 beğeni sayısına ulaşmaktadır. Kullanıcılar benlik sunumları kapsamında kimlik değişimi ve kaybı yaşamakta ve özendikleri, merak ettikleri kimlikleri stalk yaparak oluşturmaktadırlar. Sosyal, ikili ilişkiler ihtiyacını stalk ile tek kanal haline getirmektedirler. Sosyal medyada beğeni mekanizması kabul görme duygusunu içermektedir. Stalk yapmanın da beğenmek ve yorum göndermek gibi doğal bir kullanım olması istenmektedir.

28 Mayıs-3 Haziran tarihleri arasında stalk kelimesi içeren en popüler 740 tweet paylaşılmaktadır. Tweetler 1.051 retweet almaktadır. Retweet yapmak başka birinin twitini kendi profilinde yayınlanmasını sağlamaktadır. Genel ilke, bir gönderinin dikkatinizi çekmesi ve onu takipçilerinizle paylaşmak istediğinizde, tekrar göndermenizdir.

Twitter üzerinden yapılan bu analiz de stalk kelime kullanımının giderek arttığı görülmektedir. Seçilen tweetlerin içeriklerinde stalk ve bağımlılık kelimeleri kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra stalk eylemini gerçekleştiren kullanıcılar geçen zamandan bahsetmektedir. Tweetler, FOMO bağlamında incelendiğinde stalk kişiler hakkında bilgi edinme ve kişilerin hayatlarıyla ilgili gelişmeleri kaçırma dürtüsüyle eyleme geçirmektedir. Tweetlerde stalk kelimesinin olumlu yönde kullanılması, kullanıcıların paylaşımlarına yansiyarak, içerik olarak da FOMO'ya yakınlık göstermektedir.

SONUÇ

Modern zamanın dünden bugüne farklılaştığı bugünlerde hız ve değişimin kişilerin hayatında önemli iki unsur haline gelmesinin en büyük nedeni teknolojinin sürekli yenilenmesidir. Kişiler internet üzerinden günlük işlerini hallederlerken, bağlantının olduğu anlardan ağ gezinme, oyun aynama, sosyal platformlarda sohbet etme ve etkileşime geçme işlemlerini de aynı anda yapmaktadırlar.

Teknolojini, akıllı telefonlarımıza getirdiği yenilikler sayesinde imkânsız ulaşılabilir kılmaktadır. Kişiler arasında iletişim de sanal ortamda evrim değiştirmektedir. Bireyler dijital ortamdaki kişiler hakkında açıktan ya da gizlice bilgi edinebilmektedir. Mahremiyet olgusunu önemsemeyen yapılan bu izlemeler kişilerde yetersizlik ve yoksunluk duygusu oluşturmaktadır. Bu duyguları sosyal medyada giderirken geçen zamanın farkına varılamamasıdır.

Twitter üzerinden yapılan araştırma sonucunda paylaşımların stalk eyleminin FOMO'ya yakınlığını göstermektedir. Kullanıcılar merak duygusu veya gizliden takip ettikleri kullanıcıların hayatlarındaki olup biteni kaçırma korkusunu tweetlerinde anlatmaktadır. Stalkla ilgili içerik paylaşmayan kullanıcıların kelimeyi tanıdıkları ve diğer kullanıcıların stalk paylaşımlarını profillerin de yayınladıkları görülmektedir. Stalk gizli yapılan bir eylem olmasından dolayı kişi kendini açık etmemek adına beğenerek eyleme geçmektedir.

Stalk ve FOMO'nun twitterda yapılan bu paylaşımlar ile birbirine benzediği gözlenmektedir. Konu ile ilgili çalışmaların gelecek günlerde artacağı ön görülmektedir.

Bağımlılığa yakınlığı olan kişi üzerinde gözlem yapılarak; kuralların belirlenmesi, sosyal medya da

zaman yönetimi, sosyal aktivitelere teşvik edilmesi ve bağımlılık süresinin uzamaması için uzaman kişiler destek alınması önerilebilmektedir.

Bağımlı olunan sosyal medya platformlarına dijital detox uygulanabilmektedir. Sosyal hayatında yapmayı bıraktığı ya da kaçırdığı etkinliklerin listesini yaparak, bağımlı olmadan önceki yaşamındaki aktivitelerin somut farkı ortaya konmalıdır.

Karanlıkta kalma hakkı her zaman bireylerin/kullanıcıların elinde olmalıdır. Mobil telefonların ana ekranlarına seçilen aile fotoğraflarının bildirimlerin altında yok olmaması için bildirim üzerine tıklamadan önce ana ekrana dönülerek sahip olunan değerler göz önüne getirilmesi gerekmektedir. Bağımlılığın boyutlarına göre muhakkak uzman kişilerden ve kurumlardan destek alınması gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal medyada aşırı merak ve olup biteni kaçırma duygusu s yakın geleceğimizin en büyük bağımlılıklarından biri haline gelecektir.

KAYNAKÇA

- Akmeşe Z. & Deniz K. (2017). *Stalk, benliğin izini sürmek*. Yeni Düşünceler. 8: 23-32
- Aydın H. & Yazıcı F. (Ed.) (2020). *Popüler dijital sorunlar*. Nobel Akademik Yayıncılık
- Bağ B. (2012) *Bir şiddet türü olarak saplantılı takip etme hâli*. Zfwf Vol. 4, No. 1
- Basalla G. (2019). *Teknolojinin evrimi* (C. Soydemir Çev.) Doğu Batı Yayınları
- Binark B. & Bayraktutan G. (2013) *Aydın karanlık yüzü: yeni medya ve etik* Kalkedon Yayınları
- Chayko M. (2018). *Süper bağlantılı* (B. Bayındır, D. Yengin, T. Bayrak Çev.) Der Yayınevi
- Erdoğan Ş. <https://www.youtube.com/watch?v=jSxpYkf-aFg> (Erişim 24.03.2020)
- Karadağ H. G. (Ed.) (2019). *Dijital hastalıklar* Der Yayınları
- Leonhard G. (2018). *Teknolojiye karşı insanlık* (C. Akkartal, İ. Akkartal Çev.) Siyah Kitap
- S. O. Çambay. (2015) Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5 (2),237- 247- 245
- Saltık, R. (2018). *Sosyal sermaye ve armağan ekonomisi üzerinden sosyal medya ve stalk olgusu: instagram üzerinden bir inceleme* (AKİL) Aralık (30), s. 345-363
- Sarıbay, B. & Durgun, G. (2020) *Dokunmatik toplumların fobileri: netlessfobi, nomofobi ve fomo kavramları üzerine bir içerik analizi çalışması* Journal Of Yasar University, 15 (Special Issue), 280-294
- TARMER, (2018) *Dijital dönüşüm ve toplumsal etkileri çalıştayı* İAU New Media
- Tatar H. <https://www.youtube.com/watch?v=WcjaZuTKeZ> (Erişim 24.03.2020)
- Twenge J. M. (2018). *İ-Nesli* (O. Gündüz Çev.) Kaknüs Yayınları
- Yengin D. (2014). *Yeni Meya ve dokunmatik toplum* Der Kitabevi
- Livberber, T. (2018). *Sosyal medyada mahremiyet* Literatürk Academia
- Şimşek, T. (2019). *Sosyal medyada mahremiyetin ifşası "instagram örneği"* Sosyolojik Düşün It/Volume: 4 – Sayı/Issue: 1
- Yüksel H. (2021). *Sosyal medya ortamında mahremiyet sorunu: facebook ve whatsapp platformları* Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi - Sayı 7
- URL 1 Erişim 08.12.2021 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- URL 2 Erişim 08.12.2021 <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- URL 3 Erişim 10.01.2022 <http://www.tdk.gov.tr/>.

Yıldırım S. & Kışioğlu A. N. (2018). *Teknolojinin getirdiği yeni hastalıklar: nomofobi, netlessfobi, fomo*, Med J SDU / SDÜ Tıp Fak Derg 2018:25(4):473-480 doi:10.17343/sdutfd.380640

Yıldız İ. (2021). *Sosyal medya ve mahremiyet sorunsalı: panoptikondan süperpanoptikona mahremiyetin dönüşümü*. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 6(11): 122-132.

COSTA GAVRAS'IN KAYIP FİLMİNİN ZORLA KAYBETME BAĞLAMINDA ÇÖZÜMLENMESİ

Gülenay PINARBAŞI
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Türkiye
gulenaypinarbası@yahoo.com
https://orcid.org/0000-0002-8758-287x

<i>Atf</i>	Pınarbaşı, G. (2022). Costa Gavras'ın Kayıp Filminin Zorla Kaybetme Bağlamında Çözümlemesi. Journal of Communication Science Researchs, 2 (3), 167-183.
------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Bir kimsenin yasal düzende "yok" sayılacak şekilde özgürlüğünden yoksun bırakılmasını ve bazen de fiziksel varlığının "yok" edilmesini ifade eden zorla kaybetme, kişinin özgürlük, güvenlik, adil yargılanma gibi haklarını da elinden alır. Zorla kaybetme eylemlerinin büyük bir bölümü ölüm ile sonuçlandırılır. Kayıpların ardından çıkan sorunlar psikolojik ve kültürel bir okumayı gerektirmektedir. Kaybolmanın şiddeti hem fiziksel hem de epistemiktir. Yani hem bilgiyle hem de kavramayla ilişkilidir. Bir insanlık suçu olan zorla kaybetme sadece bireysel sınırla kalmaz aynı zamanda kişinin ailesini, çevresini ve ortak bağlarla bağlandığı toplumu da hedef alır. Costa-Gavras'ın 1982 yapımı Kayıp (Missing 1982) filmi zorla kayıp olgusunu çeşitli bakımlardan anlatmaktadır. Film, Edmund Horman'ın zorla kaybedilen oğlunu bulma çabası üzerinden ölüm ve hayat, umut ve umutsuzluk gibi ikilikler içinde kalan kayıp yakınlarının zorlu, dinamik ve karmaşık bir süreçle nasıl baş ettiklerini de ortaya koymaktadır. Bu çalışmada filmin çağdaş ve tarihi olayları nasıl yorumladığı, belirli bir politik duyarlılığa dayanarak ulus ötesi kamuoyunu etkilemeye çalışması ve bu durumu kayıp gibi çok kritik bir olgu üzerinden anlatması ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışmanın amacı, Kayıp filmi üzerinden zorla kaybetme olgusunu yeniden düşünerek sorunsallaştırmaktır. Eleştirel nitel bir araştırma olarak tasarlanan çalışma, betimleyici yöntemle gerçekleştirilerek film analizi yapılmıştır. Zorla kaybetme olgusu; politik film ve Costa Gavras filmleri, Kayıp filminin tarihi ve politik arka planı ve nihayetinde filmin zorla kaybetme olgusunu ele alış tarzı çözümlenerek değerlendirilmiştir. Nihai aşamada ise bilgi ve bulguların sentezi oluşturularak film değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışma sonucunda filmin zorla kaybetmenin etkisini uluslararası kamuoyunda bir tartışma konusu yaptığı ve Costa-Gavras'ın sinemasının etkisini kullanarak askeri müdahalelerin bireylere, ailelere ve topluma nasıl etki ettiği ile ilgili söylem inşa ettiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kayıp, Costa Gavras, Zorla Kaybetme, Politik Sinema.

ANALYSIS OF COSTA GAVRAS' LOST FILM IN THE CONTEXT OF FORCED LOSS

ABSTRACT

Forcibly getting rid of takes a person's freedom and fair judgement from its hands by depriving them of their freedom and risking their physical existence. Enforced disappearance getting rid of mostly ends up with death. And the problems that come up after all the deaths needs a psychological and cultural reading into. The power of getting rid of is both physical and epistemic. So, it is both connected with knowledge and grasping it. enforced disappearance of is a crime to humanity and further more targets the affected person's family, its environment and the community that the person was bonding with. Costa-Gavras' Missing from 1982 takes the concept of enforced disappearance and explains it from different point of views. The movie, tells the process of Edmund Horman finding his

enforced disappearance of son by going over the affected kin's dualities like life and death, hope and hopelessness and their hard, dynamic process. In this work, there will be topics like how the movie interprets modern and historic events, how it depends on a political sensitivity to impress world's public opinion and how the movie tells this all of these through the critical phenomenon of losing someone. This work's goal is to put the phenomenon back on the table by going over the movie, *Missing*. As qualitative research, the study was carried out by descriptively and a film analysis was made. The phenomenon of enforced disappearance of was interpret by politic movie and Costa Gavras movies, history and the political background of the movie and finally the process of the movie's interpretation of the phenomenon. And in the last stage, the film evaluation was made by creating a synthesis of information and findings. At the end of the work, it was concluded how the movie makes enforced disappearance a global arguing topic and how Costa Gavras's cinema uses its effect and shows how military intervention affects people, their family and the community.

Keywords: *Missing, Costa Gavras, Enforced Disappearance, Political Cinema.*

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı'nın bitişiyle beraber dünya onlarca yıl sürecek bir döneme girdi. Savaş ve sonuçları dünyayı yeniden şekillendiren jeopolitik bir gerilim meydana getirdi. Soğuk Savaş ismi verilen bu yeni dönem, vekalet savaşları ve yabancılar tarafından perde arkasından yönetilen devletleri ortaya çıkardı. Aslında biri Amerika Birleşik Devletleri diğeri de Sovyetler Birliği olmak üzere iki ana eksen vardı. Özellikle Latin Amerika ülkelerinde müdahaleye çok açık bir dış politika stratejisi yürütülürken, büyüyen küresel çatışmanın ortasında halklar kaldı. Özellikle Amerika'nın Latin Amerika'ya müdahalesi askeri yönetimler aracılığıyla oldu. Bu yönetimlerin uygulamaları Güney Amerika halkı için yıkıcı eylemlere dönüştü. İnsan hakları hiçe sayılarak kullanılan baskı ve işkence yöntemleriyle, rejimler vatandaşlarını boyun eğmeye zorladı. O kadar ki çalışmaya konu olan zorla kaybetme olgusu Latin Amerika yönetimlerinin ayırt edici özelliği haline geldi. Rejimler, sistemin dışına almak istedikleri bireyleri, gizli gözaltı merkezlerine götürüp tutukladılar. Bu tutuklamalar hiçbir zaman resmi olarak kaydedilmediği gibi kayıplar da yok sayıldı. Schneider'e göre (2019), Latin Amerika'da yaşanan zorla kaybetmelerin travmasıyla başa çıkamayan halk, resmi yönetimlerin unutturma politikasını kabul etmiştir. Diğer yandan yazar, sinemanın kolektif hafıza aracı olarak kullanıldığını ve yas dönemindeki halka benzersiz, temsili bir çıkış noktası olduğunu söylemektedir. Eski rejimlerin çöküşünü takip eden yıllarda çekilen filmler gerçek zorla kaybetme olgusu hakkında bir hafıza inşa etmiş ve yeni bir tartışma sahası açmıştır.

Sinema bir sanat biçimidir ve aynı zamanda önemli bir iletişim aracıdır. İcadından bu yana bireyler tarafından kendilerini ifade etmek ve çevrelerindeki dünyayı keşfetmek için kullanılmıştır. İzleyiciye hikayeler anlatan görsel bir ortam olarak kabul edilen sinema, bazen gerçekliği ortaya çıkarıp izleyicinin düşünmesine aracılık eder. Karmaşık bir temsil aracı olarak, icadından bugüne gerçeklikle kurduğu ilişki üzerinden tartışılmaktadır (Armes, 1974) Yedinci sanat olan sinema, temsil çalışmasında temel araçlardan biridir. Sinema ve politika arasındaki ilişki karmaşık ve son derece dinamikdir. Bu dinamik "ilişki" farklı seviyelerde ortaya çıkabilir ancak sinema ve siyaset karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. İnsan hakları ihlallerinin ardından oluşan travmatik durumda sinematik keşif önemlidir. Geçmişin acılarıyla doğrudan bağlantının yerine sinema aracılığıyla etkileşim sağlanır. Sinema adeta bir tampon olur, aynı zamanda figüratif mesafe meydana getirir.

Yönetmen Costa Gavras'ın 1969 ve 1982 yılları arasında farklı ülkelerdeki siyasi deneyimleri ele alan -hepsi gerçek olaylara dayanan- dört filmi mevcuttur. Çalışmada incelenecek olan *Kayıp* (1982) yönetmenin sinemasal söylemini ve beslendiği siyasi hassasiyetleri ortaya koymaktadır. Makalede konu ile ilgili yayınlardan ve ağ ortamından elde edilen bilgilerle zorla kaybetme olgusunu, ardından eleştirel-nitel yaklaşımla film sahnelerinden örnekler verilerek *Kayıp* filminin zorla kaybetme olgusunu nasıl ele aldığını açıklamaya çalışacağız.

Zorla kaybetme olgusu, çeşitli bakımlardan Türkçe yayınlarda ele alınsa da film çözümlemesi içinde değerlendirilmemiştir. Costa Gavras'ın sinemasını inceleyen önemli çalışmalar olmakla beraber *Kayıp*

filmi daha önce çözümlenmemiştir. Bu bakımdan makalenin alana katkı sunması beklenmektedir. Çalışmanın amacı ise Kayıp filmi üzerinden zorla kaybetme olgusunu yeniden düşünerek sorunsallaştırmaktır.

Politik Sinema ve Costa Gavras Sinemasına Bir Bakış

Sinema sanatının ortaya çıkışında her ne kadar eğlence faktörü başat bir rol oynasa da toplum üzerindeki etkisi fark edildikçe işlevleri genişlemiş, kitleyi harekete geçirebilen bir üretime evrilmiştir. Önce siyaset toplumu etkiler, dolayısıyla sinemanın konusu ya da arka planı haline gelir. Ardından sinema kamuoyu oluşturur. James Combs'un (1993) söylediği gibi belirli politik ve sosyal değişikliklerin motoru sinemadır. Bazı filmler sosyal ve politik söylem içinde üretilen sanatsal ve endüstriyel iklimin etkisiyle davranışların gelişimine katkıda bulunur. Bu gerçek, sinematografik çalışmaların ortaya çıkmasına neden olur. Bu önermenin sonucu, tüm sinematografik eserler şu ya da bu düzeyde politika ile ilişkilidirler. Sinema üzerine denemesinde Zimmer (1974: 15), Brechtien şiirsel bir öncül kullanarak şu sonuca varmaktadır: “Ya bütün filmler politiktir. Ya da hiçbiri.” Guy Hennebelle (1976, s. 11) ise her film hatta her sanat eserinin bir dereceye kadar zorunlu olarak “politik” ve “militan” olduğu fikrini öne sürmektedir. Çünkü belirli bir dünya anlayışını yansıtır. Zimmer ise (1974) bu durumu şöyle açıklar: “Bütün sinema politik olarak yeniden okunabilir ve aslında eleştiri bu görevi çoktan başlattı”. Öte yandan tarihe bağlantılı görsel-işitsel üretim, tarihi bir belge haline gelmektedir. Bir analiz aracı ve tarihin yeniden inşası için bir kaynak olan günlük hayata dayalı yapımlar aynı zamanda resmi tarihin bıraktığı boşlukları netleştirmeye çalışmaktadır. John G. Cawelti (1977) ise siyaset ve sinema arasındaki ilişkinin üç düzeyini dolaylı olarak; politik, açıkça politik ve diğerleri şeklinde kabul eder. Cawelti dolaylı olarak politik filmi şöyle açıklar: Herhangi bir filmin politik bir okuması olabilir. Yani “örtük olarak da politik” filmler üretilebilir. Hikâye romantik veya maceralı olabilir ancak arka plan politiktir veya bağlamda siyasi unsurlar bulunabilir. Cawelti (1977) bu duruma Casablanca (Michael Curtiz, 1942) filminden örnek verir. Başka bir deyişle, siyaset filmi belirler ya da filmin içinde bulunur. Söylemi örtük olarak söyler ancak onu tematik olarak belirlemez çünkü unsurlar filmin doğasında daha güçlü bir şekilde ortaya çıkar. Cawelti “açıkça politik” filmlerin “konu ve olay örgüsü” üzerinden tanımlanması gerektiğini belirtir. Karakterler veya tema politik meselelerle ilgilenir. Fraser (2014), Habermas’ın kamusal alan tanımını genişletmiş ve çağdaş dünyada bunun ulusal sınırları aştığını belirtmiştir. Habermas, kamuoyunun üretildiği ve hem özel güçler hem de devlet üzerinde baskı kurarak kendisini bir yurttaş siyasi gücü olarak ifade edebildiği iletişimsel alanı tanımlamıştır. “Politik sinema” çağdaş gerçekliğinin farkındadır.

Costa-Gavras 1933'te Yunanistan'da doğmuştur. Yüzyılın sonunda Fransa'ya göç eden yönetmen, gençlik dönemlerinde dikkat çekici politik filmler çeker ancak Gavras'ı otorite yapan, siyasi çatışma ile sinemasal anlatımı dengeli bir şekilde birleştirdiği filmleridir. Aynı zamanda senaryo yazarı olan hatta bazı filmlerinde oyunculuk yapan Gavras, en önemli çıkışını Yunanistan'dan Albaylar Rejimi döneminde sürgün edilen Yunan yazar Vassilis Vassilikos'un aynı adlı romanından uyarlanan Z (Ölümsüz) filmi ile yakalar (Atayman, 2022). Yunan solunun sistematik öldürmeye maruz kaldığı Albaylar Rejimi sırasında, sol muhalif politikacı Grigoris Lambrakis'in Selanik'te öldürülmesini anlatan film, mekansız ve zamansız bir anlatımla sunulur. Yönetmenin kişisel hikayeler ve dramlar üzerinden politik hakikati anlatma düşüncesi seksenlerden sonraki filmlerine kadar uzanır. Gavras'ın sinematik yolculuğunun üçüncü aşaması ise özellikle tarihsel koşullar ışığında belirli bir gerçeklikten uzaklıktır. Yani bir olgu, tema gerçekte vardır ancak filmde mekânı, çevresi gerçekte olanla örtüşmez, değiştirilmiştir. Bu durum Amen'de olduğu gibi (Amen, 2002) rücu yoluyla üretilir. Ya da siyasal süreçler olarak değil, toplumsal sonuçlar olarak yansıtılırlar. Ölümçül Çözüm'de işsizliği (Le Couperet, 2005), Eden'de (Eden Is West, 2009) bir Batı başkentindeki finansal aşırılıkları, Sermaye (Le Capital, 2012)'de ise kapitalist krize yol açan süreci ele almıştır. Costa-Gavras'ın, Avrupa solunun eleştirel dilinin ötesine geçerek geliştirdiği, dengeli ve eleştirel konumuna bağlı kaldığı tespitini yapabiliriz. O kadar ki Costa-Gavras, çeşitli mekanizmalardan üretilen baskıyı kınayan yeni bir siyasi pozisyonun parçası olduğunu gösterircesine, Uluslararası Baskı Mağdurları Sanatçıları Savunma Derneği'ni (AIDA) kurmuştur. AIDA, 1979'daki kuruluşundan bu yana (Cristiá, 2017) askeri müdahaleler ve baskıyla yıkılan sivil toplumun yanındadır.

Costa-Gavras, politik sinemanın ABD menşeli önemli bir yönetmenidir. Gavras'ın tartışmasının arka planını 1960'ların dünya çapındaki sosyal ve politik çalkantıları, eş zamanlı olarak Latin Amerika ve dünyanın çeşitli yerlerindeki askeri müdahaleler oluşturur. 1960-70'lerde başlayan ve Costa-Gavras'ın önemli bir temsilcisi olduğu Politik Sinema, neokolonializmi ve kapitalist sistemi eleştiren bir akımdır ve sinemanın kişisel bir araç olarak görülmesini reddeder. Filmlerde doğrudan toplumsal ve politik okumalar yapılır. Politik sinemanın en önemli temsilcilerinden biri olan Gavras, Kayıp filmde hedef kitlesini Amerikan hükümeti ve kurumlarına karşı eleştirel bir şüpheciliğe dönüştürme çabasıyla öne çıkmaktadır. Film, tarihi ve politik gerçeklikle aynalı bir ilişki kurmuştur. Kurmaca ve kurmaca olmayana kapsayan bir bütün olarak politik sinema, somut bir tipoloji yaratmış ve militanca olmasa da filmle bir kamuoyu oluşturmuştur. Costa-Gavras, politik sinema aracılığıyla hafıza oluşturmuş, geçmişin gözden geçirilmesine katkıda bulunmuştur. "Z" (1969), "Kuşatma Durumu" (1972), "Kayıp" (1981), "Amin" (2002) filmleri ile Gavras, dünya siyasi tarihinin Şili örneğinin uzmanı olacak şekilde, fikrini otuz yıl süresince çalışma konusu olarak odaklamıştır. Ona göre "geçmiş her zaman hatırlanmalı, görülmeli, bilinmeli ve çalışılmalıdır çünkü o bir aynadır. Affetme fikrini destekleyenler muhakkak vardır ama unutmamız mümkün değildir" (<https://www.dw.com/en/cinema-is-always-political-says-star-director-costa-gavras/a-3099374>). İlginç bir şekilde Gavras, dört filmi Vanished (1982), The Trail of Betrayal (1988), The Music Box (1989) ve Mad City (1997)'de, Kayıp filmde yakaladığı eleştirel stilini bulanıklaştırmaz aksine kendi halinden memnun olan Amerikan toplumunu rahatsız eder. Amerika'nın baskıcı rejimlere desteklerini açıkça kınayarak savaştan sonra Nazi suçlularının kabulü ve medyanın olumsuz rolünü ortaya koyar.

Politik sinemadan söz edilen her yerde uluslararası bir ölçüt olan Costa-Gavras, dönemin politik sinemasının temel paradigmasını ortaya koymuştur. Z (Ölümsüz, 1969) filmi ve sonraki dört filmine kadar, genişleterek daima ideolojik sistemleri işlemiştir. Gavras'ın "iktidar mekanizmalarını sistematik olarak betimleme" modelinden kopuşu 1970'lerin sonunda gerçekleşir. Gavras'ın Şili darbesinde geçen Kayıp filmi (1982) bir dönüm noktasıdır. Bu filmle başlayan dönemde yeni bir fikirle siyasete geri döner: Siyasi çatışmanın kınanmasını anlatımla dengeli bir şekilde birleştirmiştir. Kayıp filminin, Türk sineması ile önemli bir ortak noktası bulunmaktadır. Yılmaz Güney'in Yol (1982) filmiyle Costa-Gavras'ın Kayıp (1982) filmi 1982'de Cannes film Festivali'nde Altın Palmiye ödülünü birlikte almışlar, ödülü paylaşmışlardır. Her iki filmin askeri müdahalelerin toplum üzerindeki etkisini göstermesi bakımından benzerlikleri mevcuttur.

Costa-Gavras'ın filmleri, sosyal gerçekliğin temsilidir ve geçmişin yeniden inşası için politik bir çaba göstermektedir. Filmlerinde egemen sınıfın ve kapitalist toplumun zorba gücüne karşı tarihsel kanıtlar sunarak bir protesto ortaya koymaktadır. Ayrıca egemen güçlerin çıkarlarıyla bezenmiş bir dünyada aktörlerin bir insan olduğunu unutturmamaya gayret göstermektedir. Sonuç olarak, Costa-Gavras'ın filmleri, sinemanın kişisel bir araç olarak görülmesini reddederek hakikati gösterme yoluyla kitlelere hitap eder.

Zorla Kaybetme

Zorla kaybetme, uluslararası hukukta insanlığa karşı suç olarak tanımlanan bir durumdur. Zorla kaybetme suçu, insan hakları hukuku çerçevesine giren karmaşık bir olgudur ve iki yönü mevcuttur. Bunlardan biri uluslararası ceza hukuku diğeri ise uluslararası insani hukuktur. Uluslararası insani hukuk direk mağdurlarla ilgilidir. Hukuki bakımdan "kayıp"lar, en yalın anlatımla, "zorla kaybetme"¹ eylemlerinin kurbanları olarak tanımlanmaktadır. Zorla kaybetme eylemleri çoğunlukla öldürme ile sonuçlandırılır. Mevcut literatürün çoğu zorla kaybetme yöntemini terörün kullandığı bir araç olarak tanımlamaktadır. Bargu (2014) ise Zorla Kaybolmayı Yeniden Düşünmek" adlı çalışmasında zorla kaybetme olgusunu çok kapsamlı bir şekilde teorize etmiştir. Zorla kaybetme, kaçırılma anından, zorla kaybetmenin gerçekleştiği güne kadar birçok insan hakkının ihlal edilmesidir. "İşlenebilecek en kötü insan hakları ihlallerinden biri" olarak kabul edilen zorla kaybolma, kişinin iz bırakmadan kaybolmasını içerir (Nowak, 1996, s. 348). Zorla kaybetme Adolf Hitler'in "Nacht und Nebel Erlass"ı

¹ Enforced disappearance.

(Gece ve Sis Kararnamesi) yayınladığı tarihte, 7 Aralık 1941'de görülmüştür. Daha sonra 1960'ların ikinci yarısında Latin Amerika'da görülen zorla kaybetmeler devletler ve aygıtları aracılığıyla yapılmıştır (Frey, 2009) Otuz yıl içinde pek çok ülkede başvurulan bir uygulama haline gelen bu eylemler uluslararası örgütleri harekete geçirmiş, BM Genel Kurulu 18 Aralık 1992'de Herkesin Zorla Kaybedilmelere Karşı Korunmasına İlişkin Bildirge'yi uygulamaya koymuştur. Arendt'in üzerinde durduğu konu ise zorla kaybedilenlerin pek çoğunun kamusal hayata dair bir politik görüşü olduğu ve eyleme geçtiği gerçeğidir. Böylece zorla kaybedilen birey iktidarsızlaştırılır, siyasetten arındırılır ve yetkisiz kılınır. Bu durum modern devletin ortaya çıkışıyla yakından ilgilidir. Zorla kaybetme ile üretilen yaşam modern devletin kimin siyasetle ilgili kalacağına ve kimin görüneceğine veya kimin görünemeyeceğine karar verme yetkisi ile inşa edilmiştir (Arendt, 1978). Zorla kaybetme yeni bir uygulama olmamasına rağmen, suçun kesin tanımı üzerinde uzlaşmış değildir. Zorla kaybetmeye ilişkin uluslararası ve yerel yasalar farklı tanımlar ve açıklamalar içermektedir. Özetle çalışmaya konu olan zorla kaybetme vakasının tanımlanması için aşağıdaki şartların oluşması gerekir:

- 1- Tutuklama, alıkoyma, kaçırma veya diğer herhangi bir özgürlükten yoksun bırakma biçimi
- 2- Devlet görevlileri veya devlet dışı aktörler tarafından gerçekleştirilen özgürlükten yoksun bırakma
- 3- Davranış biçimi olarak özgürlükten yoksun bırakıldığını kabul etmeyi reddetme veya kaybolan kişinin nerede olduğunun gizlenmesi
- 4- Kişinin yasanın koruması dışında konumlandırılması

Diğer yandan zorla kaybetme, hayatta kalanlar için bir travma sebebidir. Cambridge² sözlükte aşırı derecede üzücü bir deneyimin neden olduğu şiddetli ve kalıcı duygusal şok olarak tanımlanan travma, kayıplar noktasında hem bireysel hem de kolektif şekilde yaşanabilir. Yani kaybolma, bir bireyi ilgilendirdiği gibi bütün bir grubu da ilgilendirebilir. Kişinin kaybına ailesinin tanıklık etmesi veya öğrenmesi gibi çeşitli uzun vadeli stres faktörleri travma literatürüne eklenmiştir. Travmatik bir olay yaşamak, bir kişinin güvenlik duygusuna, benlik duygusuna ve duygularını düzenleme becerisine zarar verebilir. Travmatik olay meydana geldikten çok sonra travmalı kişiler sıklıkla utanç, çaresizlik, güçsüzlük ve yoğun korku hissedebilirler³. Bu, kişisel veya kolektif fark etmeksizin zorla kaybetmenin ardından ortam aniden ve hoş olmayan bir şekilde değiştiğinde gerçekleşir (Alexander, 2004, s. 2). Kaybolmayı konu alan filmlerde, örtük olarak travmatik durumu anlatan bir dil inşa edilir. Anlatım yas ritüelleridir.

Latin Amerika ülkelerinde zorla kaybetme, askeri diktatörlükler tarafından vatandaşları korkutmak ve tehlikeli olduğu düşünülen kişileri sistemden ayıklamak için kullanılan bir strateji olmuştur. Örneğin Meksika, 1968'de Kirli Savaş'taki Tlatelolco Katliamı'ndan bu yana hiçbir askeri darbeye tanık olmamasına rağmen, zorla kaybetme, işkence ve diğer ağır insanlık dışı veya aşağılayıcı muameleler gibi suçlarda öne çıkan bir ülkedir (GTDFI 2015). Şili de askeri darbe sırasında birçok zorla kaybetme olayına sahne olmuştur. Kurbanları kaçırma eylemi, genellikle halka açık yerlerde ve tanıkların önünde gerçekleştirildiği için 'görünür' iken, bu mağdurların akıbetleri ise gizli tutulmuştur. Ara sıra rastgele yerlerde ortaya çıkan ve vahşice işkenceye maruz kaldıklarının açık belirtilerini taşıyan, kimliği belirsiz birkaç ceset, kurbanların korkunç işkencelere maruz kaldığını göstermiştir. Aslında bu bir anlamda Latin Amerika yönetimlerinin, bu görünmezliğin arkasındakileri toplumun görmesini istemesidir. Zorla kaybetme vesilesi ile ortaya çıkan travmatik olay, etkilenen topluluk ve birey üzerinde silinmez izler bırakarak, anılarını yeniden tasarlama ve gelecekteki kimliğini geri dönülmez bir şekilde değiştirmeye neden olma potansiyeli taşımaktadır. (Alexander, 2004).

Zorla kaybetme olgusunu anlatan en önemli filmler aşağıda kronolojik olarak yer almaktadır:

- Missing. Yönetmen Costa Gavras. Universal Pictures, ABD. 1982.
- The Official Story. Yönetmen Luis Puenzo. Almi Pictures, Arjantin. 1985.
- Night of the Pencils / La noche de los lápices Yönetmen: Héctor Olivera, Arjantin. 1986.

² [TRAUMA | Cambridge İngilizce Sözlüğü'ndeki anlamı](#)

³ [Trauma | CAMH](#)

- A Wall of Silence/ Un Muro de Silencio. Yönetmen: Lita Stantic, Arjantin. (1993)
 - La muerte y la doncella / Death and the Maiden (1994) Yönetmen: Roman Polanski, ABD, İngiltere, Fransa. 1994
 - The Disappearance of Garcia Lorca. Yönetmen: Marcos Zurinaga, ABD, İspanya. 1997.
 - Imagining Argentina. Yönetmen: Christopher Hampton. Arenas Entertainment, ABD, İspanya ve İngiltere. 2003.
 - Saíram de Férias. Yönetmen: Cao Hamburger, Brezilya. 2006
 - Rendition. Yönetmen: Gavin Hood, USA. 2007
 - Dukot. Yönetmen: Joel Lamangan, Filipinler. 2009
 - Clandestine Childhood / Infancia clandestines (2011), Yönetmen: Benjamin Avila, Arjantin İspanya, Brezilya.
 - The Day I Was Not Born / Das Lied in Mir (2011), Yönetmen: Florian Cossen, Almanya, Arjantin.
- Yukarıda yer alan filmlerin yanı sıra konuyla ilgili belgesel filmler çekilmiş ve romanlar yazılmıştır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmadaki amaç tarihsel arka plan ışığında zorla kaybetme olgusunu Kayıp filmi üzerinden değerlendirmektir. Tarihsel bir okuma gerektiren bu çalışmada tarihi olayların bir tanığı niteliği taşıyan Kayıp filmi ele alınmakta ve elde edilen bulgular sistematik bir yöntem izlenilerek değerlendirilmektedir. Söz konusu yöntemde sırasıyla zorla kaybetme olgusu, politik film ve Costa Gavras filmleri, Kayıp filminin tarihi ve politik arka planı ve nihayetinde filmin zorla kaybetme olgusunu ele alışı çözümlenerek ele alınmaktadır. Nihai aşamada ise bilgi ve bulguların sentezi oluşturularak film değerlendirilmesi gerçekleştirilmektedir. Çalışma eleştirel nitel bir araştırma olarak tasarlanmış, betimleyici yöntemle gerçekleştirilmiştir. Eleştirel niteliksel film analizi yapılmıştır. Araştırmada, ortaya konan durumun kimin çıkarlarına hizmet ettiği sorusu merkeze alınmaktadır. “Eleştirel nitel araştırma, güç ilişkilerinin nasıl bir grubun çıkarlarını artırırken diğerlerinininki baskı altına aldığını irdelemektedir” (Merriam, 2015, 34). Makalede Kayıp filmi üzerinden, kültürel çalışmalardan da yardım alınarak zorla kayıp olgusu askeri müdahaleler bağlamında değerlendirilecektir. Çalışma amacımızın sınırları, seçilen başlıkta çerçevelenmiştir. Film metinlerarasılıkla tarihle ve politikayla ilişki kurarak ögeler ve olayları anlatmaktadır. Stuart Hall (2017), filmlerin tek başlarına değerlendirildiklerinde bir anlam ifade etmediklerini söylemektedir. Bunun yerine metinler birbirleriyle bağlantılı olarak analiz edildiklerinde ve temsil pratiklerinin örüntüleri gözlemlendiğinde anlam inşa edilebilir. Analizde ayrıca Costa-Gavras'ın Kayıp filminde darbenin ve zorla kaybetmenin yıkıcı etkilerine karşı sivil toplumu savunması ve temsil teorileri için kayıp olgusunun daha geniş etkileri incelenmektedir.

KAYIP FİLMİNİN ÇÖZÜMLEMESİ

Filmin Künyesi ve Yönetmeni

Yönetmen: Costa Gavras
Yapımcı: Edward Lewis, Mildred Lewis
Senarist: Donald E. Stewart-Costa-Gavras (Thomas Hauser'ın kitabından uyarlanmıştır)
Oyuncular: Jack Lemmon (Ed Horman), Sissy Spacek (Beth), Melanie Mayron (Terry), John Shea (Charles Horman), Janice Rule (Kate Newman),
Müzik: Vangelis
Dağıtıcı: Universal Pictures
Süre: 122 dk
Ülke: Amerika Birleşik Devletleri

Filmin Hikayesindeki Siyasi, Sosyal ve Ekonomik Arka Plan

Politik sinemanın gelişiminde toplumsal dinamiklerin oldukça fazla etkisi vardır. Diğer sanat şubelerinde olduğu gibi sinema da içinde bulunduğu toplumun politik ve kültürel süreçlerinden ayrı değerlendirilemez. Çalışmada yer alan, Costa Gavras'ın sinematografik bakış açısında yansımaları bulan siyasi durumların başında Şili'de gerçekleşen askeri müdahale gelmektedir. 3 Kasım 1970'te Şili, ilk sosyalist başkanı Salvador Allende'yi seçmiştir. Kısa başkanlığı sırasında uyguladığı çeşitli

politikalarla Amerikan çıkarlarına aykırı davranmıştır. Ayrıca işçilerin ücretlerini artırmış ve yarattığı ulusal açığı dengelemek için daha fazla para basılmasına izin vermiştir. Başlangıçta Şili halkı Allende'yi ve politikalarını desteklerken, ülkenin ekonomik olarak zora girmesi, enflasyonun artması ve gıda kıtlığı sebebiyle ülkede iç karışıklık meydana geldi (Margaret, 2009, s. 49-66). Askeri darbeye uzanan olaylar vatandaşların hükümeti protesto etmek için geceleri tencere tava çalmasıyla başladı.

Film, idealist genç bir gazeteci olan Charles Horman'ın kayboluşuna dair arka planı dramatik bir biçimde anlatmaktadır. Sol görüşlü bir gazete olan FIN için yazan Horman, 11 Eylül 1973'te Şili'de askeri darbe sırasında kaybolur. Öykü babasıyla karısının onu araması üzerine inşa edilmiştir. Film emperyalist bir ülkenin, sosyalist bir ülkeye yönelik baskıcı çıkarlarını betimlemesi bağlamında öne çıkmaktadır. Çalışmaya esas olan Kayıp filmi, gerçek bir hayat hikayesinden önce romana ardından sinemaya aktarılmıştır. Amerikan vatandaşı Charles Horman ve Frank Teruggi, demokratik olarak seçilmiş Başkan Salvadore Allende'yi devirmek ve askeri yönetimi dayatmak için General Augusto Pinochet liderliğinde yapılan darbe sırasında Şili'de bulunmaktaydı. Askeri rejim tarafından kaçırılan, sorguya çekilen, işkence gören ve idam edilen binlerce kişinin arasındaydılar. Charles'ın karısı Joyce Horman, kocasının cinayetinin ardındaki gerçeği ortaya çıkarmak için uzun yıllar süren bir kampanya yürütmüştür. ABD ordusunu ve CIA'ı askeri darbeyi desteklemek ve Amerikalı gazetecilerin öldürülmesinde suç ortağı olmakla itham etmiştir. Thomas Hauser'in Charles Horman'ın İnfazı: Bir Amerikan Kurbanı kitabından uyarlanan filmin anlattığı askeri darbede (1973) Augusto Pinochet, Şili'yi kontrolü altına almıştır. Sert cezalar içeren katı yeni kurallar getirmiş, ulusal sokağa çıkma yasağı ilan ederek gece yarısı ile 06:00 saatleri arasında hiçbir erkek, kadın veya çocuğun dışarı çıkmasına izin vermemiştir. Yasakları eleştiren ve/ya ihlal edenler kaçırma, tutuklama ve hatta ölümle cezalandırılmıştır.

Diğer yandan Kayıp filmi, Amerikan hükümetini eleştirel bir şekilde tasvir etmesi nedeniyle Amerika Birleşik Devletleri'nde büyük tartışmalara yol açtı. Birçok yetkili özellikle ABD'nin Şili büyükelçisi Nathaniel Davis bu olumsuz sunuma içerledi ve Costa-Gavras ile MCA hakkında dava açılmasını sağladı. Dava açıldıktan sonra film piyasadan çekildi ancak 2006'da yeniden gösterime girdi.

Filmin Çözümlemesi

Costa-Gavras bu filmle, filmografisiyle öne çıkmış politik sinema anlayışını yenilemiştir. Kayıp arama sürecindeki var olan belirsizlik, baş edilmesi gereken ana durumdur. Senaryosu ile Akademi Ödülü kazanan filmin başrol oyuncusu Jack Lemmon ise Cannes'da en iyi erkek oyuncu ödülünü almıştır.

New York'ta kendi halinde, orta halli bir iş adamı ve ilahiyatçı olan Edmund Horman (Jack Lemmon), askeri darbe ertesinde kaybolan oğlu Charles'ı (John Shea) bulmak için Şili'ye gelir. Geline Beth (Sissy Spacek) ile oğlunu aramaya koyulan Baba Horman, hem gelinine hem oğluna çok öfkeli. Amerikan değerlerini ve sistemle iş birliği içerisinde çalışmayı çok önemseyen kayınbaba ile diplomatik kadroların çürümüşlüğü Şili'de fark eden gelin arasında gerilimli bir arama serüveni başlar. Amerika Birleşik Devletleri vatandaşı oldukları için Şilililere göre ayrıcalığa sahip olan ikili, kayıp arama sürecinde adım adım hakikati idrak ederler.

Filmler hem siyasetin temsili hem de tasvir için önemli bir araçtır. Filmin yönetici sınıfa yalnızca ordudan üst düzey yetkililerin dahil olmasını betimlemesi çok dikkat çekicidir. Güçsüzlerin mücadelesi, baskıcı eylemler, sağcı siyasetin hakimiyeti ve nihayetinde sosyal ve politik tehdit sayılan komünizme karşı anti-komünizm ideolojisi filmde bir senaryo planı ile anlatılmıştır. Film aynı zamanda kaybolmanın ürettiği boşlukları ve sessizlikleri dolduran, kurbanlarını görünür kılan dramatik bir kurguya sahiptir. Gerçekçi anlatının özelliklerini kullanmıştır. Kayıp filminin somutlaştırdığı bir enternasyonalizmin sınırlarından bahsetmek mümkündür.

Bir insanlık suçu olan zorla kaybetme sadece bireysel sınırla kalmaz aynı zamanda kişinin ailesini çevresini ve ortak bağlarla bağlandığı toplumu da hedef alır. Amerikan ideallerine inanan, halkının haklarını korumak için her zaman çok istekli olan Baba Horman, ülkesinin yüksek mevkili yetkilileri

ile görüşmeleri ve ısrarcı tavrı sonucu, oğlunun ölümünde ABD'nin suç ortaklığı yaptığını ortaya çıkartır.

Film, bir anlamda ABD'nin Şili'deki paradoksal mirasının simgesidir. Bir yandan dış işlerin nasıl olmaması gerektiğini gösterirken bir yandan da politik bilinç ve siyaset dersi vermektedir. Filmdeki tiyatro gösteriminden ayrılan Amerikalıların “Orta Amerika'da yaptığımız şey korkunç değil mi?” dedikleri duyulmaktadır. Gavras, bizatihi bu sahneyle Amerikan masumiyetini aşındırmaya katkıda bulunmaktadır.



Şekil 1. Beyaz At.

Şekil 1’de yer alan, sokağa çıkma yasağıyla boşalan sokaklarda dolu dizgin koşarak hakimiyet kuran beyaz at, direnişin bir simgesi gibi filmin başlangıç noktası epizodunda yer almaktadır. Travmatik şiddet ve işkence içeren ölüm politikalarına karşı hayatı savunan film, özellikle sokağa çıkma yasağı sırasındaki sokak görüntülerinde, beyaz bir ata dahi ateş eden darbeci askerleri betimlemiştir. Bu beyaz atın izine, kendisi de sürgüne aşına olan ve on sekiz yaşında Yunanistan'dan Fransa'ya yerleşmek üzere ayrılan Costa-Gavras’ın bir röportajında rastlanmaktadır: “Benim karakterim biraz Ulysses gibi, çünkü karakterimin denizi Akdeniz gibi, çileler, fırtınalarla doludur. Modern canavarlarla yüzleşir ve zamanımızın mitlerini alt üst ederler. Ulysses'in evine dönmek istemesinin aksine benim karakterim gelip kendi evini kurmaya çalışıyor” (Zoppelletto, 2021). Yönetmenin bu söyleminden yola çıkarak özgürlük algısının bir miktar, mitolojiyle ilişkili Avrupa kültür havzasından etkilendiği tespit edilebilir. Ulysses, Truva Savaşı’nda üstlendiği stratejik rol ile bilinmektedir. Erdemli olması nedeniyle tarihe bir prototip olarak geçmiştir ve insanlığın aşılması gereken engel ve zorluklara karşı direnişinin sembolü olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bir kahraman olarak Ulysses, filmde beyaz atta tezahür etmiştir denilebilir.

Filmde ele alınan şiddet, uluslararası belgelerde insanlığa karşı suç olarak tanımlanan nitelikte ve toplumun hemen hemen her kesimini etkileyecek kadar büyüktür. Ancak bu şiddete rağmen askeri müdahalede bulunan sınıf, partilerine devam etmektedir. Filmde, büyük siyasi bir hapishaneye çevrilen stadyumdaki görüntüler ile egemen sınıf tarafından yapılan siyasi baskı ve diğer yandan akıp giden eğlence hayatı çarpıcı şekilde işlenmiştir. Charles, sıkıyönetimden dolayı cesetlerle dolu sokakları aşip evine gidemezken, üst sınıf için eğlence hayatı devam etmektedir. Hemen ardındaki sahnede ise izleyici, Charles’ın gözünden beyaz bir ata dahi ateş eden silahlı kuvvetleri alkışlayan yönetici sınıfını görür (Şekil 2).



Şekil 2. Parti Sahnesi ve Tankları Alkışlayanlar.

Şekil 3'te yer alan sahnede Charles Horman, onu kaybolmaya götüren sürecin başlangıç noktasındadır. Şili'de Vina del Mar kentinde otelde kaldığı gün darbe gerçekleşir ve Horman balkonda askeri helikopterle karşı karşıya kalır. Ardından lobiye indiğinde ABD'li bir subayla tanışır ve Vina kentinin ABD'li subayların bir nevi üssü olduğunu fark eder. Subaylara bir gazeteci refleksiyle sorular soran ve Amerikalı olduğu için soruları yanıtlanan Charles, darbeye bu subayların rol oynadığını anlar. Filmin sonunda ise Horman'ın zorla kaybedilmesinin sebebinin, öğrendiği bu bilgiler olduğu ortaya çıkar. Zorla kaybetme, Horman'ın özel vakası üzerinden filmin ana teması olsa da bu baskıcı yöntem, karakterlerin başlarının üzerindeki yarı saydam bir tavana dağılmış cesetleri keşfettikleri bir sahnede de temalaştırılmıştır. Üst üste yığılmış, buzlu camın etkisiyle bulanık şekilde görülen isimsiz bedenler, kaçırılma izlerinin ektiği terörün içinden sessizce işleyen, suçlarının kanıtlarını saklayan gizli şiddete gönderme yapmaktadır.



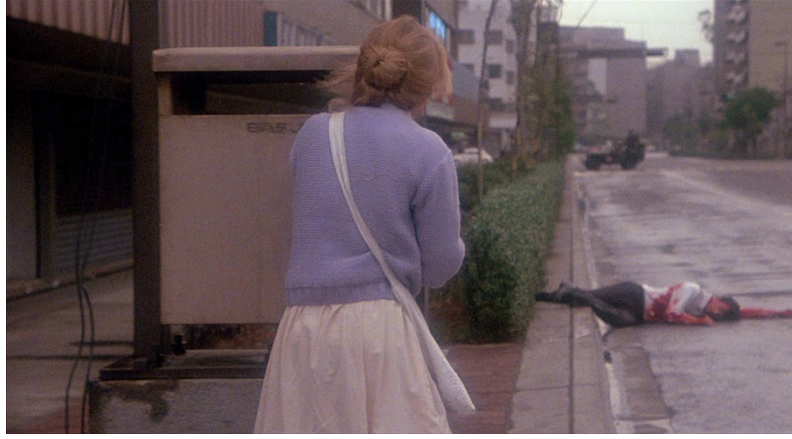
Şekil 3. Darbeyi Balkondan Gören Charles Horman,

Sokağa çıkma yasağı Şili'deki çaresiz vatandaşlar (Şekil 5), sokaklarda öldürülen gençler (Şekil 6), büyükelçiliklere ve konsolosluklara sıkışıp kalmış olan mültecilerle (Şekil 7) grotesk üslupla ortaya konulmaktadır. Şekil 4 detayında olduğu gibi pantolon giyen bir kadın, etek giymeye zorlanmak suretiyle askeri rejimin baskıcı yönüyle karşı karşıya kalır. Diktatörlüğün gücünün aksine izleyici, bazı sivillerin şehrin duvarlarına diktatörlük karşıtı sloganlar yazmak için acele etmesi gibi birtakım direniş girişimlerine de tanık olmaktadır.



Şekil 4. Etek Giymeye Zorlanan Bir Kadın Askeri Aracın Yanına Çağrılır.

Askeri darbelerin vatandaşlara her bakımdan karıştığını gösteren Şekil 4’teki sahne aslında evrensel hakikatlere dair bir bellek oluşturma amacını gütmektedir. Ordunun sebep olduğu travmatik kırılma, cuntaların zorla kaybetmeleri kullanması, cevaplardan çok sorular bırakarak aniden kaybolan bireylerden sonra ortaya çıkan bellek boşluğu adeta Gavras’ın kamerasıyla bir çağrıya dönüşmektedir.



Şekil 5. Sokaklarda Öldürülmüş Gençler.

Gavras, şekil 5’te görüldüğü gibi öldürülmüş gençleri kadrajına alarak öğrencilerin nasıl susturulduğunu göstermeye çalışmaktadır.



Şekil 6. Askerlerin Sokaklarda Uyguladıkları Şiddet Eylemleri.

Film, gösterdiği rijit sahnelerde hem askeri darbelerin yıkıcı etkisini hem de zorla kaybetmenin, kaybolmanın ötesinde çok daha derin anlamlar içerdiğini göstermeye çalışmaktadır. Geçmişin şiddetini küçümseyen ve üzerini örten resmi anlatılara karşın yönetmen birçok kurbanın hikayesini anlatmaktadır. Film tarihe geçmişi, dolayısıyla öznelere, çatışmaları ve gerçekleri geçirmiştir. İnsanlara

bir başkasının acısını ve ıstırabını anlatarak sistemin ve darbe sonrası Şililerin, askeri rejim tarafından yapılan hak ihlallerini kabul edilebilir bir maliyet olarak görmemesine katkıda bulunuyor.



Şekil 7. Çoluk Çocuk Büyükelçiliklere Sığınarak Hayatta Kalmaya Çalışan Mülteciler.

Baba, stadyuma gelene kadar Amerikan toplumu ile ilgili verili ideolojik algıdan kendini sıyıramamaktadır. Oğlu kaybolmasaydı Amerikalı milyoner Edmund olarak hayatına New York'ta devam edecek olan baba, güvendiği ülkesinin Şili'deki müdahalelerini görünce önce sorgulamaya sonra değişmeye başlar (Şekil 8). Ve ardından oluşan boşluk ile belirsizlikten kabullenişe doğru yol almaktadır. Baba Horman, oğlunu aramak için Şili'deki baskıcı eylemlerin simgesi olan Ulusal Stadyum'a girip (Şekil 9), siyasi mahkumlarla dolu tribünlerin önüne geldiğinde, durumun gerçekliği ile ilk kez yüzleşir. Olay yerindeki şiddet net olmasa da durum hem kurbanların çokluğu hem de babanın çaresiz arayışındaki acizliğini ortaya koymaktadır. Diğer yandan bir Şilili tutuklunun "Benim babam buraya gelemiyor" cümlesinin yer aldığı sahne başka bir sorunu gündeme getirmektedir: Charles Horman'ın akrabalarının Amerikalı oldukları için gördükleri istisnai muamele. Yerel muadillerinin erişemeyeceği yerlere girebilmektedir baba Horman. Yani Şili'de darbe yönetiminde insanlara sadece üretim değerleri kadar önem verilmektedir.



Şekil 8. Stadyumda Oğlunu Arayan Baba.

Sanatın, topluma karşı etik bir sorumluluğu vardır. Sanat, edebiyat ve sinema ezilen sesleri duyurarak ve tarihte unutturulmaya çalışan olayları hatırlatarak bir hafıza oluşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda, gerçekleşen hadiselerin aktörleri ve yakın çevresinin durumuyla empati kurulmasını sağlar. İşte Gavras, bu sahnede çaresiz bir baba ile tutukluları bir araya getirerek adaletsizlik biçimlerini görünür hale getirmektedir.



Şekil 9. Tutukluların Bir Arada Tutulduğu Ulusal Stadyumun Genel Görünüşü.

Ed Horman, klasik yasin ilk aşamasını yaşamaya başlamıştır. Kayıp kişinin ölümünü doğrulamannın imkansızlığını yaşayan baba stadyumda yoğun duygular altında çaresiz bir halde kalmıştır. Kaybedilen kişilerin aile üyeleri, kaybolmadan önceki yaşamlarından kopma yaşarlar. Günlük rutinleri sona erer ve kaybolan kişiyi arama ana iş olur. Süreçte bazı kayıp yakınları yoksullaşma yaşar ve bazen işlerini bazen diğer sosyal ilişkilerini kaybederler. O kadar ki geniş ailelerinin bir kısmı veya tamamı ile bağları kopar, arkadaşlıkları sona erer. Kayıp Yakınlarını Arama Derneği gibi başka yapılar, başka insanlar “ikinci bir aile gibi” olmaya başlar (Adams, J. 2019). Burada da gelin ve kayınpeder, zorla kaybetme hadisesinden önce son derece kopuk ilişkilere sahipken bu noktadan sonra yakınlaşırlar.



Şekil 10. Ölülerle Dolu Kapalı Alan.

Şekil 10’da yer alan bu görüntüler, şiddetle ilgili bilgilerimize ve duyumlara atıfta bulunurken, görsel olarak bir kıyamet panoraması oluşturur. Kahramanlar birbirlerine sarıldıklarında kadının burnunu kapatmasıyla ortamda ceset kokusu (Şekil 10) olduğunu anlayan izleyici, dramın zirvesine tanıklık eder. Beth, dağılmış bedenler arasında tanıdık bir yüz gördüğünde dehşeti yaşar ve yüzündeki korku ifadesi ile izleyiciye de yaşatır. Bu şekilde, katliam ve soykırımların tahayyülünden ve Hristiyan ikonografisinin (Şekil 11) çeşitli temsillerinden yararlanan bir kâbus senaryosu inşa edilir. Gösterilen çıplak ve cansız bedenler orantısız şiddetin altını çizmektedir.



Şekil 11. Cesetlerle Dolu Salonu Gösteren Bir Diğer Açık.

Bunun yanı sıra cansız bedenlerin ayaklarına iliştirilmiş etiketlerin varlığı ile verilen görsel detay bize devlet sorumluluğunu hatırlatır. Tanınan cesetlerin ayakları, askeri bürokrasinin ölümü hem bildirme hem de kaydetme (ya da vermeme) rolüne atıfta bulunur. Charles'ı bulamayan Beth, Amerikalı arkadaşı Frank Teruggi'nin cesedini bulur. Morg binasında karşılaştıkları yüzlerce kimliği belirlenmiş veya belirsiz cesedin görüntüsü, darbe öncesi Beth ve Charles'ın farklı mekanlardaki görüntüleri ile birleşince darbelerin hayat karşındaki etkisi daha da görünür olmuştur. Alexander'ın (2014) Yahudi Soykırımı hakkındaki araştırmasında analiz ettiği gibi, travmatik durumu oluşturan bir bileşen de kurbanları insanlaştırma sürecidir. Yönetmen, kurbanları kişisiz ve kaotik bir kitle olarak göstermek yerine, onları kişiselleştirmeyi tercih etmiştir. Mağdurlara insan olarak yüklenen yeni anlam, izleyenlerin onlarla duygusal bir özdeşleşme yaşamasını sağlamaktadır. ABD konsolosluk yardımcısının ve depo müdürünün ilgisizliği, tanık olan izleyicide bir ürperti oluşturmaktadır. Beth'in, ölü arkadaşını bulunca attığı çığlığa dayanamayan Edmund Horman, ona sarılır ve tam bu esnada kafasını yukarı kaldırdığında şeffaf tavanın (Şekil 12) bile cesetlerle dolu olduğunu görür.



Şekil 12. Cesetle Dolu Cam Tavan.

Aslında yönetmen bu sahne ile her yerde hatta gökyüzünde bile ceset olduğunu göstermeye çalışmaktadır. Ülkeyi işgal eden korkunun, ölümle çevrili olduğunu anlatmaktadır. Cam tavan ve cansız bedenlerin gölgelerinin birleşimi, şiirsel bir anlatımla “ölümün her yerde olduğu” hissini somutlaştırırken, karakterlerin dramlarına izleyicinin katılımını artırır. Vangelis'in müziği filmin dramatik etkisini artırmaktadır. Baba Horman o inanılmaz gerçekliğe doğrudan tanıklık edip, katliamın mutlak dehşetini yaşayınca bilinci travmatik olsa da açılır ve bu yüzden konsolos soruşturma yaparken, özel olarak konuştuklarında Beth'e onay verir. Böyle bir dünyada yaşamayı hayal bile edemediğini belirtir ve gelini Beth'in ellerini tutarak: “Bu nasıl bir dünya?” der. Kendine güvenini ve rahatlığını kaybeder. O zamana kadar oğlu Charles'dan hiç bahsetmeyen Edmund, ilk kez Beth'in hak savunuculuğu ile ilgili bir konuşmasında “Charles gibi konuşuyorsun, oğlum da böyle konuşuyordu” der. O an oğlunun zorla kaybedildiğini kabullenmiştir. Beth kayınpederine gururlu bir ironi ile cevap verir: “Geriye iki aşama daha kaldı, çocuğunuzun öldüğünün teyidi ve Amerikan sistemine olan çelişkili güveniniz”.

Edmund Horman karısıyla telefonda konuşup onu rahatlatmaya çalışırken, neredeyse filmin ikinci bölümünü meta-sinematik olarak özetleyen şu cümleleri kurar: “Her ipucu bizi en başa götürüyor gibi görünüyor, biliyor musun? Daireler çiziyoruz!”. Arayışın devam ettiği ve zorla kaybetmenin yavaş yavaş kabullenildiği filmin ilerleyen sahnelerinde sokağa çıkma yasağının dehşeti tüm otel misafirlerinin aşağı inmesine neden olan bir yer sarsıntısı ile anlatılır. Deprem bile olsa sokağa çıkmak yasaktır. Ed, önceki sekansta gelinine başlattığı itirafı: “Sana bir özür borçluyum. Uzun zamandır ikinize de tepeden bakıyordum” cümleleri ile sürdürür. Bu noktada Baba Horman izleyiciyle özdeşleşmiş yolculuğunun sonunda dahi olsa eleştirel farkındalığını açıkça ortaya koymaktadır. Filme Ford Vakfı'nın rolünün dahil edilmesi dikkat çekicidir. Kendini kalkınmayı teşvik etmeye adanmış bu sivil toplum kuruluşunun tartışmalı bir yürüngenin nesnesi olması şaşırtıcıdır. Milyoner ABD vatandaşı ve bir din adamı olan Ed, şimdi sadece oğlu ölen çaresiz bir babadır (Şekil 13). Diğer yandan Horman, özel bir vakıftan oğlunun akıbetini öğrenirken büyükelçilik yeni teorilerle onu şaşırtmaya çalışmaya devam eder. Mesala, asker üniforması giymiş solcular tarafından kaçırılmış olabileceğini ve ülke dışına çıkartıldığını söylerler. Ancak baba Horman bu bildirimlere hiç inanmaz. Görsel olarak bu sahne dram ve içsel yalnızlığı vurgular.



Şekil 13. Edmund Horman

Bir diğer sahne, binanın giriş holünün büyük bir genel görüntüsü ile verilir, onu yalnız küçük ve yönünü şaşırılmış (Şekil 14), kelimenin tam anlamıyla ne yaptığını bilmez halde gösterir. Baba son kez yetkilerle konuşmaya gelmiştir, yetkililere öfkeyle yanıt verir. Bir anlamda “Pirus zaferi” yaşamaktadır. İlk profilindeki maskesini tamamen çıkararak Ed Horman, zorla kaybolmada elçiliğin oynadığı rolü açıkça ortaya koyan suçlamalarda bulunur. Büyükelçi ise alaycılıkla yanıt verir. Amerikan çıkarlarının ve yaşam biçiminin savunucusu olan Horman'ın mutlu bir şekilde yaşadığı, korunaklı yaşamına gönderme yapar. Bu konuşma içgüdüsel görünmesine rağmen aslında ideolojik bir MacGuffin⁴dir. “Charles, çok şey bildiği ve çıkarlarını tehlikeye attığı için öldü” demeye getirmektedir. Bu yaklaşım Horman'ın davasını, şu ifadeyle bir mafya kurbanının davasıyla eşitler: “Ateşle oynarsan yanarsın.” Horman, Amerikan -iş dünyası- çıkarlarının bu savunmasını, pencereden görünen bahçenin durumuyla kıyaslar. Gavras burada bir metafor sunar. Şili’de iltica yerine dönüştürülen Batı elçilikleri: Latin Amerika'nın boş bahçesi -Monroe Doktrini⁵'nin arka bahçesi- sessiz ve yalnız, bir park gibi mezarlık gibidir. Bu sahneler kayıp dramının gerçekleşmesiyle verilir ve bu durum izleyicide rahatsız edici bir his oluşturur.

⁴ Sıradan gibi görünen ama filmin akışını belirleyen obje, unsur ya da olay.

⁵ ABD Başkanı James Monroe'nin, 2 Aralık 1823'te kongreye sunduğu doktrin. Antikolonyalizm önerisiyle tarihe geçmiştir.



Şekil 14. Yönünü Şaşırın Baba Horman.

Bu sahnelerde kültürel travmayı çevreleyen anlamın inşası mevcuttur. İnsanların duygularına hitap eden yönetmen, zorla kaybetme olgusunu özellikle tehdit, korku ve güvensizlik gibi duygularla bağlantılı aktarır. Bireylerin izledikleri olayla ilgili duygularını yorumlama biçimi, Alexander'ın (2004: 10) travmatik durum dediği şeydir. Genç Amerikalı bir gazetecinin kaybolmasıyla ortaya çıkan travmatik durum, sadece Latin Amerikalıların değil ABD vatandaşlarının sevdiklerinin de doğrudan tehdit edildiğine dair oluşturduğu hislerdir: 'Yarın benim oğlum da kaybolabilir'. Filmde insanların travmatik olayla -zorla kaybetmeyle- doğrudan ilişkilendirdiği korku ve tehdit gibi duyguların yanı sıra, kolektif travmanın inşasında rol oynayan ve mağdurları başkalarıyla ilişkilendiren başka duygulara da yer verilmiştir. Kolektif ölçekte ortaya çıkan travma, gelişmiş bir ülkenin vatandaşlarının da tehlikede olabileceğini hisseden toplumun, kirli politik yöntemlerle yüzleşmesidir (Alexander, 2004). Film paylaşılan bir acının yeniden yapılandırılmasının sonucudur. Büyükelçilikten ayrıldıktan sonra Horman, polisin Beth'i götürmek istediğini anlar ve şiddetle karşı çıkar. Bir sonsöz olarak kapanışta Ed ve Beth, Charles'ın tüm anılarını ve çizimlerini toplar. Baba bununla birlikte, kendisi tarafından bilinmeyen başka bir gerçekliği de çok geç bulur: Küçük Prens'i okuyarak şiirsel olarak kurtardığı oğlu, çocuk çizimleri yapmıştır. Baba, oğlunu ararken aynı zamanda oğlunun hayata bakışını, politik görüşlerini ve meraklarını keşfeder. Bu sahne, filmin dramatik-duygusal olay örgüsünü çözmenin yanı sıra, karakterler ve izleyici için bir nevi yas teşkil eder. Ölen kişinin nesnelere yapılan gönderme, trajedinin doruk noktası olarak karşımıza çıkar. Büyükelçi ve ataşesi, cenazenin ülkesine geri gönderilmesi için ücret ödemeleri gerektiğini hatırlatır. Gavras, bürokrasinin soğukluğunu göstererek oluşan öfkeyi pekiştirir. Beth ve Ed birlikte uzun bir koridorda yürürler. Bu kalabalığın olduğu bir yol ve yolculuktur ve auteur sinemanın tipik bir sahne örneğini oluşturmaktadır. Horman davası bazı ticari sırlara konu olduğu gerekçesiyle iptal edilir. Charles'ın cesedinin gelmesi birkaç ayı bulur bu yüzden otopsi imkânsız hale gelir. Baba Horman, hala Amerikan sisteminin adil ve demokratik olduğuna inanır ve bu acımasız bir paradoks içerir. Edmund Horman, "Çünkü özgür bir ülkede yaşıyoruz" söylemiyle bunun ipuçlarını verir. Amerikan halkı da Horman gibi, Şili'de darbenin desteklenmesinin resmi bir dış politika değil bir avuç insanın suç komplosunun ürünü olduğuna ikna olur. Kayıp Amerikan vatandaşı Charles Horman gayrimeşru bir rejimin kurbanı, masum ve idealist gazeteci olarak tahta bir kutuda Amerika Birleşik Devletleri'ne geri döner. Filmin söylemi Amerikan dış ilişkileri tarafından kurulan ikiyezli siyasetin üzerine yoğunlaşmıştır. Dönemin ABD Başkanı Nixon ve Dışişleri Bakanı Henry Kissinger'ın fotoğraflarının filmin akışında çeşitli yerlerde görülmesi rastlantı değildir.



Şekil 15. Nixon ve Dışişleri Bakanı Henry Kissinger'in Birlikte Asılmış Fotoğrafları.

Diğer yandan yönetmen tahta tabutu göstererek yas ritüellerini yaşatmak istemiştir. Çünkü yas tutulacak bir beden olmasa travmatik kaybın üstesinden gelmek çok daha zor olur. Gavras'ın filmine ilk resmi tepki Ronald Reagan hükümetinin Dışişleri Bakanlığı tarafından gönderilen üç sayfalık bir belge ile geldi. Nixon yönetimi ve Henry Kissinger'in aklandığı açıklamada Horman'ın ölümüyle ilgili herhangi bir sorumluluk kabul edilmedi. Ayrıca eski büyükelçi Nathaniel Davis, eski konsolos Frederick Purdy ve Yüzbaşı Ray E. Davis, Costa-Gavras, Universal, Thomas Hauser ve kitabın yayıncısına dava açıldı. Yargıç Milton Pollack, 1987'de sanıklar lehinde karar verdi⁶. ABD hükümeti, CIA ve Şili arasındaki ilişkilere ilişkin belgelerle Şili'deki insan hakları derneği, Pinochet'ye kişisel olarak dava açtı. Ayrıca Şilili subaylar ve aralarında Henry Kissinger'in de bulunduğu Amerikalı yetkililer hakkında suç duyurusunda bulunuldu ve Yargıç Juan Guzmán tarafından kabul edildi⁷. Aslında yönetmenin sorumluyu belirleme ihtiyacı, bir devlet ile vatandaşları arasındaki "toplumsal sözleşmeyi" sürdürmek ve güçlendirmek için gerekli olan, siyasi kurumlar ve vatandaşlık arasındaki ilişkiyi pekiştiren duyguları harekete geçirme isteğidir.

SONUÇ

Film, Amerika'nın ürettiği "vatandaşına aidiyet" hissini sorgulanmasına neden olur. İzleyici, Şili'deki 1973 darbesinin ardından oğlu kaybolan Edmund Horman ile özdeşim kurar. Hikâyenin sonunda ABD Adalet Bakanlığı konuyu çözümsüz bırakır ve egemen sınıfın iradesini yeniden kuran devletin sırrı olarak tanımlar, dava takipsizlik alır. Film, kapitalist emperyalizme karşıt olarak inşa edilmiş gözükse de Soğuk Savaş'ın kutuplaşmış okumasından uzaklaşma niyeti de açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma boyunca incelendiği gibi, bu filmler aynı zamanda görünüşte demokratik rejimlerde bile kullanılan baskıcı uygulamaları göstermekte ısrar etmekte ve aynı zamanda onları desteklemeye tekrar tekrar katkıda bulunan jeopolitik çıkarlara ayna tutmaktadır. Yargılamaların keyfilikle dolu olduklarını hatta hâkim gücün sadece bir gerekçesi olarak işlev gördüklerini göstermektedir. Bazı durumlarda güçlü etkiye sahip görüntülere, bazı durumlarda ise metaforik veya şiirsel bir sinematografik dilin kullanımına başvuran bu film otoriterizmin toplumlarda cisimleştiği, toplumun hassas manzaralarında ortaya çıktığı durumların çokluğunu görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bir Amerikan yapımı olarak Amerikalı yıldızlarla çekilen, ABD dış politikasını sorgulamaktan çekinmeyen Kayıp filmi, çokuluslu kamuoyunu hedef almaktadır. Bu politik okuma bakımından paradoksal görünmektedir. Costa-Gavras'ın senaryosuna büyük katkıda bulunduğu Kayıp, politik gerçeklerin yanı sıra auteur bir yönetmenin yazarlık yeteneğini de gösterir. Bu kurmaca yapım, gerçek politik etkiler yaratır ve zorla kaybetmenin etkisini uluslararası kamuoyuna anlatır. ABD hükümetinin darbeye aktif katılımının kanıtlanması ayrı bir konu olmakla beraber yönetmen, sinemasının etkisini çok iyi kullanarak askeri müdahalelerin ailelere nasıl etki ettiği ile ilgili söylem inşa eder. Çünkü insan psikolojisi, şahit oldukları, tecrübeleri ve okudukları hakkında tanımlayıcı modeller geliştirir. Haklarında sadece dolaylı yani söylem yoluyla bilgi sahibi bulunulan diğer olaylar kitle iletişim araçlarıyla sağlanır (Dijk, 2019, 132). Dolayısıyla bir kitle iletişimi aracı olan sinemayla ortaya konan zorla kaybetme olgusuyla

⁶ <https://www.washingtonpost.com/archive/business/1987/07/29/judges-decision-boosts-suit-filed-by-boesky-investors/9148a555-feaa-48ff-bf43-86a6751e90b8/> Yayın tarihi 29.07 1987. Erişim tarihi 5.09.2022.

⁷ https://stringfixer.com/tr/Indictment_and_arrest_of_Augusto_Pinochet. (Erişim tarihi 5.04.2022)

mücadele Kayıp filminde temsil edilmiştir. Diğer yandan acı ve yas kişisel bir olgu iken, filmler aracılığıyla travmanın paylaşılması topluma yansıyan bir kültürel yorum haline gelir. Filmin bir mağduru insan olarak tanıtması kaybolanla sıradan insanı özdeşleştirilmesi bir topluluğun kolektif kimlik duygusunu genişleten, güçlendiren ve sürdüren şeydir aynı zamanda. Bu bağlamda film, dünyanın çeşitli ülkelerinde zorla kaybetmeye maruz kalan insanların duygularını kolektif topluma aktarmaktadır.

KAYNAKÇA

Arendt, H. (1978). *The Life of the Mind*. Harcourt, Inc.

Alexander, Jeffrey (2004), "Toward a Theory of Cultural Trauma", en Alexander, Jeffrey *et al.* [comps.], *Cultural Trauma and Collective Identity*, University of California Press.

Atayman E.İ. (2022). *Costa Gavras ve Politik Gerilim Sineması*. Ayrıntı Yayınları.

Bargu, B. (2014). Sovereignty as Erasure: Rethinking Enforced Disappearances. *Qui Parle: Critical Humanities and Social Sciences*, 23(1), 35-75. Doi:10.1353/qui.2014.0013.

Cawelti J. G. (1977), *Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture* Paperbac. University of Chicago Press.

Combs, J. (1993), *Movies and Politics: Who's Running This Show? Ideology, Formula And Hegemony In American Film And Tv*". Routledge Publishing.

Costa-Gavras (1982) *Missing*, Universal Pictures.

Dijk, A.T (2019), *İdeoloji*, Hece Yayınları.

Fraser, Nancy Et Al. (2014). *Transnacionalizing The Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.

Frey, B. A. (2009). Los Desaparecidos: The Latin American experience as a narrative framework for the International norm against enforced disappearances. *Hispanic Issues On Line*, 4(5), 52-72.

GTDFI (Grupo de Trabajo sobre las Desapariciones Forzadas) (2015), *Informe del Grupo de Trabajo sobre las Desapariciones Forzadas o Involuntarias* .

Hall (2017). *Temsil*. Pinhan Yayıncılık.

Hennebelle, G. (1976), "Cinema Militant", *Cinéma D'aujourd'hui*, Marzo-Abril 1976, N° 5-6, P. 11.

Merriam. Nitel Araştırma. Çev. Selahattin Turan. Nobel Akademik Yayın, 2015.

Nowak, M. (1996). Monitoring disappearances—the difficult path from clarifying past cases to effectively preventing future ones. *European Human Rights Law Review*, 348

Power, M., "The U.S. Movement in Solidarity with Chile in the 1970s" *Latin American Perspectives*, vol. 36, no. 6, 2009, pp. 49-66.

Schneider, M. C., "Constructing Memory in the Wake of Tragedy: An Analysis of Film as a Tool of Collective Memory in the Aftermath of the Dictatorships in Argentina and Chile" (2019). CMC Senior Theses. 2256. https://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/2256

Zimmer, C., (1974). *Cine Y Política*, Ediciones Sígueme, Salamanca,

Zoppelletto, C. (2021). *Eden is West, Europe as a Magic Trick*, Routledge Publishing.

YOUTUBE GAZETECİLİĞİ EKSENİNDE DÖNÜŞEN GELENEKSEL GAZETECİLİK: GERÇEKTİVİ ÖRNEĞİ

Gülşan KURT
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
gulsankurt@stu.aydin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-9626-8321

<i>Atf</i>	Kurt, G. (2022). Youtube Gazeteciliği Ekseninde Dönüşen Geleneksel Gazetecilik: GerçekTivi Örneği. Journal of Communication Science Researchs, 2 (3), 184-201.
------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Geleneksel medyanın gelişen teknoloji ile beraber sosyal medya platformlarında faaliyet göstermesi kitleler tarafından benimsenmektedir. Yeni medya; geleneksel medyanın tekniklerini, yöntemlerini ve çalışma biçimini değiştirmekte, haber üretimi ve ulaşımı bağlamında insanlara yepyeni olanaklar sunmaktadır. Bu olanaklar, izleyicilerin ve okurların iletişimlerini ve medyanın gündem belirleme gücünü her açıdan büyütmektedir. Yeni medya beraberinde coğrafi sınırları da ortadan kaldırarak, gücünü dünyanın her yerinde göstermektedir. İnternet dünyasının oluşturduğu olanaklar, haber üretimini dijital ortamda üretilen bir yapıya dönüştürmektedir. Dijital habercilik ile beraber ortaya çıkan yeni tür habercilik pratikleri, haber içeriklerinin değişimine ve gelişimine neden olmakla beraber, sosyal medya platformlarından YouTube, günümüzde en güçlü mecralardan biri haline dönüşmüş olup, geleneksel medyada yer bulamayanların gündem yaratma, yorum yapma, analiz etme imkanlarını ortaya çıkartıp, birer kişisel televizyon kuruluşu sahipliği imkânı sunmaktadır. YouTube; içerik üretenlerin patron ve yönetici sansürünü, baskısını ortadan kaldırarak daha özgür bir ortam yaratmaktadır. YouTube aynı zamanda habere, analize ve yoruma ulaşmada geleneksel medyanın tekelini kırıp, geleneksel medyadaki haberin maliyetini de ortadan kaldırarak kısıtlı olanaklarla (bir tripod, bir kamerayla) milyonları etkileyebilip, geleneksel medyadan çok daha güçlü olmayı başarmıştır. Bu araştırmanın amacı geleneksel habercilik ve yeni medya haberciliği arasındaki farkların ortaya konmasıdır. Bu amaç doğrultusunda kullanımlar ve doyumlar teorisi bağlamında GerçekTivi YouTube kanalından seçilen 10 tane program üzerinde haber analizi yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda alternatif medya yayıncılığının geleneksel medyaya göre daha özgür ve çoğulcu bir yapıda faaliyet gösterdiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Medya, Sosyal Medya, Yeni Medya, Geleneksel Medya, YouTube, GerçekTivi.

TRADITIONAL JOURNALISM THAT IS TRANSFORMING ON THE AXIS OF YOUTUBE JOURNALISM: AN EXAMPLE OF GERÇEK TİVİ

ABSTRACT

The fact that traditional media operates on social media platforms with the developing technology is adopted by the masses. New media changes the techniques, methods and working style of traditional media, and offers new opportunities to people in the context of news production and transportation. These possibilities increase the communication of viewers and readers and the agenda-setting power of the media in every aspect. The new media is showing its power all over the world by removing geographical borders along with it. The possibilities created by the internet world transform news production into a structure produced in the digital environment. While the new types of journalism

practices that emerged with digital journalism cause the change and development of news content, YouTube, one of the social media platforms, has become one of the most powerful channels today, revealing the opportunities for those who cannot find a place in the traditional media to create the agenda, comment and analyze, it offers a personal television hosting facility. YouTube creates a freer environment by eliminating the boss and manager censorship and pressure of content producers. YouTube has also succeeded in influencing millions with limited means (with a tripod, a camera) by breaking the monopoly of traditional media in reaching news, analysis and commentary, and eliminating the cost of news in traditional media, and has succeeded in being much more effective than traditional media. The aim of this research is to reveal the differences between traditional journalism and new media journalism. For this purpose, news analysis was made on 10 programs selected from the GerçekTivi YouTube channel in the context of uses and gratifications theory. As a result of the research, it can be said that alternative media broadcasting operates in a more free and pluralistic structure than traditional media.

Keywords: *Technology, Media, Social Media, New Media, Traditional Media, YouTube, GerçekTivi.*

GİRİŞ

Medya genel anlamıyla yazılı, sözlü, işitsel ve görsel tüm kitle iletişim araçlarının kapsayıcısı niteliktedir. Gazete, dergi, televizyon, internet vb. tüm araçlar, iletişim sürecinin var olmasını sağlamaktadır. Medya Terimler Sözlüğünün tanımına bakıldığında medyayı sözlü, yazılı, görsel iletişim araçlarının tamamını medya olarak tanımlamaktadır (Darıcı, 2014: 62). Bu bağlamda kitlesel ve bireysel tüm iletişim süreçleri bir aracıya dayanmaktadır. Geleneksel medyada görsel, işitsel veya yazılı herhangi bir iletide bireye yorum ve değişiklik yapabilme imkânı sunulmamaktadır. Tek taraflı, yalnızca iletilerin gönderildiği bir süreçten bahsetmek mümkündür. Geçmişten bugüne iletişimin var olduğu süreçte geleneksel medya evrilmiş olsa da etkisini hala korumaktadır. Kitle iletişim araçlarından televizyon, gazete, dergi gibi kanallarla bireylere gündemi belirleyen iletiler gönderilmektedir. Bireyler, geleneksel medyada herhangi bir geribildirimde bulunamadığından iletişim tek yönlü olarak devam etmektedir. Geleneksel medya çok geniş kitlelere ulaşarak kamuoyu oluşturmayı hedeflemektedir. Bu nedenle reklam kanalları daha yüksek bütçeler gerektirmektedir. Kitleler üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla reyting ve tiraj yöntemlerini kullanmaktadır. Gerek temsili yapısı gerekse içerikleri bakımından her daim şeffaflığı savunmaktadır (Polat, 2018: 57). İletişim teknolojilerinin tek bir merkezde toplandığı ve alıcı ile gönderici arasında göndericiden alıcıya doğru tek yönlü bir ilişkinin olduğu geleneksel medya anlayışı zamanla değişim göstererek, yerini bireylerin kendilerini daha rahat ifade edebileceği, özgür medya platformları olarak nitelendirilebilecek yeni medya alanlarına bırakmaktadır. Böylelikle alıcı ve göndericinin tek bir bireyde bütünleşebildiği yeni medya ortamları günümüzde kitlelere ulaşmaktadır. Bu değişimler, gazetecilerin habercilik pratiklerini de biçimlendirmektedir.

İletişim teknolojileri günümüzde hızlı bir şekilde gelişim göstermekte ve içinde bulunduğumuz dünya giderek değişmektedir. Televizyon, gazete ve radyo gibi önemli kitle iletişim araçlarının yerini bugün internet almaktadır. Yeni medya ve teknolojik değişim böylelikle hayatımıza girmekte ve büyük kolaylıklar getirmektedir. Yeni medya kavramının çok geniş bir kapsama alanı bulunmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin tümünü bünyesinde barındıran yeni medya; “genel olarak var olan medyayı, etkileşimli olarak, sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşım sağlayan ortamlar” (Manovich, 2001: 19) şeklinde tanımlanabilmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, yeni medyanın ortaya çıkışıyla beraber geçmişte var olan tüm geleneksel medya biçimleri sayısal teknolojiyle (0 ve 1) bütünleşik bir duruma gelmiştir. Sayısal teknolojinin 0 ve 1’lerle birlikte yaratmış olduğu ortaklık, yeni medyanın geniş kitlelere ulaşılabilirliğini kolaylaştırmıştır (Tocci, Widmer, & Moss, 2007: 11-13). Yeni her şey beraberinde yenilikler getirmektedir: yeni fırsat, yeni bakış açısı, yeni yorum, yeni bakış açısı. İnsanlar psikolojik olarak yeni olana eğilimlidir; hızla yeniye uyum sağlamaktadır (Çakmakçı, 2018: 80). Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, iletişim biçimleri ve kitle iletişim araçlarının faaliyetleri de bütünüyle değişim göstermiştir. Geleneksel medya dönemini yaşayan bireylerin kolayca yönlendirildiğini görürken, bilişim çağını keşfeden bireylerin sorgulayıcı yönü ortaya

çıkıştır. İnternetin kullanılmaya başlanmasının üzerinden fazla zaman geçmemiş olsa da yayılma hızı, bireysel ve toplumsal etkisinin büyüklüğünü artırmaktadır. Dolayısıyla topluma ulaşmak isteyen kişi veya gruplar, bu etkinliği eskisinden çok daha kolay ve hızlı hale getirmektedir (Gezgin & İralı, 2017: 14).

1971’de Copyblogger’ın derlediği infografiğe göre elektronik posta ile başlayan sosyal medya kullanımı, bugün önemli bir dönüm noktasına sahip olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının büyük bir bölümünün sermayenin elinde olduğu ve güç odaklarına hizmet ettiği düşünülmektedir. Bu durum günümüz insanların sosyal medya platformlarına (Facebook, Twitter, YouTube vs.) platformlarına yönlendirmektedir. İletişim kanallarının neredeyse yok olma üzere olduğu düşünülmekte ve internet, artık anlık enformasyon kaynağı haline gelmiş bulunmaktadır. Toplumun yeni medya kanallarına entegre olduğu gözlemlenmekte, haber ve içerik anlayışlarının değiştiği görülmektedir. Özellikle yeni kuşak (genç nesil) için medya anlayışı, tamamen dijital platformlardan oluşmaktadır. Bilgi çağı olarak adlandırılan bu dönem, çok çalışanların değil, dijital ortamda çokça görünen ve sosyal ağları aktif olarak kullananların çağıdır (Saruhan, 2018: 9). Bu durum, YouTube’un giderek büyüyen bir sosyal ağ olmasına, haber yayıncılarının bu ortama taşınmasına sebep olmaktadır. Gazeteciler bu alanda daha özgür, bağımsız hareket ederek, kendi içeriklerini hedef kitlelerine ulaştırmaktadırlar. We Are Social ve Hootsuite’in yayımladığı 2021 Türkiye İnternet Kullanımı Sosyal Medya, Mobil Kullanım ve E-Ticaret İstatistikleri raporuna göre; Türkiye’deki internet kullanıcı sayısı 65 milyondur. Bu sayı önceki yıla göre %6 artış göstermiştir. Türkiye nüfusunun %70,8’i yani 60 milyon kişi ise sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır.

Türkiye’de en çok ziyaret edilen siteler arasında YouTube, arama motoru Google’den sonra ikinci sırada yer almaktadır. YouTube’u özel kılan bir diğer unsur ise tanıtılan ürün, hizmet veya haberleri beğenen kullanıcıların 1/3’ünden fazlasının kendi çevrelerine tavsiye etmesidir. Başka bir deyişle, YouTube ücretsiz bir tanıtım imkanına sahiptir. Bu nedenle hedef kitlelerine hızlı, kolay ve doğrudan ulaşmak isteyen markalar ve şirketler, günümüzde YouTube haberciliğini ve reklamcılığını aktif olarak kullanmaktadır (Baloğlu & Demir, 2019: 346). Yaşanan gelişmeler beraberinde dijital gazeteciliği kitlelerle tanıştırmakta ve daha özgür bir medya ortamı oluşturmaktadır. Dijital dönem gazeteciliği kayıt baskısını sarsarak, televizyon ve radyoların eski önemini yitirmesine sebep olmaktadır. Yeni medya döneminde bireyler, mobil uygulamalarla anında habere ve haberciye ulaşmaktadır.

Günümüzde gazeteciler birer birer kendi kanallarını oluşturmaktadır. Bunlardan biri olan GerçekTivi YouTube kanalı, kendine özgün haberlerini üretmekte ve topluma haber sunmaktadır. Kanalin sahibi ve ekran yüzü olan kişi, gazeteci Ali Tarakcı’dır. Ali Tarakcı, yaklaşık 25 yıldır yerel ve ulusal günlük gazetelerde deneme ve makale yazan bir gazetecidir. 2007 yılında kurduğu Gerçek TV’de yayınlanan “Sesli Düşünceler” adlı tartışma programının yapımcılığını ve sunuculuğunu iki yıl boyunca sürdürmüştür. Uzun bir süre Karadeniz TV’de “Sesli Düşünceler” ve “Mercek Altında” tartışma programlarını hazırlayıp sunmuştur. Üç yıl süreyle Akit TV’de yayınlanan “Çapraz Sorğu ve Ters Kutuplar” programında yorumculuk yapmıştır. Uzun yıllar kamu hizmetinde çalışmış, 2002 yılında ise basın sektöründe yönetici olduğu için kamudaki görevinden istifa etmiştir. 5N 1K şirketinde uzun süre yöneticilik yaptıktan sonra 2005 yılında kendi şirketini kurmuş ve Gerçek Yayıncılık Anonim Şirketi (AŞ), Gerçek TV AŞ, Can FM AŞ, Gazete İstanbul AŞ’de Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütmüştür. İstanbul 3. Bölgeye yönelik olan Gerçek Gazetesi’ni çıkarmıştır. 2014 yılında bu gazete ismini Gazetemistanbul olarak değiştirmiştir. Ali Tarakcı’nın 2021 Temmuz ayında GerçekTivi YouTube kanalını kurma amacı, ele aldığı haberi bağımsız ve bir yere bağlı olmadan izleyiciye sunmak istemesidir. Farklı içeriklere de zamanla yer verilen bu kanalda, Havacılık ve Savunma Sanayii, Dış haberler, Sağlık, Din ve Felsefe gibi içerikleri olan programlar da bulunmaktadır.

YouTube, mesleklerinden alıkonmuş kişilerin olduğu veya bağımsız çalışmayı seçen bir mecra alanı sayılmaktadır. İstikrar ve sabır işi diye tanımlanabilecek çalışmaların ortaya konduğu bu platform, siyasi ve ticari hegemonyaya teslim olan, alternatifte hiç alan bırakmayan bir hale dönüşen geleneksel medyayı

reddeden ve daha özgür içerikler sunmak isteyen gazetecilerin adresi olmayı sürdürmektedir. Öyle anlaşılıyor ki, önümüzdeki dönem televizyon, gazete ve radyo yerini giderek bu platformlara bırakacak, hatta geleneksel televizyon kanalları birer yeni medyaya dönüşecektir.

Bu çalışmanın amacı, YouTube gazeteciliği ekseninde dönüşen geleneksel gazeteciliğin ele alınmasıdır. Çalışmada bilimsel dayanak olarak üç yaklaşım benimsenmiştir. Bu yaklaşımlar sırasıyla; ‘Kullanımlar ve Doymalar Kuramı, İletişimin Ekonomi Politikası, İletişimde Şırınga Modeli’dir. Bu yaklaşımlardan ilki olan kullanımlar ve doymalar kuramı, ‘Medya insanlara ne yapıyor?’ sorusu üzerinde durmaktadır. Kuramın ismini 1959 yılında koyan Elihu Katz, ‘İnsanlar medya ile ne yapıyor?’ sorusunun peşine düşerek kuramın temellerini oluşturmuştur. Kişi veya kişilerin hangi psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarını kullandığını tespit etmeyi amaçlayan bu kuram, alıcısının gereksinimlerini doymak için kitle iletişim araçları ile olan bağı açıklamaktadır. Teknolojiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya ağları üzerinden yayıncılık yapan gazeteciler ile oluşturdukları kitleler arasındaki bağın, bu kuram üzerinden de açıklanması mümkündür. Bu yaklaşımlardan ikincisi olan iletişimde ekonomi politikasının kurucuları, Herbert Schiller ile birlikte Dallas Walker Smythe olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşım, insan toplumun yaşanan gelişmelerle birlikte ürettiklerinin, ekonomik dağılımına ve tüketimine yönelik kanunları ele almaktadır. Yeni medya alanında sıklıkla karşılaşılan yaklaşımlardan biri olan iletişimde ekonomi politikası, ekonominin toplumsal yönünü inceleyen bir bilim dalıdır. Yeni medya alanında bilgi, ürün ve hizmetler geleneksel medyada olduğu gibi kapitalist piyasa koşullarında üretilmekte ve yayılmaktadır. Üretici güçler ve üretim koşulları, yeni medyanın yapılanmasını ve dijital iletişim ortamını karakterize eder (Berkan, 2014: 46). Bu yaklaşımlardan sonuncusu olan iletişimde şırınga modeli ise, hipotermik iğne modeli ve sihirli mermi modeli olarak da kullanılmaktadır. İletinin kaynağa ulaştığında, birçok kişide etki yaratmamasını ancak beklentisi ve arayışı olan kişilerde etki yaratmasını ele almaktadır. Laswell, kitleleri bir sürü olarak görür ve seçkin kişilerin sıradan kişileri yönlendirebileceğini belirtmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla kaynaktan hedefe ulaşan mesajlar, deri altına enjekte edilmekte ve tıpkı bir iğne gibi etki oluşturmaktadır. Harold Dwight Lasswell tarafından geliştirilen bu model, siyasal iletişimi konu edinmektedir. Çağlar boyu etkili olan iletişim, günümüzde de tetikleyici bir rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları, toplumu harekete geçirme, durdurabilme veya tetikleyebilme özelliği taşımaktadır. Laswell’e göre kitle iletişim araçları, insanların düşünmesine fırsat tanımadan onları yönlendirebilmektedir. Medyada dün ve bugün de gördüğümüz bu model, güdümlü bir mermi gibi toplumları etkilemeyi sürdürmektedir.

KULLANIMLAR VE DOYUMLAR YAKLAŞIMI

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, tarihsel olarak uzun bir süreçte farklı bilim insanları tarafından geliştirilmiştir, fakat davranışsal psikolojiye ve sosyolojide işlevselciliğe dayalı ana akım kitle iletişimi kuramlarından biri olan bu yaklaşımın öncüsü Elihu Katz olmuştur. Kitle iletişim araştırmaları alanında sınırlı etkilerin tartışılmaya başlandığı, bazı araştırmacılara göre ise medyanın sorumluluklarının hafifletilmeye çalışıldığı bir dönemde Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımı ortaya konmuştur. Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, günümüzde birçok iletişim aracı ve dijital mecranın kullanımı konusunda bizleri aydınlayabilecek bir kuramdır. Bu yaklaşım, bireylerin iletişim araçlarını hangi amaçla ve hangi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullandıklarını ele almaktadır. Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, izleyicilerin bir iletişim aracı karşısında aktif olduklarını ve bu aktif izleyicilerin, iletişim araçlarını hangi ihtiyaçları için kullanacaklarına yönelik karar verebilme yetisine sahip olduklarını savunur. Bu yaklaşımla birlikte kitle iletişim araçlarının, insanların beklentileri ve ihtiyaçları karşısında ne seviyede etkili oldukları görülebilmektedir. Dolayısıyla insanlar, medya üzerinden ihtiyaçlarını karşılayacakları bilgi ve içerikleri tüketmektedirler (Güngör, 2020: 130). Bu yaklaşım, ana hatlarıyla medya izleyicisinin tercihleri, algıları ve tutumları üzerine odaklanmaktadır. İzleyici, kendisine sunulan medya içerikleri arasında motivasyon temelli ve bilinçli bir tercihte bulunmaktadır. Bu yaklaşımda birey merkeze alınmakta ve medya deneyiminin anlamı kişisel motivasyondan elde edilmektedir. Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, interaktif bir yapıya sahip olan, medya içeriğiyle ilişkili olan, değer yargılarını ve sosyal bağlamı önemseyen ve bireysel ihtiyaçları merkeze alan bir yapıdadır (Kuyucu, 2016: 301).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında medya içerikleri, bireyler açısından bir psikolojik tatmin aracı işlevi görmekte, bireyleri eğlendirmekte ve boş zamanları doldurma aktivitesi olarak başı çekmektedir. Hem bireysel olarak hem de grup halinde tüketilebilen medya içerikleri her iki halde de bireylere tatmin sağlamaktadır (Aslan, 2018: 51). Kullanımlar ve Doyumlar kuramında dinleyiciler / izleyiciler, çeşitli kitle iletişim araçları ile etkileşimde aktif bir rol üstlenmektedir. Bu yaklaşımda kitle iletişim araçları, diğer tatmin vasıtalarıyla rekabet halindedirler. İletişim kuramları içerisinde izleyiciyi ön plana çıkarması ile bilinen bu yaklaşım, iletiyi, iletişimciyi ve iletinin amacını değil; izleyicinin istek ve güdülerini ve bunların doyurulmasını hedeflemektedir (Küçükkurt, Hazar, Çetin & Topbaş, 2009: 38-39).

GELENEKSEL GAZETECİLİKTE DİJİTALİN ETKİSİ

Medyanın ana işlevi bilgilendirmek, haberdar etmektir. İnsanların yaşanan olaylardan haberdar olması, bu amaç için geliştirilen medya araçları sayesinde olmaktadır (Girgin, 2000: 47). Geleneksel medya terimi analog teknoloji ile desteklenen iletişim teknolojilerinin gelişmesinden önceki dönemlerde yayın yapan kanalları ifade etmektedir. Gazete, radyo ve televizyon geleneksel medyanın önemli örnekleridir (Gürbüz, 2010: 8). Geleneksel medya araçları, belirli bir kişi veya kesime değil, aynı anda herkese ulaşabilen geniş ve heterojen bir yayın yapmaktadır (Geray, 2003: 17). Bu araçlar, izleyiciye/okuyucuya tek yönlü içerik sunar ve anında etkileşim olmaz. Yeni iletişim teknolojileri, diğer alanları olduğu gibi gazeteciliği de etkilemektedir. Gazeteciliğe ek olarak habercilik anlayışında da değişimler yaşanmaya başlanmıştır. Yeni medyanın özellikleri ve yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı avantajlar, yeni medyadaki gazetecilik anlayışında ve geleneksel gazeteciliğe göre bazı değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. Yeni medya gazeteciliği internette haber sitelerinin kurulmasıyla başlamıştır. 1990'lı yıllarda gazetecilik alanında yaygınlaşan internet sistemleri, kullanıcıya sadece statik web uygulamaları ile haber hizmeti sunmuştur. 2000 yılından bu yana gelişip değişmeye devam eden internet sistemleri internet gazeteciliği bağlamında da birçok seçenek sunmaktadır (Okay, 2021, s. 155-156). İletişimde geleneksel ve yeni kavramları da kitle iletişim araçlarının boyutunun, işlevlerinin ve kanallarının değişimini yansıtmaktadır. Alıcının interaktif olarak içeriğe müdahale edemediği yayımlar geleneksel yayımlardır. 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan internetin, bir iletişim aracı olarak tüm dünyayı etkisi altına aldığı gerçeği karşımıza çıkmakta ve iletişim konusunda kolaylığı da beraberinde getirmektedir.

Yeni medya, kısaca bir dizi yeni iletişim ortamı olarak tanımlanabilir. Bu kavram, 1970'lerde iletişim araştırmalarında sosyal, finansal, psikolojik, politik ve kültürel çalışmalar yapan kişiler tarafından geliştirilen bir kavramdır. 1990'larda, internet ve bilgisayar teknolojisi sayesinde bu kavramın gelişimi hız kazanmıştır (Güz & Yanık, 2017: 6). Yeni medyanın; yöndeşme olarak adlandırılan ve geleneksel medyanın bütün unsurlarını taşıması, başka bir ifadeyle multimedya özelliği ve içeriklerinin hiper metin olması kuşkusuz geleneksel medyadan en önemli farkını oluşturmaktadır. Yeni medyada, yazılı sözlü ve görsel medyanın özelliklerini tek bir ortamda bulmak mümkündür. Tamamen dijital ortamda yayınlanma ve dijitalleşme yeni medyanın en önemli özelliğini oluşturmaktadır. Ayrıca zaman ve yer sınırlaması olmadan kullanıcının içeriği ve kullanacağı zamanı seçebilmesi, içeriklerin hedef kitlesini bir tıkla yeni içeriklere, enformasyonlara yönlendirebilmesi yeni medyaya has bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. İçeriklerin hiper metin olma özelliğinin hedef kitlenin bilgilendirilmesine yönelik olarak etik ilkeler çerçevesinde kullanılması mutlak bir gereklilik olmaktadır. Yeni medyadaki ilan ve reklamlar ile diğer gelirlerin hedef kitlenin tıklanma ve sayfada kalma oranına göre değiştiği dikkate alındığında hiper metin özelliğinin etik dışı amaçlarla kullanılmasının her zaman mümkün olabileceği de dikkate alınmalıdır (Güz, 2018: 17).

Son yıllarda habercilik açısından vazgeçilmez bir araç olan bu yeni teknoloji bilgiye ulaşmada ve yaymada büyük imkân ve olanaklar getirmektedir. "Bugün gazeteciler ve haber örgütleri 7/24 haber döngüsüyle çalışmaktadır. Bu, onların haber değeri olan bilgiyi gün boyunca halka aktarmalarının beklendiği anlamına gelir. Yirmi dört saat kablolu haber ağları ve çevrimiçi haber siteleri bunun örneğidir" (Chayko, 2018: 189). Geleneksel medyada bir yayın kuruluşuna bağlı olarak çalışan gazetecilerin yerini, bugün yeni medyada kimseye bağlı kalmadan çalışan gazeteciler almaktadır. Bir

ekip ve cihazlarla dolaşmak ve haber üretmek zorunda olan gazeteciler, günümüzde sadece cep telefonuyla tüm dünyaya seslenerek içeriklerini kitlelere ulaştırmaktadır. Yeni medyanın unsuru olan bu erişimi kolay iletişim araçları, gazeteciler için de pratik bir yol olmaktadır. Bu çerçeveden baktığımızda geleneksel medya anlayışının yerini yeni medya anlayışına bıraktığını söylemek mümkün gözükmemektedir. İletişim teknolojileri zaman içerisinde gelişip, değişerek yenedünya düzenine uyum sağlayacak şekilde karşımıza çıkmakta, alıcı ve gönderici arasında çift yönlü bir bağ kurmaktadır. Gerek yazılı basın ve gerekse görsel medyanın pahalı yatırımlarını neredeyse ortadan kaldıran bu yeni medya düzeni, küçük maliyetlerle kitle iletişimi alanında yeni bir olgu olarak yerini almaktadır. Yeni medya teknolojilerinin bireylere sunduğu imkânlar gazetecilerin hızlı bir biçimde dünyanın her yerine haberini ulaştırma fırsatı sağlamaktadır (Tarakçı & Övür, 2020, s. 100). Son yıllarda internetin yaygınlaşması ile birlikte geleneksel gazetecilik tamamen yok olmasa da büyük ölçüde ivme kaybederek, yerini dijital çağın getirdiği gazetecilik uygulamalarına bırakmaktadır. Günümüzde gazete satışlarının, hatta televizyon haberlerinin bile seyredilme oranlarının düştüğü gözlenmektedir. Önceki yıllarda geleneksel kitle iletişim araçlarında yer bulan reklam ve ilanlar, artık dijital platformlarda ve internet gazetelerinde görülmektedir.

Açıklaması oldukça zor bir ortamı temsil eden yeni medya, ilk olarak 1970'lerde bilgi ve iletişime dayalı sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yürüten araştırmacılar tarafından ortaya atılan bir kavramdır. Ancak bu kavramın anlamı 90'lı yıllarda değişerek bilgisayar teknolojisi ve internet ile daha da önem kazanıp genişleyerek bugünkü haline gelmiştir. Sınırları tam olarak net olmayan yeni medyaya rastgele erişim sağlamak mümkündür. Bu da bize istenilen veriye her an ulaşma imkânı verir. Kullanıcılarına multimedya seçenekleri sunan yeni medya, metin, görüntü, film ve ses gibi özellikleri de bir arada sunmaktadır (Dilmen, 2007, s. 113).

İçinde bulunduğumuz dijital çağa gelene kadar geleneksel medyanın önemli bir unsuru olarak kitlelere enformasyon ulaştıran gazetecilik, yeni medya düzeni ile beraber değişim göstererek varlığını sürdürmektedir. Her dönemde önemli görevler ve sorumluluklar üstlenen gazeteciler siyasi, toplumsal, kültürel ve ekonomik yol haritasında belirleyici rol oynamaktadırlar. Hem dünyada hem de Türkiye'de gündem belirleme yeterliliğini kanıtlamış olan yazılı medya, yapısı gereği küresel güçlerin hep odağında olmaktadır. Eskiden geleneksel medyada etkin olan bu durum, günümüz yeni medyasında da etkinliğini göstermektedir. Çoğu zaman baskı ve engellemelere maruz kalınmış, özgürlük tartışmaları gündeme gelse de yeni medyanın bu baskılara karşı daha çok mücadele verdiği görülmektedir. Geçmişten günümüze siyasal iletişim üzerinde yoğun etkisi olduğu bilinen medya düzeninde teknolojinin gelişmesiyle beraber yeni medyanın etkileri daha yoğun görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının alıcı kitle üzerindeki doğrudan etkisine odaklanan bir model olan Şırınga Modeli, Hipodermik İğne olarak da anılmaktadır. Bu yaklaşımda, iletinin ulaştığı insanların büyük bir kısmında herhangi bir etki oluşmazken, belli bir arayış ve beklentisi olan insanlarda etki yaratmasından söz edilmektedir. Bu bağlamda Lasswell (1927) propaganda ile ilgili yaptığı çalışmada, I. Dünya Savaşı sürecinde gazetelerin kitleler üzerindeki etkisini araştırmış ve "kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler" formülünü geliştirmiştir (Güngör, 2020: 87). Şırınga modelini geliştiren Lasswell, kitleleri yönlendirilen ve yönlendirilmeye açık olan bir sürü olarak görmektedir. Kitlelerin izlediği veya okuduğu birçok bilgi fark etmeden deri altına alımladıkları bilgiler ve mesajlarla dolmaktadır. Bu modele göre bireyler, medyadan alınan mesajları direkt kabul eder ve bu mesajlardan büyük oranda etkilenir. Modele göre bireyler pasif varlıklardır. Hipodermik iğne modeline göre iletişim, göndericiden alıcıya tek yönlüdür ve izleyiciler medya mesajlarına direnme ve eleştirel olarak değerlendirme yeteneğine sahip görünmediğinden, izleyiciler medya etkilerine ve fikir değişikliklerine açık kabul edilir (Özçetin, 2019: 97-98).

Lasswell'in modeli için öncelikle Lasswell'in siyaset bilimi hakkındaki görüşlerini dikkate almak gerekir. Bu görüşler iletişim modelinin temelini oluşturur. Lasswell'e göre siyasette en önemli kavram güçtür. Kontrol etme gücüne sahip olan kişi veya kurumlar topluma etki sağlar. Bu şekilde onlara ne düşüneceklerini ve ne söyleyeceklerini öğretebilirler. Lasswell modelinin temel soruları şunlardır: "Kim, Neyi, Hangi Kanaldan, Kime, Hangi Etki İle Söylüyor?". Bu modele göre haberleşme lineerdir.

Bu çizgiye göre bir kişi veya kurum, bir iletişim aracı aracılığıyla dinleyiciye bir mesaj iletir. Bu mesaj iletildiğinde, dinleyici bir şekilde etkilenir. Bu yaklaşım, aktif ve güçlü iletişimciyi, pasif ve zayıf izleyiciyi anlamaya dayalı tek yönlü bir iletişim ilişkisini vurgular (Yaylagül, 2016: 43).

Yeni iletişim teknolojilerinden faydalanan medya organları ve medya çalışanlarının bazıları, yeni medya düzenine göre biçimlendirdikleri yayınlarla kitlelere ulaşmaktadır. Böylelikle elde ettikleri enformasyonu yeniden üreterek özgün bir biçimde sunmaktadırlar. YouTube gazetecilerinin ortaya çıktığı son zamanlarda, geleneksel gazetecilik karşısında büyük avantajlar getiren yeni medya platformları habercilere büyük olanaklar sağlamakta, izleyicilere ise erişim kolaylığı getirmektedir. Haberciye ve kitlesine interaktif bir ortam sunan internet haberciliği hem zaman sınırı, hem de mekan sorunu taşımamaktadır. Dünyanın herhangi bir yerinde dahi üretilen haber, bir anda evrensel bir boyuta ulaşarak değer kazandırmaktadır. Aynı zamanda geleneksel medyaya göre içeriklere anında müdahale edilebilmektedir. Her an aktif olarak görülebilecek izleyiciyi içerisinde barındıran yeni medya platformları, haberciliğin tarihine yeni bir sayfa açarak başka bir boyut kazandırmaktadır.

MEDYADA YOUTUBE ETKİSİ VE DÖNÜŞEN ENFORMASYON

Günümüzde medya, internet ortamını tanımlayan bir olgu halini almakta, izleyici ve medya ilişkisini tamamen değiştirerek başka bir boyuta taşımaktadır. Yeni medya sayesinde, geleneksel medya karşısında pasif konumda olan izleyicilerin bu alanda daha aktif ve etkili olduğu görülmektedir. Üretilen içerikler beraberinde yeni kitleler doğurmakta, medya ortamını yeniden şekillendirmektedir.

PayPal çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 14 Şubat 2005, San Mateo, Kaliforniya, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) kurulan YouTube, kullanıcılarına video yükleme, diğer kullanıcılara ise bu videoları izleme imkânı sunmaktadır. Günümüzde en etkili şekilde kullanılan YouTube sosyal ağı, yeni medyanın etkin olmasıyla beraber birçok haberciye de kendi haberlerini sunma imkânı yaratmaktadır. Nitel analiz yöntemi ile inceleme yapılabilen bu platform, üretilen içerik ve bu içeriğin biçimi hakkında istatistiksel verileri görebilme olanağı da sunmaktadır. Basın mensupları için siyasi ve ekonomik alanda yaşanan zorluklar, basın özgürlüğü haklarını etkilemektedir. Basın hürriyetinin engellendiğini düşünen birçok basın mensubunun YouTube kanalı kurmasıyla beraber, yeni medya imkanları bu platformda yaygın biçimde kullanılmaktadır. YouTube haberciliğinde tartışmaya açık olan iki konu vardır; özgünlük ve bağımsızlık. YouTube'de tekelleşme geleneksel medyanın aksine bir problem olarak görülmemektedir. Tekeliyet kurabilecek tek kuruluş YouTube'un kendisidir. Fakat bir kurumun veya sermaye grubunun burada yoğunlaşması pek olası görünmemektedir (Bulut, 2020, s. 743).

YÖNTEM VE BULGULAR

Geçmişte geleneksel kitle iletişim araçlarıyla sağlanan haberleşme imkânı, günümüz dijital dünyasında sosyal medya ağları sayesinde sağlanmaktadır. Daha özgür ve daha hızlı erişime sahip olan bu ağlar hem popüler hem de tercih edilir olmaktadır. Yeni medya ile beraber habercilik alanındaki yenilikler, haber üretim pratiklerini de beraberinde getirerek, büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu bağlamda YouTube haber platformlarının haber üretim sürecindeki değişimleri, haber kaynakları, haber sunumları ve içeriklerinin dönüşümü noktasında etkilerinin ne olduğu amaçlanmaktadır. Araştırma yöntemi ise, haber analizi yapılmasıdır. Sosyal medya platformlarından biri olan ve YouTube'da yayın yapan GerçekTivi kanalında yayınlanan "Gerçek Bakış" programından 10 program ele alınarak, bu 10 programın geleneksel medya ile farkları incelenecektir.

Araştırmanın evreni, YouTube dijital platformu olacaktır. Günümüz dijital medyalarından biri olan görüntülü basın kuruluşlarından GerçekTivi YouTube platformunda, habercilik faaliyetini sürdüren ve haber üretimi yapan kanalın haberleri ele alınarak, geleneksel medyadaki haber içeriklerinin dijital medyaya dönüşüm sürecindeki değişimi incelenecektir.

Araştırmanın örnekleminde araştırma yöntemine uygun olarak haber analizi yapılarak, geleneksel medyaya göre daha hızlı ve etkin olduğu gözlemlenen YouTube kanalındaki haberler incelenecektir.

Araştırmanın konusunda geleneksel medyanın yeni medyaya dönüşümündeki etkileri sebebiyle tüm dünyada ve Türkiye’de izleyicisi olan GerçekTivi YouTube kanalının, bulunduğu platformda YouTube gazeteciliğinin öncülerinden olmasıdır.

Tablo 1. Örneklemeye Dahil Edilen Programlar

Program Adı	Sunucu(lar)	Konuk	Konu	Yayın Tarihi	Süre	Görüntülenme Sayısı	Beğeni Sayısı
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı	Ruşen Takva	On Binlerce Afgan Sınırdadır	17.09.2021	1:07:28	4.504	284
Sesli Düşünceler	Ali Tarakcı	Selçuk Geçer	Büyük Kriz Kapıda	20.10.2021	1:35:50	31.340	1.300
Sesli Düşünceler	Ali Tarakcı	Emine Şenlikoğlu	Ateist ve Deistlere Ensesit Suçlaması	28.10.2021	1:17:54	10.400	505
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı Vidin Özyer	Selim Temurci	15 Temmuz Gecesi Ne Oldu?	12.07.2021	2:42:40	9.730	642
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı Vidin Özyer	Konuksuz	Melih Bulu Görevden Alındı?	15.07.2021	38:40	3.325	333
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı Vidin Özyer	Ümit Özdağ	İstanbul’da Provokasyon Olabilir	12.08.2021	1:54:20	15.896	960
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı Vidin Özyer	Murat Muratoğlu	21 Aralık’ta Neler Yaşandı?	28.12.2021	1:24:14	34.485	1.600
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı	Cem Uzan	İktidar Ekonomik Krizi Aşabilir mi?	15.02.2022	43:30	77.214	3.600
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı Vidin Özyer	Ahmet Davutoğlu	Davutoğlu Gündemle İlgili Soruları Yanıtlıyor	05.05.2022	2:53:27	4.475	97
Gerçek Bakış	Ali Tarakcı	Turhan Çömez	Mayıs Ayında Daha Çok Sığınmacı Gelecek	06.05.2022	56:29	10.412	786

* Sayılar 07.08.2022 tarihinde alınmıştır.



Resim 1. 17 Eylül 2021 tarihli ‘gerçek bakış’ programı

Kaynak: (YouTube, 2021a)

Program sunucusu Gazeteci Ali Tarakcı'nın konuğu Gazeteci Ruşen Takva, Twitter hesabından Afganistan, Pakistan ve Bangladeş uyruklu yüzlerce mültecinin askerlere yakalanmamak için kaçarken görüldüğü bir video paylaşarak gündem yaratmıştır. Video yüzlerce beğeni almış ve yüzlerce kez paylaşılmıştır. Sosyal medyada konuşulan bu video üzerine birçok kullanıcı yorum yapmış, video özellikle Twitter'da gündem olmuştur. Buna karşın ana akım medyada Takva'nın bu haberine ve paylaştığı videoya yer verilmemiştir.

Gerçek Bakış programında Türkiye'nin o tarihte konuştuğu en önemli konulardan biri olan mülteci meselesi, canlı yayında ele alınarak, fotoğraf ve video içeriklerinin olduğu yayınlara izleyiciye ulaşmıştır. Ana akım medyada paylaşımı sebebiyle yer bulamayan Takva, GerçekTivi YouTube kanalında Ali Tarakcı ile beraber meseleyi masaya yatırarak, güncel ve objektif yorumlarda bulunmuştur. Kuyucu'nun (2014: 49) da belirttiği üzere geleneksel medya organları, devlet tarafından yönetilir/denetlenir ve reklam veren kuruluşların da etkisinde kalır. Geleneksel medya için bağımsızlık yoktur. Sosyal medya kişilerarası iletişim kurmada daha başarılıdır. Her kullanıcı özgürdür ve kişiler düşüncelerini daha kolay iletebilir.



Resim 2. 20.10.2021 tarihli 'sesli düşünceler' programı

Kaynak: (YouTube, 2021b)

Selçuk Geçer, Twitter'da 440 binden fazla takipçisi olan bir ekonomisttir. Ekonomiye ilişkin analizlerini sıklıkla sosyal medya üzerinden paylaşmaktadır. Paylaşımları binlerce beğeni almakta ve gündem oluşturmaktadır. Buna karşın ana akım medya, kendisine gündeme ilişkin konular hakkında fikir sormamakta ve yer vermemektedir. Sosyal medyada mesaj ve içerik oluşturma gücü herkesin elindeyken geleneksel medyada bu güç sadece medya çalışanlarına aittir. Sosyal medya ortamlarında özgürce içerikler paylaşılabilir ve fikirler paylaşılabilir fakat geleneksel medyada bu pek mümkün değildir. Bu içeriklerin birçoğu olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilir (Uzunoglu vd, 2009: 131).

Programda Türkiye'de son yıllarda yaşanan ekonomik kriz, hayat pahalılığı, gençlerin ülkeye yönelik umutsuzluğuna ilişkin açıklamalarda bulunan Geçer, ülke ekonomisinin geleceğine ilişkin de bazı öngörülerde bulunmuştur. Geleneksel yayın organlarında kendisine yer verilmeyen Geçer, büyük bir ekonomik krizin Türkiye'yi beklediğine yönelik konuşarak, izleyiciden gelen sorulara ve görüşlere de yanıtlar vermiştir.



Resim 3. 28.10.2021 tarihli 'sesli düşünceler' programı

Kaynak: (YouTube, 2021c)

Araştırmacı ve yazar Emine Şenlikoğlu, İslami içerikli kitapları ile tanınmaktadır. Şenliklioğlu, 9 Ekim 2021'de katıldığı "Karıncı Sarayı" adlı YouTube kanalında "Deizmde bir adam kızıyla evlensin hiçbir sakınca yoktur" şeklinde bir açıklama yapmış ve sosyal medyada gündem olmuştur. Birçok haber sitesi ve gazeteci tarafından paylaşılan bu ifadeler fazlaca konuşulmuş ve büyük tepki toplamıştır.

Şenlikoğlu'na tepkiler artarken, Ali Tarakcı kendisini "Gerçek Bakış" programına davet etmiş ve yaptığı açıklamanın detayları konuşulmuştur. Burada dikkat çeken nokta ise yeni medya araçlarının pratik ve hızlı oluşudur. Bu sayede konu gündemden düşmeden konuşma ulaşılmış ve konunun detayları programda ele alınmıştır. Pavlik (2013: 37)'e göre, insanlar önemli bir haberle ilgili gelişmeleri anında öğrenmek isterler. Örneğin, önceden herhangi bir siyasi, ekonomik vb. durum karşısında ertesi gün basılacak gazeteyi veya akşam haberlerini beklemek zorunda olan insanlar, artık sosyal ağlar üzerinden profesyonel gazetecilerin söz konusu haberle ilgili yorumlarına anında ulaşabilmektedir. Buna ek olarak, ana akım medyada görev alan gazetecilerin sosyal medya platformlarını, özellikle de YouTube'u kendi gazetecilik pratikleri içerisinde, haberi hızlı verebilmek ve heterojen bir topluluğa seslenmek amacıyla kullandıkları da söylenebilir. Bu durumun, sosyal medyada haber almanın en güvenilir yollarından biri olduğu yorumu da yapılabilir. Böylece bireyler, vakitlerinin çoğunu geçirdikleri sosyal ağlarda, hızlı ve güvenilir enformasyonu güvendikleri, bildikleri bir kaynaktan almaktadır. Elbette bu durum gazetecilerin yanında ana akım medyanın da kendi yayın politikaları çizgisinde sürece dahil olmasını zorunlu hale getirmiştir. 'Güvenilir' habere 'anında' ulaşmak isteyen okurun ise, bu zorunluluğun en önemli sebeplerinden biri olduğu söylenebilir.



Resim 4. 12.07.2021 tarihli ‘gerçek bakış’ programı

Kaynak: (YouTube, 2021d)

Suç örgütü lideri Sedat Peker, sosyal medya üzerinden paylaştığı videolarla uzun süre gündemde yer almıştır. Peker, videolarından birinde 15 Temmuz ve daha sonraki günlerde İçişleri Bakanı Süleyman Soylu’nun devlet envanterine kayıtlı olmayan silahları sivillere ve AK Parti Gençlik Kolları’na teslim ettiğini iddia etmiştir. Bu olayın yaşandığı dönemde AK Parti İstanbul İl Başkanı, şu an Gelecek Partisi Genel Başkan Yardımcısı Selim Temurci’dir.

Program sunucuları Gazeteci Ali Tarakcı ve Gazeteci Vidin Özyer, Temurci’yi programlarında konuk etmişlerdir. Temurci canlı yayın sırasında, “Savcılarımıza sesleniyorum. Suça yönelik bir bulgu varsa savcılar araştırmak zorunda. Lütfen Türkiye Cumhuriyeti’nin savcılarının en azından şehitlerimize ve gazilerime hürmeten şu kalaşnikof meselesi ile ilgili araştırmanızı yapın, bana bir şey soracaksanız buradayım. Çünkü kandırıldığımı hissediyorum.” şeklinde bir açıklama yapmış ve bu açıklama da gündemde yerini almıştır. Ana akım medyada ise Peker’in videolarına yer verilmemiş, iddiaları gündeme getirilmemiştir. Sedat Peker videoları ve Temurci’nin açıklaması da yeni medya araçlarının geleneksel medyaya göre daha özgür olduğunun göstergelerinden biridir. Halbuki basılı gazetelerin belirli nüshalarının merkezi otoriteye gönderilmesi gerekmektedir. Bu durumda basılı habercilikte sansürsüz bir yayın mümkün değildir. Gazeteciler için özgür gazetecilik ve onların kişilik hakları için örgütlü mücadele dışarıda bırakılmaktadır. Ancak online gazetecilikte internet üzerinden yapılan yayınları teknik olarak sansürlemek çok zor olduğu için mesajlar diğer medyalara göre daha kolay iletilebilmektedir (Taşdemir, 2015: 52).



Resim 5. 15.07.2021 tarihli ‘gerçek bakış’ programı

Kaynak: (YouTube, 2021e)

Türkiye uzun süre Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın gece yarısı kararnamesi ile Boğaziçi Üniversitesi rektörlüğüne Prof. Dr. Melih Bulu'yu atmasını konuşmuştur. Bulu'nun atanmasına ilişkin akademisyenler ve Boğaziçi Üniversitesi öğrencilerine ek olarak tüm ülkede büyük tepki gösterilmiş; Bulu "Kayyum Rektör" adıyla anılmaya başlanmıştır. Bu tepkiler devam ederken Tarakcı, 2021'in mart ayında kendi gazetesi olan Gerçek Gazete'de Boğaziçi Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Melih Bulu'nun istifa ettiği haberini yayınlamıştır. Melih Bulu ise bu paylaşımı alıntılıyarak, "Peki bundan şeyin haberi var mı? Mesela benim :)" paylaşımı yapmış ve haberi ti'ye almıştır.

Olayın sosyal medya platformlarında gündem olmasıyla beraber canlı yayın açan birçok gazeteci, konuyu izleyicileriyle beraber değerlendirmiştir. Çok sayıda izleyiciden ve Boğaziçili öğrenciden destek gören GerçekTivi yayını, dijital platformlarda sıklıkla paylaşılmış, günlerce konuşulmuştur. Bu gelişmeler kanala çok sayıda abone desteği de sağlamıştır. Melih Bulu ise gelen tepkiler üzerine göreve atandıktan 195 gün sonra yine bir gece yarısı 2 Ocak 2021 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile görevden alınmıştır. 15 Temmuz 2021 tarihli GerçekTivi yayınında konuk alınmamış, program sunucuları Gazeteci Ali Tarakcı ve Gazeteci Vidin Özyer, Melih Bulu'nun göreve getiriliş ve görevden alınış sürecine ilişkin değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

Yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri de olay içeriğinin dinamik bir boyut kazanmasıdır. Haber içerikleri, yeni medya ortamında daha akıcı ve dinamiktir. Bu durum, meydana gelen olay ya da durumların gerçek yaşamda daha iyi temsil edilmesini ve toplum tarafından daha iyi kavranabilmesini sağlamaktadır. İnsanlar haberleri zaman diliminde anında almak istemektedir. Bundan dolayı, son dakika ya da flaş gelişmelere dair bilgileri akşam haberlerinde ya da ertesi günün gazetesinde beklemek istememektedir. Olaylara dair gelişmeleri anında bilmek isteyen bireyler, bilginin olabildiğince hızlı bir şekilde basına yansımaları ve kendilerine ulaşmasını beklemektedirler. Yeni medya, toplumun bu isteğini karşılayabilmektedir. Bu nedenle, sürekli güncellenen, en son gelişmeleri içeren bir yapıda çalışmak durumundadır (Pavlik, 2013: 37).



Resim 6. 12.08.2021 tarihli 'gerçek bakış' programı

Kaynak: (YouTube, 2021f)

Mültecilere ilişkin paylaşımları ile sık sık sosyal medyada gündem olan Ümit Özdağ 26 Ağustos 2021 tarihinde Zafer Partisi'ni kurmuş ve partinin genel başkanı olmuştur. Özdağ, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde düzenlediği basın toplantısında, "İstanbul'da önümüzdeki günlerde büyük bir provokasyon hazırlığı yapıldığına dair nokta istihbarat bilgi aldım. İçişleri Bakanı'na iletmek istedim ama hala aranmadım. İstanbul'da bu provokasyonlar gerçekleşirse sorumlusu bilgi almayı reddeden İçişleri Bakanı olur" açıklamalarında bulunmuştur.

Özdağ, bu ve mültecilere ilişkin önceki açıklamaları ile dikkatleri üzerine çekmiştir. GerçekTivi yayınına davet edilen Özdağ'a provokasyon meselenin detayları sorularak izleyici görüşleri paylaşılmıştır. Sık sık ana akım medyada yer almadığını dile getirerek eleştirilerde bulunan Özdağ, program aracılığıyla hem mülteci meselesine hem de provokasyon iddialarına ilişkin görüşlerini detaylı şekilde iletme fırsatı bulmuştur. Düşük maliyetli yapısı, yatırım ya da büyük kadrolar gerektirmeyen internet, toplumun tüm kesimlerine kendilerini ifade edebilme şansı sunmaktadır. Merkez medyada kendine yer bulamayan kişi ya da gruplar, kendilerine ait bir web sitesi aracılığıyla, her türlü bilgiyi paylaşma ve yayma imkanına sahiptir. İnternetin bu özelliği, isteyen her bireyin sesini duyurmasına olanak sağladığı kadar, ana akım medyanın haberleriyle tatmin olmayan okuyuculara alternatif adresler sunmaktadır. İktidar odakları ve sermaye grupları ile daha mesafeli ve bir noktaya kadar bağımsız haberciliği de mümkün kılan internet, bu sayede alternatif medya kuruluşlarına da ortam sağlamaktadır.



Resim 7. 28.12.2021 tarihli 'gerçek bakış' programı

Kaynak: (YouTube, 2021g)

Türkiye'de 21 Aralık 2021 tarihinde dolarda yaşanan sert düşüşle beraber, Türk halkı borsada büyük meblağlarda para kaybetmiş ve psikolojik olarak kötü bir süreçten geçmiştir. 18 lira seviyelerinden işlem gören doların, neredeyse 10 liraya kadar düşmesi günlerce hatta aylarca konuşulmuştur. Bu gelişmeler sonucunda Program sunucuları Gazeteci Ali Tarakcı ve Gazeteci Vidin Özyer, Ekonomist Murat Muratoğlu'nu programlarına konuk etmiştir. Muratoğlu, yaşananlara ilişkin çarpıcı açıklamalarda bulunmuştur. Ekonominin enine boyuna ele alındığı programda izleyicilerden gelen soru ve görüşlere de yer verilmiştir. İnternet gazeteciliğiyle birlikte, gazeteci, haber ve okuyucu arasındaki etkileşim artmıştır. Her kesimin fikir ve görüşlerini rahatlıkla ifade edebileceği yeni bir platform oluşturmuştur. Okuyucular, üretilen haberlere veya köşe yazılarına yorum yaparak üretime katılabilirler. İnternette gazetecilik sayesinde okuyucunun işlevselliği de artmıştır. Hatta okuyucu, habere dahil olmanın yanı sıra, kendi içeriğini oluşturmak için kendi web sitesini veya blogunu oluşturabilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinde etkileşim, alıcının gönderici olması ve kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünün artırılmasıdır (Geray, 2003, s. 17-20).



Resim 8. 15. 02.2022 tarihli 'gerçek bakış' programı

Kaynak: (YouTube, 2021h)

Gazeteci Ali Tarakcı'nın Resim 8'de de görüldüğü üzere, 15 Şubat 2022 tarihli programdaki konuğu 2002 seçimlerinde aldığı oy oranı ve yaptığı çıkış ile Türk siyaset tarihine Genç Parti ile giren ama uzun yıllardır yurt dışında yaşayan Cem Uzan'dır. Yurt dışından uzaktan bağlantı sayesinde yayına bağlanan Uzan, Türkiye'nin gündemini ve kendi yaşadıklarını değerlendirmiştir. Siyaset ve ekonomiye ilişkin çarpıcı açıklamalarda bulunan Uzan, geleneksel medyada yer bulamayışından yakınmış, ancak yeni medyanın yarattığı koşullardan memnuniyetini de dile getirmiştir. Teknolojinin sağladığı avantajların sonuna kadar kullanıldığı YouTube platformu, bu yönüyle siyasetçi ve ünlü kişilerden de talep görmektedir.



Resim 9. 05.05.2022 tarihli 'gerçek bakış' programı

Kaynak: (YouTube, 2021i)

Pek çok muhalefet partisi gibi Gelecek Partisi ve lideri Ahmet Davutoğlu da ana akım medyada yer bulamamaktan şikayetçidir. Ana akım medyada yer bulamama konusu, Türkiye gündemini uzun süredir işgal etmektedir. Yeni medya ise bu eleştiriler için alternatif bir çözümdür. Program sunucuları Gazeteci Ali Tarakcı ve Gazeteci Vidin Özyer, 5 Mayıs 2022 tarihinde de Gelecek Partisi lideri Ahmet Davutoğlu'nu konuk etmişlerdir. Erken seçim tartışmalarının olduğu günlerde yayına katılan Davutoğlu, gazetecilerin sorularını yanıtlayarak gündemi değerlendirmiştir. Yaklaşık 10 gazetecinin görüntülü

video ile gönderdiği sorulara yanıt veren Davutoğlu, Türkiye gündemiyle ilgili açıklamalarda bulunmuştur.



Resim 10. 06. 05.2022 tarihli ‘gerçek bakış’ programı

Kaynak: (Youtube, 2021j)

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın eski doktoru ve 22. Dönem Balıkesir Milletvekili Op. Dr. Turhan Çömez, son dönemlerde Twitter hesabından dikkat çeken paylaşımlarda bulunmaya başlamıştır. Bu açıklamaların gündeme oturması üzerine Program sunucusu Gazeteci Ali Tarakcı, 6 Haziran 2022 tarihinde Çömez'i programa konuk olarak almıştır. Bulunduğu ülke olan Londra'dan canlı bağlantı ile programa katılan Çömez gündeme dair açıklamalar yapmıştır. Çömez, sosyal medya paylaşımlarına ve çok sayıda etkileşim almasına yönelik soru ve görüşlere yanıt vermiştir.

SONUÇ

Yeni medyanın hızlı şekilde gelişmesi ve hayatın vazgeçilmezlerinden biri haline gelmesi özellikle son 20 yıllık sürede gerçekleşmiştir. İnternetin sürekli gelişimi ve her geçen gün daha geniş alanlara yayılması, yeni medya araçlarının ve ortamlarının popülaritesini artırmış ve insanların hayatında önemli bir yer işgal etmelerine neden olmuştur. Kullanıcıları zaman ve mekân açısından sınırlamayan yeni medya ortamları, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmalarını, oluşturulan içerikleri diğer kullanıcılarla paylaşmalarını ve çeşitli konularda görüşlerini ifade etmelerini kolaylaştırmıştır. Geleneksel medyayı tamamlayan yeni medya, bireylerin daha aktif olmasını sağlamıştır. Öte yandan, içerik üreticileri için yeni medya, izleyicilerle etkileşim biçimlerini dönüştürmede temel bir rol oynamış ve geleneksel yayın biçimlerine başka olanaklar katmıştır. Bu bağlamda, özellikle yayıncılar için içeriğin izleyicilere sunulma şekli çeşitlenirken, yayıncıların bu farklı formatlara adaptasyonu rekabet ilişkileri açısından giderek daha önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla yeni medyanın yaygınlaşması sadece bireylerin hayatlarını değil, kurumların işleyişini ve yapılanmasını da değiştirmiştir.

Yeni medya ve yeni gazetecilik üzerine yapılan çalışmalar genellikle geleneksel ve yeni medyanın karşılaştırılmasını değerlendirmektedir (Pavlik, 2001; Bardoel ve Deuze, 2001; Çevikel, 2004; Bulunmaz, 2011; Öztermiyeci, 2017). Bu farklılıklar haber değerlerinden gazeteci-okuyucu ilişkilerine, gazetecinin rol ve sorumluluklarından haber odalarındaki değişikliklere kadar geniş bir yelpazede tartışılmaktadır. Yeni medya ve gazetecilik denilince en çok tartışılan konulardan biri de haber etiğidir. Yeni medya ortamında gazeteciliğin neden olduğu etik sorunlarla bağlantılı olarak, hız, haber-reklam ayırımının bulanıklaştırılması, görüntüyle oynanması, manipülasyon, dezenformasyon, kaynakların

izinsiz kullanımı, kopyala-yapıştır habercilik, tıklamaya dayalı habercilik, tekrar eden haber metinleri gibi konular üzerinde de durulmaktadır (Çaplı, 2002; Umur ve Koz 2014; Duman, 2018; İşliyen, 2021).

Dijital ağlardan olan YouTube, gazeteciler tarafından seslerini rahatça duyurabildikleri, sansür ve patron baskısı olmadan mesleklerini icra edebildikleri bir alan olarak belirlenmiştir. Herhangi bir sermayedara bağlı kalınmadan, istedikleri içerikleri üretebildikleri, zaman ve mekân sıkıntısı yaşamadan mobil biçimde günün istedikleri saatinde kitlelerine seslenebilecekleri bir alan olarak saptanmıştır. Ayrıca gazetecilerin isimlerinin birer kişisel marka olma yolunda da önlerinin açılmasına olanak sağladığı görülmüştür. GerçekTivi YouTube kanalından incelediğimiz 10 program erişim kolaylığı sayesinde anında sıcak gündemle izleyicisiyle buluşarak hem kanalın adının duyulmasına hem de haberin kısa sürede gündem olmasına fırsat oluşturmuştur. Yeni medya kullanıcısı gazetecilerin, yeni teknolojilere ayak uydurmaları, kendilerini revize etmeleri daha çok izleyici ve abone getirerek kanalın başarısına ve maliyesine olumlu yönde etki etmiştir. YouTube'daki habercilik faaliyetleri standart bir süre ve programa bağlı kalınarak yapılan televizyon haberciliğinin oldukça dışındadır. Araştırmaya konu olan videolar incelendiğinde standart bir video süresinin olmadığı görülmüştür. Kanal içerikleri ise yoğun olarak gündem ve yorumdan oluşmaktadır. Yayınlarda sıklıkla konuk aldıkları görülmektedir. Ayrıca en az izlenme sayısına sahip olan yayının konuksuz olduğu görülmüştür. Yayınların hepsi canlı yayındır. Araştırma sonucunda görüntülenme sayısı ve beğeni sayısının doğru orantılı arttığı tespit edilmiştir.

Yapılan araştırma sonucunda yeni medya yayıncılığının içerik, yayın süresi, yayın sıklığı ve saati, yayıncılık türü gibi açılardan daha bağımsız olduğu, canlı yayın ve kullanıcıyla etkileşim imkânı sunması nedeniyle birçok avantaja sahip olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak alternatif medya yayıncılığının geleneksel medyaya göre daha özgür ve çoğulcu bir yapıda faaliyet gösterdiği söylenebilir.

KAYNAKÇA

Aslan, Ö. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Instagram Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(13), 41-65.

Baloğlu, E., & Demir, Y. (2019). Sosyal Medyada Serbest Gazetecilik: YouTube Örneği. I. Uluslararası UMYA İnovatif Araştırmalar Kongresi, (s. 344-352). Konya.

Bardoel, J., ve Deuze, M. (2001). Network journalism': converging competencies of old and new media professionals. *Australian Journalism Review*, 23(2), 91-103.

Berkan, B. (2014). Teknoloji Söylemi ve Yeni Medyanın Ekonomi Politikası. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 44-54.

Bulunmaz, B. (2011). İnternet gazeteciliğinin medya dünyası içindeki rolü ve ekonomik boyutları. *Marmara İletişim Dergisi*, (18), 27-46.

Bulut, S. (2020). Egemen Söylemin Kıyısındakiler: Alternatif Bir Platform Olarak YouTube'da Gazetecilik ve Gazeteciler Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*. 7(2). 727-748.

Chayko, M. (2018). Süperbağlantılı "İnternet, Dijital Medya&Tekno-Sosyal Hayat". (B. Bayındır, Çev.) İstanbul: Der Yayınları.

Çakmakçı, O. (2018). Radikal Kitaplar. İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları.

Çaplı, Bülent (2002). Medya ve Etik. İmge Kitabevi

Çevikel, T. (2004). Türkçe haber siteleri ve Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişimini sınırlayan faktörler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (1). 147-163

Darıcı, S. (2014). Medya Terimler Sözlüğü. Ankara: Nobel Akademik.

Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramları Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122.

- Duman, K. (2018). Arama motorları ve internet haberciliğine etkileri: Türk internet haber medyası örneği. *Selçuk İletişim*, 11(1), 257-287.
- Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Gezgin, S., & İralı, E. (2017). Yeni Medya Analizleri. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Girgin, A. (2000). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i. Ankara: İnkılap Kitabevi.
- Güngör, N. (2020). İletişim: Kuramlar – Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürbüz, G. (2010). Geleneksel ve Yeni Medyada Haber Üretim Tarzı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güz, N. (2018). Media with Its News, Approaches and Fractions in the New Media Age. *Internationaler Verlag der Wissenschaften*, 13-32.
- Güz, N., & Yanık, H. (2017). Bilgi Açığı Hipotezi ve Yeni Medya. *Yeni Medya*, 1(2), 1-14.
- İşliyen, F. Ş. (2021). Hakikat sonrası çağda parodi haberlerin yükselişi ve etik sorunlar. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İnif E-Dergi)*, 6(1), 222- 238.
- Kuyucu, M. (2015). Y Kuşağının Radyo Dinleme Doyumları Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 3-21, 186-202.
- Kuyucu, M. (2016). Kullanımlar ve Doyumlar Perspektifinden Radyo Dinleme Alışkanlıkları ve Doyumları. 3. Uluslararası Eğitim Konferansı, (s. 296-325).
- Küçükkurt, M., Hazar, Ç. M., Çetin, M., & Topbaş, H. (2009). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakış. *Selçuk İletişim*, 6(1), 37-50.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- Okay, A. S. (2021). Gelenekselden Dijitale İçeriğin Üretimi Ve Dönüşümü: Dijital Habercilik Bağlamında Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özçetin, B. (2019). *Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Öztermiyeci, M. (2017). İnternet gazeteciliği geleneksel gazeteciliğe karşı. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 116(228), 171-190.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. Columbia: Columbia University Press.
- Pavlik, V. J. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*, Çev: Müge Demir ve Berrin Kalsın, Phoenix Yayınları, Ankara.
- Polat, H. (2018). Geleneksel Medyada Temsil Sorunu: Alternatif Bir Mecra Olarak Yeni Medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 38(38), 45-60.
- Saruhan, O. (2018). *Sosyal Medya Canavarı Olmak İster misin?* İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Tarakçı, A. & Övür, A. (2020). Yerel Medyanın Ulusal Medyaya Yansımasında Yeni Medyanın Rolü: Gazete Damga Örneği. *İletişim Çalışmaları Dergisi*. 6(1), 93-132.
- Taşdemir, E. (2015). Yeni medya anlayışıyla habere ulaşmada değişen alışkanlıklar. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tocci, R. J., Widmer, N. S., & Moss, G. L. (2007). *Digital Systems: Principles and Applications*. New Jersey: Pearson Education Ltd.
- Umur, I., ve Koz, K. A. (2014). Çöp yığınlarında haber aramak: internet gazeteciliği üzerine bir çalışma. *Humanities Sciences*, 9(2), 27-43

- Uzunoglu, E., Onat, F., Ali Kılıç, Ö., Yeygel, S. (2009) İnternet Çağında Kurumsal İletişim, İstanbul: Say Yayınları.
- Yaylagül, L. (2016). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.
- YouTube. (2021a, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Sınırdan On Binlerce Afgan Bekliyor - Ali Tarakcı - Ruşen Takva: <https://www.YouTube.com/watch?v=QK912Ud7vsg> adresinden alındı
- YouTube. (2021b, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Büyük Kriz Kapıda! - Ali Tarakcı - Selçuk Geçer - Gerçek Bakış: <https://www.YouTube.com/watch?v=KCK3SdSogiw> adresinden alındı
- YouTube. (2021c, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Şenlikoğlu Ateist ve Deistlere Ensest Suçlaması - Ali Tarakcı - Emine Şenlikoğlu: https://www.YouTube.com/watch?v=iHnZCR_gWB8 adresinden alındı
- YouTube. (2021d, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde <https://www.YouTube.com/watch?v=yZp6shPqj8s>: <https://www.YouTube.com/watch?v=yZp6shPqj8s> adresinden alındı
- YouTube. (2021e, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Boğaziçi Rektörü Melih Bulu Dayanamadı ve Görevden Alındı: <https://www.YouTube.com/watch?v=Wrsp6MaAoJ8> adresinden alındı
- YouTube. (2021f, 6 Ağustos). GerçekTivi. İstanbul'da provokasyon olabilir: <https://www.YouTube.com/watch?v=Fa4ofh9tgxw> adresinden alındı
- YouTube. (2021g, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2021 tarihinde Erdoğan'ın YEM'i (Yeni Ekonomik Modeli) Başarılı Olur Mu? - Ali Tarakcı-Vidin Özyer-Murat Muratoğlu: <https://www.YouTube.com/watch?v=pcJEiTnvO2I> adresinden alındı
- YouTube. (2021h, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Cem Uzan : Elektrik Şirketlerine Vatandaşın Cebinden Yılda 5.5 Milyar Dolar Aktarıyor...: <https://www.YouTube.com/watch?v=BeJLcSTN3Sc> adresinden alındı
- YouTube. (2021i, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Ali Tarakcı ve Vidin Özyer Sordu, Ahmet Davutoğlu Yanıtladı. Suriye Konusunda Anlatılanlar Doğru Mu?: <https://www.YouTube.com/watch?v=qL5qt-qv8jo> adresinden alındı
- YouTube. (2021j, 6 Ağustos). GerçekTivi. 06 12, 2022 tarihinde Tepki Çok Büyükken Mültecileri Göndermeyeceklerini Ve Kapılarının Açık Olduğunu Neden Söyledi?: <https://www.YouTube.com/watch?v=z0Cj2Sjs0zM> adresinden alındı.
- Zinderen, A. (2021). YouTube Ortamındaki Haberciliği Haritalandırmak: Gazetecilerin YouTube Haber Kanalları Üzerine Tanımlayıcı Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (3), 932-950.

AMERİKA'DA İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİNİN ELEŞTİRİSİ: SMYTHE VE SCHILLER'İN PERSPEKTİFLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE CNN INTERNATIONAL ÖRNEĞİ

İbrahim Emre GÜNAY
Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye
ibrahimemregunay@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0657-8164>

<i>Atf</i>	Günay, İ. E. (2022). Amerika'da İletişimin Ekonomi Politikasının Eleştirisi: Smythe ve Schiller'in Perspektiflerinin Değerlendirilmesi ve Cnn International Örneği. Journal of Communication Science Researches, 2 (3), 202-219.
------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Bu çalışmada ABD'de iletişiminki ekonomi politikası alanında çalışmalar yapan Dallas Smythe ve Herbert Schiller'in iletişim bilimleri alanına nasıl bir katkıda buldukları nitel bir yaklaşımla ve doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Her iki düşünüründe İletişimin ekonomi politikasını kuran ve geliştiren kişiler olarak kabul edilmeleri bu çalışmaya konu olmalarını sağlamıştır. Smythe'nin kitle iletişim araçlarını kapitalist sistemin doğrudan üreticisi olarak görmesi ve Schiller'in Amerikan'ın iletişim ve kültür alanındaki hegemonyasını Amerika'nın askeri-sanayi kompleksinin egemenliğini olarak görmesi çalışmamızın ana gövdesini oluşturmuştur. Çalışmamızda öncelikle iletişimin eleştirel ekonomi politikası ana hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Sonrasında Smythe'nin izleyici emtiası ve bilinç endüstrisi kavramları ve Schiller'in Amerikan'ın dünyanın geri kalanına uyguladığı kültür emperyalizmi iletişimin ekonomi politikası temelinde açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda hem Smythe'nin hem de Schiller'in ortaya koydukları kavramların doğrultusunda CNN international haber kanalının izler kitleleri ve yaptığı haber program ve yayınları örnek olarak alınarak bütünsel anlamda Amerikan tekelleri kapitalist sisteminin tamamlayıcı bir parçası olduğu gösterilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Smythe, Schiller, Kitle İletişim, Enformasyon, Amerika.

A CRITICISM OF THE POLITICAL ECONOMIC OF COMMUNICATION IN AMERICA: AN EVALUATION OF SMYTHE AND SCHILLER'S PERSPECTIVES AND THE EXAMPLE OF CNN INTERNATIONAL

ABSTRACT

In this study, the contribution of Dallas Smythe and Herbert Schiller, who work in the field of political economy of communication in the USA, to the field of communication sciences was examined with a qualitative approach and document analysis method. The fact that both thinkers were accepted as the people who established and developed the political economy of communication enabled them to be the subject of this study. The main body of our study is that Smythe sees the mass media as the direct producer of the capitalist system and Schiller sees the hegemony of the America in the field of communication and culture as the dominance of the military-industrial complex of the USA. In our study, first, the critical political economy of communication has been tried to be explained with the main lines. Afterwards, Smythe's concepts of audience commodity and consciousness industry and Schiller's cultural imperialism applied by the America to the rest of the world were tried to be explained on the basis of the political economy of communication. In this context, in line with the concepts put forward by both Smythe and Schiller, the audience of the CNN international news channel and its news programs

and broadcasts are taken as an example, and it has been tried to show that it is a complementary part of the American monopoly capitalist system in a holistic sense.

Keywords: *Smythe, Schiller, Mass media, Information, America.*

GİRİŞ

İletişim çalışmalarına ana akım (egemen) yaklaşım ve eleştirel yaklaşım olarak iki farklı perspektiften bakabiliriz. Ana akım yaklaşımlar şirketlerin ve hükümetlerin strateji ve propaganda amaçlı gerekli bilgilere ulaşması için kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkisi konusunda ampirik ve davranış bilimleri geleneği içinde araştırmaları kapsar ve yönetim araştırması olarak kabul edilirler. Amerikan çoğulcu liberal yaklaşımın bir parçasıdır. Ana akım yaklaşımların sorunlu tarafı iletişim olgusunun gerçekleştiği ekonomik, toplumsal, politik ve kültürel süreçleri analizin dışında bırakmasıdır. Eleştirel yaklaşım ise Marksizm'den doğmuştur diyebiliriz. Eleştirel yaklaşımlar kitle iletişim araçlarını ekonomik, toplumsal, politik ve kültürel süreçlerin içinde başka bir deyişle bağlamından kopartmadan, iktidar ve mülkiyet temelinde kapitalist sistemin üretilmesi ve yeniden üretilmesinde kitle iletişim araçlarının işlevini analiz ederler. Bu bağlamda iletişimin ekonomi politikliğini eleştirel yaklaşımların içinde değerlendirebiliriz. Ekonomi politik dar anlamda sosyal ilişkilerin, iletişim kaynakları da dahil olmak üzere üretim, dağıtım ve tüketimin oluşturduğu güç ilişkilerinin incelenmesidir. Geniş anlamda ise ekonomi politik sosyal hayatta kontrol ve hayatta kalmayı incelemektedir (Mosco, 2009, s.2). Herbert Schiller ve Dallas Walker Smythe iletişim ekonomi politikliğinin en başta gelen iki önemli temsilcisidir.

İletişimin ekonomi politikliği, 1960'lı yıllarda Dallas Smythe'in öncülüğünde doğmuş ve gelişmiştir. Başka bir deyişle bu alanın kurulmasında ve kurumsallaşmasında, özellikle iletişim alanında iktidar ve mülkiyet kavramlarını ve bu kavramların diğer alanlarla olan etkileşiminin incelenmesinde öncü düşünür olmuştur. Smythe kitle iletişim araçlarını kapitalist sistemde ideolojik ve kültürel bir aygıt olarak ele almak yerine kapitalist sistemi doğrudan üreten bir araç olarak ele almıştır. Kitle iletişim aracı olarak örneğin televizyon tıpkı diğer fabrikaların yaptığı üretimi yapmaktadır. Smythe'e göre televizyon izler kitle üretmektedir ve bir emtia olarak reklam veren şirketlere karlı bir şekilde satmaktadır. Maliyeti ise ekrandan aktarılan eğlenceyle harmanlanmış programın içeriğidir. Ayrıca izler kitleye reklamlarla eğitim verilir. Bu eğitim insanların çalışmalarından arta kalan zamanlarında ya da boş zaman dediğimiz zaman diliminde gerçekleşirken aslında Smythe boş zaman diye bir şey olmadığını sadece çalışmaya ara verildiğini düşünür. Bu zaman diliminde kapitalist sistemde tüketici olmanın gerekliliklerini yerine getirmek için eğitim verilmektedir. Böylece insanlar yeniden tüketici olarak üretilerek hem enformasyon hem de tüketim maddelerini içine alan bilinç endüstrisinin bir parçası haline dönüştürülürler. Bu yüzden iletişim ve ekonomi ya da kapitalist sistem bütünsel olarak ele alınmalıdır. Bilinç endüstrisi insanların rızasının alınarak sistem için birer gönüllü çalışana dönüştürülmesinde ve böylece sürekli olarak yeniden üretilen bir tüketici olarak sistemi üretmesinde en önemli unsurdur.

Herbert Schiller, iktidar ve mülkiyet ilişkileri anlayışını iletişim araştırmalarına kazandırarak iletişimin eleştirel ekonomi politikliği yaklaşımının temellerini atan diğer bir düşünürdür (Li, 2003). 2.Dünya Savaşından sonra enformasyon hizmetinde ki iş gücünün mal hizmetindeki işgücündeki artıştan daha fazla olması enformasyon üretimi ve dağıtımın önemini göstermektedir. Schiller çalışmalarını enformasyon akışı ya da üretimi ve dağıtımını üzerine odaklamıştır. Kapitalist sistemin enformasyon ile kendini nasıl ürettiğini ve teknolojinin rolünü açıklamaya çalışmıştır. Schiller'e göre Frankfurt Okulu'nun Kültür Endüstrisi olarak adlandırdığı eğlence sektörü büyük holdinglerin çıkarları doğrultusunda insanların zihinlerini yönlendirirken, onları birer tüketiciye çevirmektedir. Bu düşüncesine örnek olarak National Geographic dergisini ve Walt Disney'i verir. Bunlar orta sınıf Amerikalıya hitap ederler ve herhangi bir çatışma ya da kötülüğü görünmez kılarlar. Bu dünya herkes mutlu bir yaşam sürdürmektedir. Böylece bireyin çatışmanın tarafı olması engellenir ve pasifize edilir. Schiller'in en önemli kavramlarından biri olan kültür emperyalizmi az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin egemen kültüre kendilerini entegre etmesidir. Kültürel ürünlerin tek yönlü akışının sağlanması için gerekli olan model serbest ticaret, ifade özgürlüğü, yatırım özgürlüğü gibi özgürlükleri içeren bir modeldir ve bu model kullanılarak başta Amerika olmak üzere ekonomik ve teknolojik olarak güçlü

olan ülkeler diğer ülkeler üzerinde hegemonya oluştururlar. Kültür ve ekonomik alanlar iç içe geçmiştir. Teknoloji politik, kültürel, toplumsal ve ekonomik bağlamda yansız değildir. Amerika kendi etki alanını genişletmek ve hegemonya kurmak için uluslararası iletişim sistemlerinin kurulup geliştirilmesi amaçlar. Amerika’da askeri ve siyasal güç ile uluslararası şirketler birlikte hem kendi iç sınırlarında hem de sınırlarının dışındaki dünyanın geri kalan bölgelerinde insanları sömürmektedirler. Schiller de Smythe gibi çok uluslu şirketlerin kontrolü, enformasyonun emtialaşması, kültür ve egemenlik konularına eğilmiştir.

Kitle iletişim araçlarının kapitalist sistemde yerine getirdikleri görev iletişimin ekonomi politiği adı altında incelenmektedir. Smythe ve Schiller kendi perspektiflerinden kitle iletişim araçlarına ekonomi politik içinde eleştiri getirmişlerdir. CNN Amerika’nın ve dünyanın en önemli haber kanallarından biridir. CNN haber kanalının iktidar ile olan ilişkisi ve bu ilişkinin sonuçları Smythe ve Schiller’in yaklaşımları üzerinden değerlendirilmesi CNN’in sistem içindeki rolünü görmek ve anlamak için önemlidir. CNN hem izleyici üretilen reklam veren şirketlere satarken hem de izleyicinin tüketici olarak yeniden üretilmesini sağlar. Ayrıca teknolojinin gelişimine bağlı olarak Amerika’dan dünyanın diğer az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere olan tek yönlü enformasyon akışı Amerikan hükümetlerinin her türlü hukuksuzluğunun meşrulaştırmasını sağlar. Bu durumu sağlayan en önemli unsurdan biri kitle iletişim aracı olarak CNN haber kanalıdır. CNN gerek küresel bir şirket olarak gerekse ürettiği ve dağıttığı enformasyon olarak sistemin yeniden üretilmesinde son derece önemli rol oynamaktadır. Ancak CNN ve Amerika’da iktidarda olan hükümetler bir bütün olarak düşünülmelidir ve bu bütünsel yapının sistem doğrultusunda kendi çıkarlarının peşinden koştuğu gerçeği iletişimin ekonomi politikte Smythe ve Schiller’in perspektifinden açık bir şekilde görülebilmektedir.

İletişimin Ekonomi Politikte

İletişimin ekonomi politikte Smythe ve Schiller gibi düşünürlerin öncülüğünde gelişmiştir ve kaynağını Marksist gelenek içerisinde biçimlenen eleştirel ekonomi politikten alır. Kapitalizmin eleştirisi olarak Marksist ekonomi politik yaklaşım Frankfurt Okulu öncülüğünde kitle iletişim araçlarına mülkiyet ve sahiplik temelinde uygulanmıştır. Kapitalist sistem doğrultusunda büyük sermayenin sahip olduğu kitle iletişim kurumlarının siyasal ve ekonomik güçlerle nasıl iş birliği geliştirdiği, egemen kesimlerle yaptığı ortaklıklarla insanları nasıl yönlendirdiği ve sistemle uyumlu hale getirdiği iletişimin ekonomi politikte ana konularındır.

İletişimin ekonomi politikte geleneği, kitle iletişim araçlarının ekonomik temeliyle, yani kitle iletişim araçlarını kontrol eden şirketlerin yapısı ve sahipliğiyle ve medya ürünlerinin üretim ve dağıtım süreçleriyle ilgilidir (Yaylagül, 2018a, s. 65). Başka bir deyişle kitle iletişim araçlarının mülkiyetine sahip olan yapının ekonomik ve politik olarak diğer yapılarla olan ilişki ağını ve bu ilişki ağının ürettiği içerikler üzerindeki etkisini analiz ederek ortaya çıkarmaya çalışır. Genel yaklaşım mülkiyet ve iktidar ilişkilerinin enformasyonun üretiminde, dağıtımında ve tüketimde ne kadar etkili olduğudur. Kitle iletişimin ekonomi politikte daha geniş bir bağlam içinde ekonomik ve kültürel kaynakların dağılımı aracılığıyla kapitalist sistemin işleyişini inceler. Ayrıca sermaye hareketlerini, devletin rolü ve işlevi ile bu sürecin ideolojik yeniden üretimi üzerindeki etkilerini de incelemektedir. Ekonomi politikte kitle iletişim araçlarını kapitalist sistemi üreten araçlardan biri olarak görür.

Eleştirel ekonomi politikte bilinç egemen sınıflar tarafından oluşturulmaktadır. Ancak egemen sınıfların rahat olabilmeleri ve sistem doğrultusunda çıkarlarını gerçekleştirebilmeleri için toplumsal uzlaşma şarttır. Sistem dengede olmalı ve insanlar içinde buldukları koşullardan memnun olmalıdırlar. Egemen sınıf başta kitle iletişim araçları olmak üzere elindeki tüm olanakları bu koşulları üretmek için kullanır.

Kitle iletişim araçları özel sektör temelinde dayanan kapitalist sistem içinde yapılır ve parasal gücü elinde bulunduran sermayenin mülkiyetindedir. Kitle iletişim araçlarını sistemde en önemli yere getiren neden bilginin üretiminin ve dağıtımının yapılmasıdır. Bu özellik kitle iletişim araçlarını diğer unsurlarda ayırmaktadır çünkü üretilen ve dağıtılan bilgi insanların bilincini oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları üretilen bilgi insanların beyinlerine işlenirken, zihinsel süreçleri oluşturur, bilinci biçimlendirir ve algıyı yönetir. Bu durum toplumsal yapıyı da bütünsel olarak etkiler çünkü bireysel

ilişkiler toplumsal ilişkileri oluşturur. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahipliği, örgütsel işleyişi ve yönetsel yapısı bağlamında kurulan güç ilişkilerinin analizi önemlidir (Güngör, 2016, s. 142).

İletişimin ekonomi politiği liberallerin aksine medyanın hükümetleri halk adına denetlediği ya da kamusal sorumluluğu olduğu gibi düşüncelere katılmaz. Kitle iletişim araçlarına kapitalistlerin sahip olması bu yaklaşımı geçersiz kılar.

Kapitalist sistem içinde üretilen içerikler ile kültürel alandaki üretim ve dağıtım süreçleri ekonomi politiğin ilgi alanını oluşturmaktadır. Medya ve kültür endüstrisi tarafından üretilen içerik ve kültürel ürünlerin bir emtia olarak üretimi, dağıtımı ve tüketimi egemen üretim yapısının kurallarına bağlıdır. Kitle iletişimin ekonomi politiği emtia üretimi ve dağıtımının yanı sıra, özel doğasını ve yerine getirdiği ideolojik işlevi de inceler. Kapitalizmin devam etmesi için kitle iletişim araçları sistemi yeniden üretirler. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının sistem içinde hem ekonomik hem de ideolojik işlevleri vardır. Bu işlevler egemen güçlerin çıkarlarıyla uyumlu değerlerin eğitim ve eğlence adı altında insanlara aktarımını sağlar. Böylece insanlar rıza göstererek, mutlu bir şekilde sistem için çalışmaya devam ederlerken, aslında sistem kaynaklı acılarını, eleştirel düşünmeyi unuturlar. Sermayeyi elinde bulunduran egemen sınıfın çıkarları topluma yayılarak genelin çıkarları olarak sunulur ve geniş insan kitlelerinin aldıkları düşük ücretlere mahkûm edilmelerinin üzeri örtülür.

Kapitalist sistemde devlet sistemin koruyucusudur. Kitle iletişim araçlarının kapitalist bağlamda işlevselliğini kontrol eden güçlerden biri sermaye diğeri devlettir. Devletin yapmış olduğu düzenlemelerle özel ve kamu arasında bir uyum sağlanması amacıyla iletişim sektörü özel sektöre açılmıştır. Ancak sermayenin en güçlü aktör olarak bu alana girmesi, rekabet koşullarının oluşturulması, piyasaya yeni aktörlerin dahil edilmesi ya da bazı aktörlerin bu alandan dışlanması ve iletişim piyasasının ve şirketlerinin tekelleşmesi gibi sonuçlar yaratmıştır (Yaylagül, 2019, s. 150). Siyasi iktidar ve sermaye sistemde ortak çıkarlar oluşturarak beraber çalışsalar da bazı durumlarda çıkar çatışması sonucu devlet, kurumlarını kullanarak kendine muhalif olanları baskı altına alırken destekleyen kuruluşlarında güçlenmesini sağlamıştır. Kısaca kitle iletişim araçları iletişimin ekonomi politiği bağlamında ekonomik ve siyasi egemenlere hizmet eden araçlardır ve kapitalizme farklı yaklaşımlarla hizmet ederler.

Dallas W. Smythe ve İletişimin Ekonomi Politigi

Dallas Smythe iletişimin ekonomi politiğine eleştirel bakışı yöneltten düşünürlerin en başında gelir. Kapitalist sistemin işleyişini anlamak için incelenmesi gereken önemli alanlardan biri de kitle iletişim araçlarının incelenmesidir. Smythe kitle iletişim araçlarını kapitalist sistemi üreterek katkı sağlayan, sistemin en önemli bileşenlerden bir olarak görür. Kitle iletişim araçları kapitalist sistemi iki şekilde üretmektedir. Birincisi izleyiciyi emtiaya dönüştürerek onları reklam veren şirketlere satar. İkincisi ise izleyiciyi tüketici olarak yeniden üretir. Smythe'nin diğeri bir önemli kavramı ise hem enformasyonu hem de tüketim maddelerini kapsayan bilinç endüstrisidir.

İletişimin ekonomi politiği yaklaşımının temel amacı, içinde işlendikleri ve örgütlendikleri politikalar bağlamında, iletişim şirketlerinin gücünü ve etkilerini açıklamaktır (Smythe, 1960, s. 569). Smythe'ye göre eleştirel incelemeler üç düzeyde kullanılabilir. Birincisi gelişmekte olan ülkelerin ulusal/bağımsız iletişim sistemlerine sahip olması ve küresel şirketlerin bu ülkelere müdahale ederek onları küresel pazarın bir parçası haline gelmesini engellemek. İkincisi kamuoyunun reklam ve emtia ilişkisi üzerinden küresel sermaye tarafından nasıl denetim altına alınarak yönlendirildiğinin ortaya çıkarmak ve sonuncusu iletişim sistemleri ile yerel yapılar arasında ilişki kurulması ve bu yapıların çıkarları doğrultusunda içeriklerin hazırlanması olarak sıralanabilir.

Smythe'nin Canadian Journal of Political and Social Theory, dergisinde yayınlanan *İletişim: Batı Marksizm'inin Kör Noktası* adlı makalesinde son derece önemli bir düşünce ortaya koymuştur. Smythe'nin Batı Marksizm'inin kör noktası ile kastettiği şey Batı Marksistlerinin kitle iletişim araçlarını kapitalist toplumlarda ekonomik işlevlerinden ziyade kültürel ve ideolojik işlevlerine odaklanmalarıdır

(Smythe, 1990). Smythe Batı Marksizmi ve kendi çalışmaları arasında karşıtlık ilişkisi kurmuştur. Nitekim *Kör nokta* ile kastettiği durum ya da Batı Marksistlerinin göremediği şey kitle iletişim araçlarının izleyicileri metalaştırmasıdır. Smythe ilk kez Amerika'da görülen teknelci kapitalizmde ilişkilerin nasıl üretildiğine odaklanmış ve bu ilişkilerin oluşmasında kitle iletişim araçlarının nasıl bir işlev gerçekleştirdiğini analiz etmeye çalışmıştır. Smythe, Batı Marksizmi'nin, kitle iletişimini materyalist bir yaklaşımdan çok idealist bir yaklaşımla ele aldığını ve bu nedenle de izleyicilerin teknelci kapitalizme dayalı ve reklamlarla beslenen kitle iletişim sisteminde bir meta olarak işlev görmelerini kavrayamadıklarını ileri sürmüştür (Atabek'ten aktaran; Dağtaş & Yıldız, 2015, s. 126). Başka bir deyişle Smythe, kapitalist bir sistemde işleyen kitle iletişim araçlarının kapitalistler için yerine getirdiği ekonomik işlev üzerine odaklanmıştır ve Smythe ekonomi ve iletişimi bütünsel olarak ele alarak iletişimin aslında kapitalizmin üretken bir parçası olduğunu göstermeye çalışmıştır.

Burada şu farklılığın altını çizmek gerekmektedir. Başta Frankfurt Okulu düşünürleri olmak üzere Batı Marksizmini savunan kuramcılar Avrupa'nın belirli koşullarını dikkate alarak ya da Avrupa'nın mevcut koşullarının doğrultusunda bir bakış açısı oluşturmuşlardır. Smythe'nin kendi düşüncelerini oluşturduğu Amerika'nın Avrupa ile karşılaştırıldığında iktisadi olarak dünyadaki lider konumu ve en ileri düzeyde kapitalist oluşu Smythe'nin Batı Marksizmini savunan düşünürlerin karşısında konumlandırılmış olabilir ama bu durum Amerika'nın kapitalist olarak geldiği noktayla alakalıdır. Yani Smythe'nin kitle iletişim araçlarının ideolojik değil de ekonomik olarak ele alması kitle iletişim araçlarının o dönem koşullarında Avrupa'dan farklı olarak Amerika'da gelişmekte olan teknelci kapitalist düzene hizmet etmesidir. Teknelci kapitalist koşulların ürettiği ve ömürlerinin reklam gelirlerine bağlı olduğu kitle ile iletişim araçları izleyiciyi metaya dönüştürmesi aşaması ilk kez Amerika'da ortaya çıkmıştır.

Smythe'ye göre kitle iletişiminin asıl ürünü izleyici emtiasıdır. Batı Marksizmi kitle iletişim araçlarını ideolojik ve kültürel olarak manipülatif araçlar olarak ele almıştır. Başka bir deyişle kitle iletişim araçları ideolojik araçlardır. Oysaki Smythe kitle iletişim araçlarını kapitalist sistemde Marks'ın ekonomi alt yapısında değerlendirir ve fabrikaların ürettiği ayakkabı, ceket gibi kitle iletişim araçları da tıpkı bir fabrika gibi izleyici üretir. Smythe'ye göre medya pazarındaki gerçek emtia reklam verenler için satışa sunulan izleyicilerdir. Başka bir deyişle kitle iletişim araçları kapitalist sistemde izleyici üretmek somut olarak üretim yapmaktadır.

Smythe kitle iletişim araçlarının ideolojik aygıtlar olmalarını kabul etmekle beraber kendi düşüncesinde kitle iletişim araçlarını ekonomik alt yapının bir parçası olarak ele almıştır. Smythe'ye göre, kitle iletişim araçları kitleleri üretmektedir ve onları tüketici malları üreten ve hizmet sağlayan, politik adayları pazarlamakta ve tartışmalı kamusal meselelerle ilgilenen gruplara satmaktadır. Kitle iletişiminin temel işlevi, reklamcılara satmak için kitleleri üretmek tüketim malları için talep yaratmak ve talebi yönetmektir.

Bu bakış açısına göre editoryal içerik bir üretim maliyeti olmaktadır. Reklamı yapılan malları satın almaya eğilimli tüketicileri üretmede izleyici kitlesi de iş sürecinin bir bileşenidir. Smythe izleyiciyi çekmek için yapılmış içeriği yem veya bedava öğle yemeği (rüşvet) olarak tanımlar çünkü içerik çekici olmak zorundadır ve bu yüzden içinde eğlenceyi barındırır. Bu sayede izleyici aslında gülümseyerek ve eğlenceye doyararak mutlu bir şekilde emtiaya dönüşür. Başka bir deyişle izleyici kitlesini oluşturabilmek için kitle iletişim araçlarıyla yayılan programlar kullanılır; reklam verenler bu izleyicilere ulaşabilmek için kitle iletişim araçlarının sahiplerine ödeme yaparlar. Böylece izleyiciler reklam verenlere satılmış olur. İçeriğin reklam verenlere satılan izleyicileri etkilemek için kullanılan bir araç olduğunu düşünen Smythe, asıl değer içerikte değil, izleyici emtiasında olduğunu vurgulamıştır.

Smythe izler kitlenin sömürüldüğünü düşünür ve bu durumu şöyle açıklar; izleyicilerin eğlenerek izledikleri programlar aslında onları bir araya getirerek reklam veren kuruluşlara pazarlanması için yapılan programlardır ve bu programlarla satın alındıkları reklam veren şirketlerinin reklamlarına maruz kalırlar. Reklamlar belirli bir maliyete ya da masrafa mal olur ve bu maliyet ya da masraf satın alınan izler kitlenin tüketici olarak eğitilmesinin sonucunda ürünü satın almasıyla reklam veren şirketlerce geri

alınır. Başka bir şekilde ifade edecek olursak, izler kitle ürünü satın alırken kendisine sunulan reklamların masrafını da ödemektedir. İzler kitle hem şirketlere satılarak hem de izlediği reklamların maliyetini satın aldığı ürün üzerinden ödeyerek kısaca tüketiciye dönüştürülerek sömürülmektedir.

Reklam verenlerin hem izleyiciye hem de izledikten sonra dönüşecek olan tüketiciye ihtiyacı vardır. Tüketim ürünleriyle kuşatılmış olan insan kendini ve yaşamı bilinç endüstrisi içinde bu ürünleri satın alarak meta formunda üretmektedir. Symthe reklamları sistemin kendini yeniden üretmesi için gerekli olduğunu söyler çünkü reklamlar aslında izleyicilere eğitim vermektedir. Reklamlar insanlara nasıl tüketici olunabileceğini öğretmektedir. İzleyiciler reklamların sonucunda satın aldığı ürünü nasıl, nerede ve ne zaman kullanacağını öğrenirken aslında tüketicinin nasıl olması gerektiğini öğrenir ve satın almayı gerçekleştirdiğinde kendini de yeniden bir tüketici olarak üretmiş olur. Reklamlarla belirli markalardaki tüketim mallarını satın almaya motive edilen izleyiciler tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için zaman ayırır. Smythe bu süreci izleyici emeği olarak adlandırmıştır. Smythe'ye göre kitle iletişim araçları izleyicileri emtia olarak yeniden üretir ve kitle iletişim araçları sadece tüketicileri üretmez, emtia olarak yeniden ürettiği izleyicileri reklamcılara satar.

Smythe tekelleşme ve kitle iletişim araçları ilişkisinde reklamcılığın üzerinde önemle durmuştur. Yazmış olduğu *İletişim: Batı Marksizm'inin Kör Noktası* makalesinde kitle iletişim araçlarının işlevini analiz ederken, başta radyo ve televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden bir tanesinin mal ve hizmetlerin kitlesel pazarlamasını yapmak olduğunu ifade etmiştir. Bu işlevin yerine getirilmesinde belirleyici olan izleyicilerdir (Smythe, 1981, s. 111). Smythe'nin bakış açısına göre kitle iletişim araçları mesaj ya da enformasyon gibi dolaylı değil direk üretim yaparlar. Bu üretim izleyiciyi metaya dönüştürmektir. Smythe'nin izleyici olarak hedef aldığı kitle ise benzer ya da türdeş malları tüketenlerdir.

Kapitalizmin geldiği noktada zaman, çalışma ve dinlenme zamanları olarak ayrılmıştır. Ancak artık uyku zamanı dışında kalan zamanlar çalışma zamanına eklenmiştir diyebiliriz (Smythe, 1977, s. 3-6). Smythe'ye göre metaların üretildiği örneğin fabrika gibi belirli bir zaman çizelgesinde somut üretim yapılan yerlerin yanı sıra somut çalışma alanlarının dışında aslında serbest zaman içinde emek gücü metası üretilmektedir. Smythe'ye göre serbest zaman görünürde serbest zaman olmaktadır ve aslında üretimin ya da çalışmanın bir parçasıdır çünkü insanlar emek güçlerini kitle iletişim araçlarını kullanarak yeniden üretmektedirler (Smythe, 1977, s. 7-13). Bu yeniden üretilen emek gücü izleyicinin ertesi gün fabrikasında çalışmasının devamını sağlamaktadır. İzleyiciler emek güçlerini üretme sürecinde reklamı yapılan belirli markalara sahip tüketim ürünlerini satın almayı ya da gelirlerini nasıl harcayacaklarını öğrenirler. O zaman şunu söyleyebiliriz Smythe'ye göre tekeller kapitalist sistemde kitle iletişim araçlarının işlevi hem emek gücünün yeniden üretimidir hem de talep yaratmaktır. Bu bağlamda kitle iletişim araçları insanların serbest zamanını düzenler ve denetler. İzleyicilerin gerçekleştirdikleri iş, sunulan malları nasıl satın alacaklarını öğrenmektir; bu durum serbest zamanın, kapitalizmin yararına biçimlendirildiğini göstermesi açısından önemlidir. İzleyiciler kendi istekleri doğrultusunda televizyon ekranı karşısında vakit geçirdiklerini düşünürler ancak Smythe'ye göre televizyon izleyicilerini ekranda tuttuğu süre içinde onları çalıştırmaktadır. Smythe'ye göre Amerika'da uyku dışı ve çalışılmayan zamanın büyük çoğunluğunun kitle medyası tarafından işgal edilmiştir (Babe, 2000, s.116). İnsanlar sistemin bir parçası olarak üretildiklerinin farkında değildirler çünkü uyku dışında sistem dışarı bir alan bırakmamıştır. Böylece insanların bilinçleri şekillenmektedir. Kapitalist toplumlarda insanların kendi bilinçlerini oluşturma şansları yoktur. Bu çalışma sürecinde kitle iletişim araçları sistemle uyumlu bir şekilde mal ve hizmetleri izleyicilere pazarlar, politika alanında izleyicilere ne yapması ya da kime oy vermesi gerektiğini öğretir ve sistemi içselleştirir. Bilinç endüstrisi içinde kültürel hakimiyet sayesinde emperyal kontrol sessizce sağlanır (Jansen, 1983, s.422).

Bilinç endüstrisi kavramı, Hans Magnus Enzensberger tarafından ortaya konulmuştur ve Frankfurt Okulunun kültür endüstrisi kavramına benzerlik göstermekle beraber bilinç endüstrisi kitle iletişim araçlarının ürettiği içeriklerin yanı sıra üretilen içeriklerin pazarlanmasını sağlayan faaliyetleri de içine alması dolayısıyla kültür endüstrisinden farklıdır. Enzensberger bilinç endüstrisi kavramını kitle iletişim araçlarıyla düşüncenin endüstrileşmesi başka bir deyişle bireylerin yerleşik bilinç anlamlarının,

biçimlerinin ve hiyerarşilerinin yeniden üretilmesi olarak tanımlar (Mutlu, 2004, s. 48). Smythe ise bilinç endüstrisinin kitle iletişim araçlarının yanı sıra tüketim maddeleri endüstrisini de kapsayacak şekilde kavramsal olarak sınırlarını genişletmiştir.

Her emtiaın bir anlamda öğretim makinesi olduğunu savunan Smythe, üretim gücü olarak bilinç endüstrisine odaklanır (Kocabay, 2020, s. 31). Bu odaklanma sonucunda üç temel adımdan söz eder: İzleyici üretme, reklamcılara satmak, emtia çıktıları için talebin yönetimine olanak tanımak (Jansen, 1983, s. 422). Bilinç endüstrisinin en önemli görevi insanların tüketim yapmalarını sağlamaktır. Teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının gelişimiyle ve Amerika'nın politik ve askeri desteğiyle ama onların da üzerinde ulus-ötesi yapıya sahip üretim ve finans alanlarında faaliyet gösteren dev şirketlerin oluşturduğu tekelleşme genişleyerek kendi kapalı alanlarını yaratmaktadır. Burada en etkin rol oynayan izler kitle ise farkında olmadan hatta gönüllü olarak bilinç endüstrisi içinde sistemle bütünleşmektedir.

Bilinç endüstrisi kapitalist yaşam tarzının sürekli yeniden üretilmesini sağlamaktadır ancak yaşamın bütününe ya da uyku saati dışındaki tüm alanları içine almaktadır. Bilinç endüstrisi bilinci şekillendirirken tüketim ürünleri ve hizmetlerini üreterek ve bunları kitle iletişim araçlarını kullanarak tüketirerek ayrıca kitleleri manipüle edebilecek bilgiyi de dolaşıma sokarak gerçekleştirmektedir. Bilinç endüstrisi üretimi, pazarlamayı ve tüketimi kapsayan bütünsel bir süreçtir. Bilinç endüstrisinde alanlar farklı olsa da aslında birbirleriyle ilişki içindedirler ve bütünü parçalarıdır. Bu bağlamda bilinç endüstrisinin oluşumunda ilk akla gelen kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarının sundukları reklamlar ve eğitim bilinç endüstrisini oluşturan diğer önemli unsurlardır. Ayrıca profesyonel ve amatör sporlar, çizgi roman, salon oyunları, müzik, turizm, lokantalar, oteller ve ulaşım ile homojen paketli mallar ve dayanıklı tüketim malları gibi diğer tüketim ürünleri endüstrisi bilinç endüstrisinin parçalarıdır. Askeri-Endüstriyel kompleks, telekomünikasyon, bankalar, sigorta, finans, gayrimenkul, kumar sanayisi, organize ve organize olmayan suçlar gibi unsurlar sistemi birbirine bağlayan endüstrilerdir (Smythe, 1990, s. 278).

Smythe'ye göre klasik ekonomi, kitle iletişim araçlarını yeterince analiz etmeden sadece ideoloji açısından değerlendirerek sanki tamamlayıcı bir unsur gibi ele alması önemli bir yanıştır. İletişim hem dinamik bir süreçtir hem de ekonomiyle bir bütündür çünkü bilinç oluşturur. Smythe Enzesberger'in tersine bilinç endüstrisini sadece kitle iletişim araçlarının oluşturduğu bir şeymiş gibi görmez, tüketim ürünleriyle birlikte bütünsel olarak ele alır.

Kapitalizm kitle iletişim araçlarını kullanarak sistemi tamamlayan kapitalist bilince sahip, tüketici insanlar üretir. Sanayi devrimiyle kitlesel üretime geçilmiştir ve kitlesel üretim kitlesel tüketimi gerektirmiştir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları izleyici gücü üreterek ve bu ürettiği gücü reklamcılara satarak kapitalizme somut üretici bir şekilde hizmet etmektedir.

Herbert Schiller ve İletişimin Ekonomi Politikası

Bir ekonomist olan Herbert Schiller ekonominin ve kitle iletişim araçlarının birbirleriyle çok yakın ilişki içinde olduğunu görmesi nedeniyle ilgisini iletişim alanına kaydırmış ve 1969'da Mass Communication and American Empire'ı (Kitle İletişimi ve Amerikan Egemenliği) sonrasında 1973 yılında Mind Managers (Zihin Yönlendirenler) adlı kitapları yazmıştır. Smythe ile birlikte iletişim araçlarının eleştirel ekonomi politikasında en önemli iki isimden biri olan Schiller'e göre liberal düşüncenin savunduğu gibi kitle iletişim araçları demokrasiyi ya da özgürlüğü geliştiren araçlar değildirler. Kitle iletişim araçları başta en çok Amerika'daki çok uluslu şirketler olmak üzere mülkiyet ve iktidar ilişkilerinden dolayı mevcut statüoyu korumaya yönelik egemen güçlere hizmet ederler.

Herbert Schiller'in en önemli eserlerinden biri olan *Zihin Yönlendirenler* adlı kitabında kendine ait bir kavram olan medya menejerlerinin özellikle Amerika'da kitleleri nasıl yönlendirdiğini ve uyuttuğunu göstermeye çalışmıştır. Ancak bu durum sadece Amerika ile sınırlı olmayıp Amerika'nın dünyanın geri kalanıyla olan ya da Amerika'ya göre daha az gelişmişlik düzeyi gösteren ülkelerle kurduğu ilişkilerde de geçerlidir. Schiller'e göre bu ilişkiler güçlü olana avantaj sağlarken, kültür emperyalizmi kavramını

da beraberinde getirmektedir. Daha geniş anlamda Amerika'nın diğer az gelişmiş ülkeler üzerinde kurduğu tek taraflı kültürel hegemonyayı ifade eder.

Schiller Amerika'nın 2.Dünya savaşı sonrası kültürel ve ekonomik bir güç haline gelmesinde kitle iletişim araçlarının rolünü gözler önüne sermiş ve kitlelerin yönlendirilmesini analiz etmiştir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları ve enformasyonun üretimi ve dağıtımını üzerine odaklanmıştır.

Schiller'e göre kitlelerin yönlendirilmesinde etkin olan bazı mitler vardır. Bunlardan birincisi yapılan özgürlük tanımındaki bireyselliktir. Üretim araçlarının özel mülkiyette olması ve bu hakkın kişiliğin korunması amacını içerdiği düşüncesi ve bireyselliğin sürekli olarak tartışılması mümkün olmayan bir gereklilik olarak kabul edilmesi özgürlük tanımlamasının önemli bir içeriğini oluşturmaktadır. İkincisi yansızlıktır. Yöneticiler buldukları mevkiinin gerektirdiklerini yaparlar, örneğin Amerikan başkanlık makamı özel çıkarlarla beraber düşünülemez. Sanki tüm insani zaafılar geride bırakılır ve o mevki her türlü kusurdan uzaktır. Üçüncüsü değişmeyen insan doğasıdır. İnsanlar kendilerinden beklenildiğine inandıkları tarzda hareket ederler. Dördüncüsü sosyal çatışmanın reddidir. Sosyal çatışmalar bireysel bir durum olarak addedilir. Bütünsellikten koparılır. Çatışma içinde olanlar kötü çocuklardır. Beşincisi ise çeşitlilik (Pluralizm). Çeşitlilik seçim gerektirir ve bunu özgürlük sağlar. İnsanlar sunulan çeşitlilikle aslında kandırılmaktadır çünkü seçim yapma eylemi özgürlüğü ifade ederken sunulan çeşitlilik planlanmış ve sınırlandırılmış, amaçlı bir çeşitliliktir. Bu tür bir çeşitlilik insanlarda kendi seçimlerinde özgür olduklarının yanılsamasını yaratır (Schiller, 2005, s. 19-33). Bu beş mit mevcut statükoyu güçlendirirken, insanların yönlendirilmesini sağlamaktadır.

Schiller radyo, televizyon, dergi ve gazete gibi kitle iletişim araçlarında reklamların belirli bir formatta sunulduğuna dikkat çekmektedir. Gazetelerde reklamlar sayfaların arasında serpiştirilmiştir. Televizyonda haberlerin ortasında reklamlar geçmektedir ya da dergilerde reklamlar sayfalara dağıtılmıştır. Schiller'e göre bu tür formatlar bütünsel düşünmeyi ve odaklanmayı engeller ve sonuçta insanlar haberlerin ne olduğunu algılamada zorlanırlarken aslında haber de saklanır. Böylece mevcut durum dengeli bir şekilde devam ettirilir.

Enformasyonun hızı ve yoğunluğu mevcut durumun devamını sağlayan diğer bir etkidir. Enformasyonun hızı insanları yorar ve algılamalarını sınırlar. Enformasyonun güncelliği hız yaratan bir etkidir. Güncellik bölünmüşlüğe hız kazandırırken, yönlendirmeyi de sağlamaktadır. Günlük haberin ömrü kısadır ve bu kısa süre insanların sadece yüzeyde dolaşmasına izin verir ve derin düşünmeyi ya da analiz yapmayı engeller. Başka bir deyişle düşünce engellenir ya da insanlar düşündürülmez. Böylece insanlar yönlendirilebilir. Televizyondan akan görüntüler sadece izlenir ve eylem yerini pasifliğe bırakır. Schiller, kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçlarının amacının insanların dikkatini dağıtmak ve esas meselelerden uzak tutmak olduğunu düşünür (Schiller, 2005, s. 49). Böylece insanlar düşünmeyecek, sistemi eleştiremeyecek ve nedenini bilmeden sürekli gülümseyerek yaşamını bir kapitalist olarak yeniden üretebilecektir. İnsanlar daha bir ürün çıkmadan zihinsel olarak hazırlanırken ya da tüketici olarak sistemle uyumlu bir şekilde eğitilirken çeşitli düşünce ya da tartışma programları reyting olarak düşmekte ve talk show, futbol, spor yorumları, yarışma, magazin programları gibi daha eğlenceli programlar popülerleşmektedir (Schiller, 1983, s.18).

Schiller'e göre devlet kendi kurumlarını kullanarak enformasyon üretir ve kitle iletişim araçlarıyla dağıtımını yapar. Dağıtım yapılan enformasyon ile devletin tüm baskı ve ikna yöntemleri meşrulaştırılır. Ayrıca devlet uluslararası propaganda yapar, yurt içinde halkla ilişkiler birimi olarak çalışır ve büyük miktardaki enformasyon arzının denetleyicisi ve yönlendiricisi olarak işlev görür (Schiller, 2005, s.69).

Schiller, Amerika ile diğer gelişmekte olan ülkeler arasındaki ilişkilerde iletişim teknolojilerinin yarattığı eşitsizliğe dikkat çeker. Bu eşitsizlikte Amerika egemen güç, diğer ülkeler ise bağımlıdır. Bu durumu Schiller kültür emperyalizmi kavramıyla açıklamaya çalışır. Kültür emperyalizmi iletişim teknolojilerini kullanarak kitle iletişim araçları tarafından enformasyonun tek yönlü olarak Amerika'dan diğer ülkelere olan aktarımıdır. Amerika gelişmekte olan ülkelere kendi kapitalist yaşam tarzını ihraç

ederken aslında bu ülkeleri hegemonyası altına alarak etki alanını genişletmekte ve bu ülkelerin halklarını kendi ekonomisine bağlayarak sömürmektedir. Amerika hem kültürel olarak hem de ekonomik olarak diğer kendinden daha zayıf ülkeleri içine alırken bu durum kültürün ve ekonominin bir bütün olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Kültür emperyalizminde Amerika serbestlik ve özgürlük temelinde bir model sunar ve gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkeler de bu modele kendilerini uyarlarlar. Bu durum bazen gönüllük esasında bazen de zorla gerçekleştirilir (Schiller, 1991). Amerika diğer ülkelerin ekonomileri ve kültürleri içine girebilmek ve tahakküm kurabilmek için kendi kapitalist değerler sistemini ya da yaşam tarzını empoze eder. Bu durumu gerçekleştirirken enformasyonun serbest akışı doktrinini kullanır ve kültürel emperyalizm oluşturur. Schiller'in kültür emperyalizmi kavramıyla açıkladığı bu durum, maddi ve kültürel malların sanayileşmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü akışı sonucu oluşmaktadır (Yaylagül, 2018b, s. 15).

Kontrolü egemen güçlerin ellerinde olan kitle iletişim araçlarının görevi kapitalist kültürü yayarak insanların sistemle bütünleşmesini sağlamaktır. Büyük kapitalist şirketler finans kaynaklarını, teknolojiyi, Ar-Ge faaliyetlerini, üretim bilgisini, teknolojiyi ve içerikleri üretme, dağıtma ve tüketim süreçlerini kontrol etmekte ve şirketler iktidarlarını bu alandaki güç ve kontrollerinden almaktadırlar (Schiller, 1969, s.5). Kitle iletişim araçları tekelci kapitalist şirketlerin egemenliği altındadır. Aynı zamanda bu tekelci kapitalist şirketler kültür endüstrilerine de hakimdirler ve küresel pazarları da kontrol ederek güçlerini pekiştirmektedirler. Küresel Amerikan şirketleri özellikle gelişmekte olan ülkeleri hedef alarak onların pazarlarını istila etmeye çalışırlar ve bunu yaparlarken de teknolojinin gelişimine bağlı olarak kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Böylece maddi kaynakları ve en önemlisi zihinleri kontrol ederek finans kaynaklarını, teknolojiyi, Ar-Ge faaliyetlerini, üretim bilgisini, teknolojiyi ve içerikleri üretme, dağıtma ve tüketim süreçlerini kontrol edebileceklerdir. Küresel şirketler teknoloji kullanarak ve ulus-ötesi bir konumda ve arkalarına Amerika'nın politik ve askeri gücünü de alarak güçlerine güç katarlar ve diğer ulusların pazarlarına girerek tekelleşirler (Schiller, 1969, s.5). Malların akışından önce insanlar kitle iletişim araçlarından akan enformasyon doğrultusunda önce kültürel olarak hazırlanırlar ya da üretilirler böylece zihinsel engeller ortadan kaldırılırken aslında birey tüketici olarak yeniden üretilmektedir. Bu yüzden küreselleşmiş ve hükümetler üstü pozisyona gelmiş teknoloji şirketleri insanların sistemle bütünsel olarak yeniden üretilmesinde en önemli faktörlerden biridir. Bu ulus-ötesi şirketlerin faaliyet alanı ise serbest pazardır.

Serbest pazar insanların yaşamlarında belirleyici ve ana yönlendirici konuma gelmektedir. Enformasyon emtiyaya dönüşmüştür ve satılmak için üretilmektedir. Ancak insanlar arasındaki eşitsizlikler herkesin ürün ve hizmetlere eşit bir şekilde ulaşmasını engeller. Her ne kadar pazarın herkese eşitlik sağladığı düşünülse de güçlü olana avantaj sağlamaktadır, gelir dağılımı eşitsiz olduğundan bazı insanlar bu hizmetlere ulaşabilirken pek çok insan ulaşamaz. Birey, şirket ya da ülke olsun zenginlerin teknolojik ürün ve enformasyona ulaşması yoksul olana göre daha mümkündür (Schiller, 1993). Bu bağlamda Schiller ilerleme adı altında her türlü teknolojik gelişimin ve üretilen enformasyonun demokrasi ve özgürlük getirdiği düşüncesine katılmaz aksine statükonun devamını sağladığına vurgu yapmaktadır.

Buraya kadar olan açıklamalarımızda enformasyonun serbest akışı doktrininin güçlü olanın lehine çalıştığı son derece açıktır. Amerika'nın resmi ideolojisi olan serbest akış doktrininin temelini oluşturan bireyci ideolojiye göre, bireyler kendi çıkarlarının peşinde koşarlar ve kazançlarını maksimize etmeyi amaçlarlar. Ancak gelişmekte olan ülkeler gerek teknolojik yetersizlikleri gerekse bütçeleri onları başta Amerika gibi sanayileşmesini tamamlamış neo-kapitalist ülkelere karşı birçok alanda mücadele gücünden yoksun bırakılmaktadır. Başka bir deyişle Amerikan yaşam biçimi, değerleri, enformasyon ve teknolojileri her ne kadar özgürlük ve eşitlik kavramları kullanılsa da orantısız miktarda gelişmekte olan ülkelerin sınırından içeri girer ve onların yerel olarak addedilen kültürel özelliklerini yok ederek Amerika'nın sömürmesine dönüştürür.

Schiller'in öne sürdüğü en önemli sorunlardan birisi özel sektörün zaman ve uzamdan ve her türlü otoriteden bağımsızlaşarak sürekli genişlemesi ve gelişmesiyle ulus-ötesi küresel dev şirketlere dönüşmeleri ve bu şirketlerin kültürel yaşam üzerindeki olumsuz etkileridir. Bu şirketler kapitalist sistemin temsilcileridir. Görünürde her gittikleri yere özgürlük ve demokrasi götürerek, toplumun

ilerlemesine ve zenginleşmesine katkı sağladıkları söylene de aslında kapitalizmin tüm vahşi kurallarını uyguladılar. Schiller'e göre bu ulus aşırı şirketler küreselleşmenin ve iletişim teknolojilerinin arkasındaki güçlerdir. Bu şirketlerin amaçlarını gerçekleştirebilmesi, mesajların kitlesel bir şekilde akışını sağlayan ticarileşmiş iletişim altyapısını zorunlu kılar çünkü şirketler arası eşgüdüm ve üretim, dağıtım ve tüketim sürecinin tamamlanabilmesi bilginin depolanmasını, işlenmesini ve saklanmasını gerektirir. Bundan dolayı bilgisayarlar ve mikro işlemciler, iş yaşamının bir parçası haline gelmiştir. Amerika sadece iletişim teknolojilerini kullanarak kendi değerlerini ihraç etmez, bu teknolojileri de ihraç ederek kendini ekonomik ve politik olarak güçlendirir. Amerika yüksek teknolojiye yatırım yaparak özellikle uzay araştırmaları sayesinde dünyanın en ileri teknolojilerine sahip bir ülke olarak gücünü kullanmaktadır. Amerika'nın sınırları dışına hem kapitalizmi ihraç etmesi hem de kültürel olarak hegemonya kurmasını sağlayan en önemli unsurlardan biri de sahip olduğu uydu teknolojisidir (Schiller, 1969). Uydu sistemleri ve teknoloji bağlamında gelişmekte olan ülkeler ekonomik olarak Amerika'ya direnç gösterememektedirler. Bu durum bilginin tek yönlü akışını Amerika lehine sağlamaktadır. Böylece Amerika pazarın tek başına sahibi olmaktadır ve kendi kültürel hegemonyasını oluşturmaktadır. Burada bu gelişmeyi sağlayan motivasyon kendi içinde dönmüşen kapitalizmdir.

Ulus-ötesi şirketler içinde doğdukları ulus-devlet sınırlarını aşarak kendi kurallarını koydukları küresel bir pazar sistemi oluşturmuşlardır. Bu pazar sistemin oluşmasında gerekli olan iletişim teknolojileri bilgisayarlar ve mikro işlemciler iş yaşamının önemli tamamlayıcıları olmuşlardır. Bankacılık, sigortacılık, turizm, ulaştırma, hizmetler gibi sektörlerdeki işlerin çoğunluğu bilginin depolanmasını, işlenmesini ve saklanmasını gerektirdiğinden, bu işler, elektronik sistemlere ve özellikle bilgisayar teknolojilerine bağımlıdır. Bu tür alt yapılar Amerika'ya dünyanın geri kalan ülkelere göre avantaj sağlamıştır (Schiller, 1983). Çünkü hem iç pazarda hem de dış pazar dinamiklerini oluşturmaktadırlar. Enformasyonun önemli bir bölümü tüketimi sürekli motive eden türdedir. Alışverişlerde kullanılan kredi kartları ya da e-ticaret gibi internet teknolojileri şirketlere tüketicinin denetiminde avantaj sağlar ayrıca yeni reklam stratejilerinin geliştirilmesinde ve satış tekniklerinin geliştirilmesinde son derece önemli bir veri kaynağı oluşturur (Schiller, 2001, s.116). Enformasyon kapitalizmle bütünleşmeyi beraberinde getirmektedir. Kapitalist sistemin üretimi olarak enformasyonun sistemi güçlendiren bir etken olması normaldir. Kapitalist sistem içerisinde geliştirilen ve üretim sürecine dahil olan enformasyon kapitalist sistemin işleyişini değiştirmek bir yana yüksek kar getirerek maksimize etmektedir. Bilgisayarlar, internet, uydu sistemleri ve uzay teknolojileri kapitalist sistem içinde düşünülmelidirler. Günümüzde IBM, Apple ve Microsoft gibi şirketler dünyada egemen güçler olarak kabul edilmektedirler. Bu küresel şirketler hem teknolojiyi kontrol ederler başka bir deyişle üretirler ve pazarlarlar hem de kullanarak ulus-ötesi küresel bir güce dönüşürler.

Teknoloji ürünlerinin önemli bir kısmı Amerika menşelidir. Yüksek teknoloji konusunda ARGE çalışmalarını yoğunlaştıran Amerika yeni yatırımlarla kendi konumunu güçlendirmektedir. Böylece dev küresel şirketleriyle tüm pazarı tekeline alabilecek ve kendi çıkarları doğrultusunda kültürel hegemonyası kurabilecek zihinsel olarak kapitalist yaşama uyum sağlayabilecek yeni tüketiciler üretebilecektir. Amerika gücünü teknoloji ve uzay araştırmalarından alırken aslında kapitalizm itici bir güç olarak işlev görmektedir çünkü yapılan her şey kapitalist bir dünya da var olmanın gereği doğrultusunda yapılmaktadır. Amerika teknolojiyi hem satarak hem de hegemonik bir araç olarak kullanarak diğer ülkelere karşı güç kazanmaktadır. Amerika sınırları dışındaki bir ülkeyi kültürelde olsa dev küresel şirketleriyle istila etmektedir. Bu bağlamda kuralsızlaştırma ve özelleştirme politikaları önemlidir çünkü küresel olarak şirketlerin birimleri arasında yapılacak olan işlemlerin eşgüdümünü ve birimlerin birbirine bağlanmasını sağlamak için telekomünikasyon ve yayıncılık sistemlerine ve teknolojik altyapıya ihtiyaç vardır. Yayıncılık, özelleştirildiğinde, küresel şirketlere ve onların reklam ajanslarına, ulusal televizyon ekranlarına, herhangi bir sınırlama olmadan ulaşma imkânı doğacaktır. Merkezinde küresel şirketlerin olduğu, yönlendirilen ve tüketime dayanan, küresel çapta bir kapitalizm oluşturulmuştur (Yaylagül, 2018, s.16).

Sistem kuralsızlaştırma ve özelleştirme ile küresel temelde şirketlerin birbirleriyle olan iş birliklerinin ve birimler arası eşgüdümün sağlanmasındaki yerel engelleri aşar ulus ötesi bir yapı inşa eder. Özelleştirme ve kuralsızlaştırma politikalarını kendi çıkarları için kullanan Amerikan küresel şirketleri

küresel tüketim kültürü yaratmışlardır. Çeşitli birleşmeler ya da satın almalar yoluyla küresel şirketler tarafından ele geçirilen yerel kanallar Amerikan yapımı ve tüketime odaklı reklam ve eğlence içerikleri sunmaktadırlar. Tüm kültürel ürünler bir endüstri içinde ya Amerika tarafından üretilmiştir ya da yerel tarafından taklidi piyasa sunulmuştur. Pazarın Amerikan şirketlerinin kontrolünde olması Amerika'nın kültürel ve ekonomik olarak üstünlük kurmasını kolaylaştırmaktadır.

Bu tür ulus ötesi şirketleri engelleyici politikalar güden hükümetler ise tekelleşmeyle suçlanırken gerektiğinde bu şirketlerce askeri darbelerde düzenlenerek bu hükümetler daha demokrat ve özgürlükçü hükümetlerin iş başına getirilmesi için ortadan kaldırılmaktadır. Hükümetler sahip oldukları kitle iletişim araçlarını özelleştirerek kendi denetimlerinden çıkarmakta böylece egemenliklerini kaybetmektedirler. Bu politikalara karşı koymaya çalışan kurum ve devletler de küresel şirketler tarafından hedefe alınarak etkisizleştirilmektedirler. Ulus-devletler, kendi ulusal sınırlarını koruma ve egemenliklerini sürdürme güçlerini önemli ölçüde yitirmişlerdir (Mosco, 2001, 191). Bu durum ulus ötesi şirketlerin birleşmelerini de beraber getirmektedir. Özellikle enformasyon ve teknoloji alanlarında gördüğümüz şirket birleşmeleri hükümetlerin üzerinde bir güç oluşturmaktadır.

Schiller'e göre enformasyon üretiminde amaç enformasyonun emtia olarak pazarda satılıp kar getirmesidir. Toplumun bilgiye olan ihtiyacını karşılamakla ya da insanlığın daha iyi koşullara ulaşmasıyla ilgisi yoktur. Bu bağlamda karlılık enformasyonun üretimini ve dağıtımını belirlemektedir. Enformasyon kapitalist sistemle uyumlu bir şekilde üretilerek dağıtılır. Enformasyon hem kar getiren bir emtia olarak hem de insanları sistemle uyumlu şekilde yönlendiren ve dönüştüren bir işlevi vardır. Başka bir deyişle ekonomik ve kültürel olarak bir bütün olarak kabul edilmelidir. Enformasyon toplumu kapitalist sistemin ürettiği bir toplum olarak kabul edilebilir. Böylece sistem kendini hem meşrulaştıracaktır hem de yeniden üretebilecektir. Schiller'e göre egemenlerin enformasyon üretilip dağılımını sağlaması ayrıca kitle iletişim araçlarıyla her şeyin eğlenceyle birlikte sunulması ve tüketimin özendirilmesi sonucunda zihinler yönlendirilmektedir başka bir deyişle sistemle uyumlu bir şekilde dönüştürülmektedir.

CNN International'ın Smythe ve Schiller'in Perspektifinden Değerlendirilmesi

İletişim ekonomi politığının en önemli iki temsilcilerinden Smythe ve Schiller'e göre Amerikan kapitalist yapısı içinde kitle iletişiminin ve ekonominin bir bütün olarak düşünülmesi gerekmektedir ve bu düşüncelerini de kendi oluşturdukları kavramlarla açıklamışlardır. Her iki düşünürde ortaya koydukları kuramlarında teknolojinin gelişimi temelinde kitle iletişimini, küresel şirketleri, politik ve askeri yapıları Amerikan kapitalist ekonomik sistemini yeniden üreten etkenler olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda CNN international'ın Smythe ve Schiller'in ortaya koydukları kavramları temsil etmesi ya da somutlaştırıcı özellikler taşımasından dolayı çalışmamıza konu edilmiştir. Çalışmamız nitel bir araştırma olmakla beraber doküman analizi yoluyla CNN international'ın Smythe ve Schiller'in ortaya koydukları perspektifle uyum içinde olduğu gösterilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda mevcut dokümanlar/kayıtlar, yayınlanan istatistikler, çeşitli veri tabanları ve gazete arşivleri incelenmiştir.

Küreselleşme aslında Amerikan değerlerinin dünyanın geri kalanına tek yönlü olarak ve yereli yok eden bir şekilde yayılması olarak addedilebilir (Giddens,2000, s.28). Amerika tüm alanları egemenliği altına alarak kendi kültürünü gerçekleştirirken insanları da dönüştürmektedir. Bugün baktığımızda Hollywood, MTV, Disney ve Netflix gibi eğlence kanalları, CNN ve Bloomberg gibi haber kanalları, ekonomide Wall Street ve Fortune gibi kanallar, sosyal medyada Google, YouTube, Facebook, Twitter gibi araçlar Amerika'nın sesini her alana taşımaktadır (Thussu, 2015, s. 255). CNN international bir haber kanalı olarak kendi oluşturduğu görünürde dengeli program yapısında Amerikan'ın politik ve ekonomik gücünün bir temsilcisidir. Başka bir deyişle bu gücün çıkarlarını savunan ve sistemi yeniden üreten haber programları yapmaktadır.

24 saat haber yayını fikrini dünyaya sunan ilk televizyon kanalı olan ve böylece habercilikte devrim yapan CNN, 1 Haziran 1980'de Amerika Birleşik Devletleri'nin Atlanta kentinde Ted Turner ve onun Turner Broadcasting System şirketi tarafından kurulmuş ve 1985'de CNN International adıyla dünyaya

açılmıştır. CNN'in kuruluşundan bu yana hızlı gelişimi kanalı haber ajansına dönüştürmüştür. Bunun en önemli nedenlerinden biri CNN'in iş, eğlence, spor ve ekonomi gibi alanlarda haberlerin toplanıp dağıtılması için gerekli olan teknolojik sistemlere sahip olmasıdır. 1995 yılında Microsoft ve patronu Bill Gates ile Ted Turner ve kanalı CNN, Microsoft Network için anlaşmışlardır. Böylece internet üzerinden yapılacak programlar daha geniş kitleleri harekete geçirebilecek ve daha fazla kar getirecektir. İnternet ağlarının yanında uydu teknolojisinin gelişimi de CNN'e önemli avantajlar sağlamıştır. CNN için enformasyon üretimi ve dağıtımı Amerika'nın teknolojideki lider konumu doğrultusunda dünyanın geri kalanına rahatlıkla ulaşabilmektedir. Dünya da yaklaşık 2 milyar insana kendini izletebilen, 12 uydu üzerinden, 24 saat canlı yayın yapabilen bir haber kanalıdır. Ayrıca CNN'in Time Warner şirketine satılması yeni bir yapı ortaya çıkarmış ve kanalın daha da güçlenerek yayıncılığa devam etmesini sağlamıştır. CNN modern stüdyolarıyla, canlı yayın olanaklarıyla, sahip olduğu arşivle ve son teknoloji ürünü araçları kullanmasıyla diğer kanallara üstünlük sağlamaktadır (Erol, 1999, s. 63). CNN, Amerika'nın teknolojik üstünlüğünü arkasına alarak tüm dünyaya kendi değerleri doğrultusunda yayınlar yaparak etki alanını genişletmektedir. Teknolojiyi hem haberin üretilmesinde hem de dağıtılmasında kullanırken, bunu kendi gibi diğer küresel şirketlerle ortaklık kurarak bütünsel bir anlayışta gerçekleştirir.

Gelişmekte olan ya da yoksul ülkelere bakıldığında, bu ülkelerde yayın yapan uluslararası haber kanalları ya yoktur ya da çeşitli değildir. Bu durum CNN'e avantaj sağlamaktadır çünkü olayları istediği gibi haberleştiren kanal, bunu yaparken de kendi çıkarlarını hedefler. Bu bağlamda olayları farklı açılardan ve belirli anlamlar oluşturarak kurgular ancak en önemli unsur CNN'in yayın yaptığı ülkelerde tek kaynak olmasıdır. Bu durum CNN'i o ülkelerde, daha geniş anlamda dünyada, habercilikte tekelleşmeye götürmektedir.

CNN'in haber dünyasında tek kaynak olmasına örnek olarak 1991'de gerçekleşen Körfez savaşı verilebilir. Savaş ortamında CNN dışındaki tüm haber kanalları bertaraf edilmiş ve CNN Iraktan haber yayını yapan tek kanal olmuştur. Irak devlet başkanı Saddam Hüseyin'in sadece CNN üzerinden açıklama yapması ve CNN'in tek kanal olarak Irakta bulunması CNN'in ilişkilerindeki gücünün de bir işareti olarak kabul edilebilir. Peter Arnett ve Bernard Shaw yapmış oldukları canlı yayınlarla muhabirlikten öte birer Hollywood yıldızına dönüşmüşlerdir. Ekrandan akan görüntülerde Amerikan silahları denenirken ve yüzbinlerce insanın yaşamına son verilirken, Amerika'nın teknolojik üstünlüğünün yanı sıra ideolojik olarak da politik ve ekonomik üstünlüğü tüm dünyaya yayılıyordu.

CNN, dünya nüfusunun büyük çoğunluğunu oluşturan 140'dan fazla ülkeye yayın yapabilmektedir. Kanal yaptığı küresel ortaklıkların yanı sıra yerel kanallarla kurduğu ortaklıklar sayesinde o ülkenin enformasyon üretimi ve dağıtımında etkinleşmiş ve güçlenmiştir. 1989'da Tiananmen Meydanı'ndaki öğrenci protestolarının görüntülenmesi ya da 1990-91 yılında Körfez Savaşı'nda Irak'ın bombalanmasını ekranlara canlı yayınlara taşıması habercilikte kanalı güçlendirmiş, ününü ve etkinliğini daha da artırmıştır (McPhail, 2010, s. 252). Körfez savaşında ilk kez CNN savaşı canlı olarak insanların evlerine sokmuştur ve Amerikan propagandasını son derece başarılı bir şekilde gerçekleştirmiştir. Irak devlet Başkanı Saddam Hüseyin'in dünyanın geri kalanında yaşayan insanlar için bir tehdit oluşturduğu, sahip olduğu nükleer ve kimyasal silahlarla insanlığı tehdit ettiğini tüm dünyaya yaptığı haberlerle yayın CNN'in aslında Amerikan değerlerini ve çıkarlarını savunduğunu söyleyebiliriz. Çünkü bu yapılan haberlerin dönemin İngiltere Başbakanı Tony Blair tarafından maalesef yanlış istihbarat sonucu aldatıldıklarını ifade etmesiyle yalan haber olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra Körfez Savaşında denize bırakılan petrolün dünya tarihindeki en büyük kirlenmesi olarak nitelenmiştir ve sürekli ekranlarda petrole bulanmış bir karabatağın görüntüleri sunulmuştur. Oysaki karabatağın görüntüsü yaklaşık on yıl önce Fransa'da çekilmiş ve bir nükleer kazanın sonucunda olmuştur. CNN, her ne kadar ABD'nin çıkarlarını temsil etmediğini söylese de, Amerika dışında yaşayan insanlar tarafından ABD hükümetlerinin ve Amerika'daki egemen güçlerin sesi olarak görülmektedir (Thussu, 2000, s. 158). İnsanlar ekran başında haberleri izlerken aslında üretilen yeni bir gerçekliği izlemektedirler. CNN dahil tüm haber kanalları haber yaptıkları olayların devlet-şirket diğer bir deyişle egemen güçlerin çıkarı gereği olduğunu bilmelidir (Chomsky, 1993, s. 9-10).

CNN kanalını dünya genelinde kurmuş olduğu farklı ülkelerdeki temsilciliklerle dünyayı saran bir ağa benzetebiliriz. Bu bağlamda dünya genelinde yerel ya da yerel olmayan politik ve ekonomik konuların yönlendirilmesinde fazlasıyla etkinleşmiştir. Bu etkinleşmenin en önemli nedenlerden biri CNN'in televizyon yayıncılığı yapmasıdır. Ekrandan akan anlık görüntüler insanların bakış açısını şekillendirmektedir. Savaş görüntüleri Amerikan hükümetlerinin çıkarlarını ilgilendiren konularda hızlı karar almasında ve toplumu yönlendirme açısından belirleyicidir. Ayrıca CNN yaptığı haberlerle gönderdiği mesajlar hükümetler arasındaki iletişimde de belirleyici rol oynamaktadır. CNN ve hükümetler karşılıklı çıkar ilişkileri temelinde olayların sunulmasında ve izler kitlenin yönlendirilmesinde beraber hareket ettikleri gibi bazen CNN kamuoyu baskısı üreterek hükümeti sürükleyebilmektedir. Bazen de hükümetler denetim kurumlarını kullanarak CNN üzerinde baskı kurabilmektedir. Burada ortak çıkarların belirlenmesi son derece önemlidir çünkü sistem yapısal olarak bu durumu gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda bazı durumlarda kitle iletişim araçlarının siyasi iktidara baskı yaptığı görülse de bu durum yine sistem yanlısıdır. Karşılıklı baskı doğal olmakla beraber bir denge içinde sistemin gerektirdiği şekilde gerçekleştirilir. Belirleyici ana unsur sistemdir ve sistemin devamlılığıdır. Birçok düşünür bu bağlamda konuyu tartışmaktadır ve farklı bakış açıları ortaya koymaktadır. Örneğin, Gowing (1994), stratejik müdahale kararları üzerinde medya etkisinin nadir olduğunu, taktiksel etkinin ise daha sık olduğunu düşünmektedir. Mandelbaum (1994), televizyonda yayınlanan savaş görüntülerinin ABD hükümetlerini bir krize müdahale etmeye sevk edebileceğini ileri sürer. Shattuck (1996) ise kitle iletişim araçlarının dış politika kararları üzerinde etkili olduğunu iddia eder. Tarafların birinin diğerini tam olarak etkisi altına almasından ziyade etkileşimde karşılıklı bir geçişkenlik söz konusudur. Açık ve anlaşılır olan en önemli husus ise her iki tarafında ortak hedefinin izler kitle olmasıdır.

Amerika'nın Somali'ye olan müdahalesi hükümet ile medya arasındaki etkileşime bir örnek teşkil etmektedir. CNN tarafından ekrana getirilen açlık çeken çocukların görüntüleri ve acı içinde yaşamakta olan insanların hikâyelerinin sürekli ekranlarda olması, Bush hükümetine operasyon yapmak için bir neden vermiş ve insani amaçlı müdahale etmesini sağlamıştır ve sonucunda Somali'deki hükümet yerini daha demokratik bir hükümete bırakmak zorunda kalmıştır. Oysaki aynı koşullar Sudan'da da görülmektedir ancak Sudan, Somali kadar haberlerde yer almayınca hükümet bir şey yapmamıştır çünkü Amerikan çıkarları Somali'ye müdahale edilmesini gerektirmektedir. Burada Somali haberlerinin hükümetin Somali'ye müdahale kararıyla arttığını görmekteyiz (Livingston & Eachus, 1995). 1991 yılında yapılan gıda yardımı ve 1992 yılında Amerikan askerlerinin Somali'ye ayak basması Somali ile ilgili haberlerin patlamasına yol açmıştır. Gazetecilerin açlık çeken insanların görüntülerini paylaşmaları ve onların yaşamlarını hikayeletirmeleri önce uluslararası yardım kuruluşlarının ülkeye girmesine sonra da Amerika'nın askerî harekât düzenlenmesine neden olmuştur. Livingston and Eachus'a göre Amerika'nın Somali'ye olan askeri müdahalesinde diplomasi ve bürokrasi ile medyanın olayı haberleşirmesi bir bütün olarak ele alınmalıdır. Bu bütünselliğin sonucunda insanlarda bir sağduyu oluşturulmakta ve Amerikan'ın müdahalesi meşrulaştırılmaktadır.

Mermin'e (1999) göre Somali'deki müdahalenin, televizyonun hükümetleri harekete geçirme gücünden ziyade hükümetlerin televizyonu harekete geçirme gücünün kanıtıdır. Müdahalenin resmi ya da görünürde nedeni insani bir endişedir, ancak müdahalenin gerçek nedeni ABD'nin stratejik ve ekonomik çıkarlarıdır (Gibbs, 2000). Somali, Kızıldeniz'deki nakliye yollarının ve stratejik açıdan önemli olan Mandeb boğazının yakınında yer almaktadır. Amerikan petrol şirketlerinin yatırımları ve Somali hükümet lideri Muhammed Farah Aidid'in Amerikan çıkarları doğrultusunda hareket etmemesi nedeniyle Amerika müdahale etme ihtiyacı duymuştur. CNN'in ya da hükümetin Somali politikasında ne kadar karşılıklı etkileşim içinde oldukları ya da olmadıkları son derece karmaşıktır. Askeri müdahalenin başında CNN müdahalenin meşrulaştırılması adına kullanılmıştır. CNN'de askeri müdahaleyi destekleyen yayınlar yapmıştır (Yalçınkaya, 2008, s.43). Sonuç olarak genelde kitle iletişim araçları ve özelde CNN rıza üretme ve müdahalenin gerekliliği konusunda kamuoyunu ikna etme gücüne sahip olduklarını kanıtlamışlardır.

CNN'in Amerikan çıkarlarını yaptığı haber programlarıyla koruduğu ve insanların düşüncelerini manipüle ettiği ile ilgili olarak Romanya'da Çavuşesku'ya karşı yaptığı haberleri bir diğer örnek olarak

verebiliriz. 1989 yılında Romanya'da Cumhurbaşkanı Çavuşesku'nun devrilmesinde CNN önemli bir rol oynamıştır. CNN ordu ve halk arasındaki çatışmalarda Tameşvar şehri yakınlarında yaklaşık 20.000 insanın öldürüldüğünü haberleştirdiğinde tüm dünya dehşete düşmüş ve bu haberle hükümetin devrilmesi hız kazanmıştır ve Çavuşesku eşiyile birlikte idam edilmişlerdir. Ancak Tameşvar da çıkan olaylarda ölen insanların sayısı yaklaşık birkaç yüz kişidir. Her ne kadar CNN yapmış olduğu yanlış haber dolayısıyla özür dilemiş olsa da insanlar hükümetlerini devirmiş ve sorumlu gördükleri Çavuşeskuları idam etmişlerdir. CNN'in ürettiği bu yanlış algı ve sonucu medyanın kullanışlılığını göstermesi açısından önemlidir (Turam, 1996, s.181).

CNN genel olarak değerlendirildiğinde Amerikan dış politikasıyla uyumlu haber programları yapmaktadır. Örneğin İsrail işgali altındaki yerlerde gelişen olaylar sınırlı bir şekilde ekranda yer almaktadır. Yine doğu bloku ülkeleriyle ve Müslüman ülkelerde insan haklarının çiğnenmesiyle ilgili olarak sürekli ve yanlış ya da çarpıtılarak ama Amerikan çıkarlarıyla uyumlu bir şekilde haberler verilmektedir (Turam, 1996, s.182). CNN daha önce vurguladığımız gibi haberleştirdiği olayların tümünü Amerikan devletinin çıkarları doğrultusunda yapmaz çünkü bir denge politikası takip etmektedir. Eğer sürekli yanlış haberler yaparsa bu durum kanalın inanırılığını ve etkisini azaltacaktır. Modern koşullarda tarafsızlık ilkesi altında taraf olmak yani çıkarları gözetmek gerekir ki hala yapılan programlar etkili bir şekilde yönlendirici olabilsin. Bu bağlamda CNN 1991'de polislerinin trafik suçu işlemiş bir adamı öldürmesiye dövdüklerini de dünyaya verdiği görüntülerle yaymıştır ((URL- 1)). Bu olay son derece önemli şiddet olaylarını tetiklese de CNN geniş halk kitlelerinin önemli ölçüde sempatisini ve desteğini kazanmıştır.

Bir televizyon kanalı için reklam önemli bir gelir kaynağıdır. Bu kaynağı alabilmesinde reklam veren şirketlerin satın alacağı izler kitlenin sayısal oranı rol oynamaktadır. CNN kanalının izler kitlesi tüm dünyaya yayılmakla birlikte kesin olarak bilinmemektedir. CNN'in yaygın bir izler kitleye sahip olmasının nedeni insanların hem kablo üzerinden izlemesini hem de çanak uydulardan yararlanmalarını söyleyebiliriz.

CNN'in izler kitlesi önemli ölçüde iş insanları tarafından oluşturulurken, iş seyahatlerinde konaklanan otellerin de önemli bir bölümünde kablo üzerinden izlenmektedir. CNN'in izlenmesindeki en önemli neden kanalın canlı yayınlara haber yapmasıdır, başka bir deyişle anımsalılık kanalı güvenilir ve popüler yaparken, gösterilen reklamlarda genel olarak tüketimi oldukça pahalıya gelecek ürünler sunulmaktadır. Çünkü Smythe'nin perspektifinden reklam veren şirketlere satılan emtiyaya dönüşmüş izler kitle üst gelir grubundan iş insanlarıdır. Bu bağlamda reklamlar genelde havayolları şirketlerinin *Bussiness Class* hizmetleri, lüks otel zincirleri ya da üst gelir grubuna hitap eden araba markaları gibi ürünlerden oluşmaktadır.

CNN International Commercial (CNNIC), CNN'in Amerika Birleşik Devletleri dışındaki mülklerinin ticari operasyonlarından sorumlu, Turner International'a bağlı bir bölümdür. Ayrıca CNN International, CNN en Español, CNN Arabic, CNN Style, CNNMoney ve Great Big Story gibi markaların tüm ticari faaliyetleri bu bölüm içinde yer almaktadır. Bu, dünyanın önde gelen uluslararası haber sağlayıcısı için pazarlama, reklam satışları, sponsorluk ortaklıkları, ticari içerik geliştirme, içerik satışı, marka lisanslama, dağıtımını kapsar. CNNIC, uluslararası reklam satışlarında tanınmış bir endüstri lideridir. Kanala dünyanın en tanınmış birçok şirketi ile güçlü ve kalıcı ortaklıklar sağlamıştır.

Hem tüketici davranışında hem de reklam verenlerin müşterilerle bağlantı kurma biçiminde hızlı bir değişimin yaşandığı bir zamanda CNN kitleler üzerinde maksimum etkiyi elde etmek için markalarla iş ortaklığı kurarak sürekli kendini geliştirmektedir. Böylece markalar hedef kitle ile buluşturulacak ve reklamlarla sistemin değerleri doğrultusunda bir kitle üretilecektir.

Mısır Uluslararası İş Birliği Bakanlığı (MOIC) ve CNN International Commercial (CNNIC), ülkenin sürdürülebilir kalkınma için uluslararası ortaklıklarını vurgulayacak olan *Building Forward: Stories from Egypt* adlı yeni bir küresel reklam kampanyası üzerinde işbirliği yapmaktadır (URL- 2). Mısır'ın, kapsayıcı, dijital ve yeşil bir ekonomiyi zorlamak için çok taraflılığı teşvik eden ikili ve çok taraflı

kalkınma ortakları ve uluslararası finans kurumları ile iş birliğini göstermektedir. CNNIC'in küresel marka stüdyosu Create, CNN'nin çoklu platformlarında dağıtılmak üzere bir dizi reklamlar üretmiştir.

Enerji, ulaşım ve atık su yönetimi gibi sektörlerdeki projelerin gücünü ve çeşitliliğini gösteren reklamlarda, Mısır yönetiminin çok önemli küresel ve faydalı işler yaptığı belirtilirken aslında Amerikan çıkarlarıyla uyumlu politikalar uygulayan Sisi hükümeti hem uluslararası düzeyde popülerleştirilmekte hem de politikaları meşrulaştırılmaktadır.

Abdüfettah Sisi 3 Temmuz 2013 tarihinde kendi önderliğinde Mısır devrimi'nin ardından iktidara gelen Müslüman Kardeşler ve Muhammed Mursi hükümetine karşı gerçekleştirdiği askeri darbeyle Mısır devlet başkanı olmuştur. Mısır, Asya ve Afrika kıtaları arasında bir kara köprüsü konumunda olmasının yanı sıra, Asya ile Afrika'yı ve Avrupa ile Asya'yı birbirlerine bağlayan Akdeniz ve Hint okyanusu arasında önemli bir stratejik konumdadır. Bu konumu dolayısıyla Amerika ve müttefiklerinin çıkarlarının gözetilmesi açısından önemli bir ülkedir. Her zaman demokrasinin ve özgürlüğün önemini vurgulayan Amerika gerektiğinde demokrasinin gereği seçim kazanarak iktidar olan Mursi'nin General Sissi tarafından devrilerek yerine geçmesini onaylamaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla yapılan propagandalar sonucunda Sisi'nin nasıl iktidara geldiğinden çok iktidarda ne kadar güzel işler yaptığı başka bir deyişle Amerikan çıkarları doğrultusunda ne kadar güzel işler yaptığı vurgulanmakta ve insanlar sistemle uyumlu bir şekilde yönlendirilmektedir.

CNN Amerikan değerlerini ya da yaşam tarzını uluslararası alanda dünyanın geri kalanına da ihraç etmektedir ve bu değerleri yaptığı çeşitli yayınlarla hem savunmaktadır hem de korumaktadır. Böylece temsil ettiği kapitalist sistemle bir bütünlük içinde Amerika'nın, kendinin ve diğer egemen güçlerin çıkarlarını gerçekleştirmektedir. Enformasyonun serbest akışı doktrini hem kültürel hem de ekonomik olarak Amerika'nın kendinden daha güçsüz ülkelere etki etmesini sağlamaktadır. Bunu yaparken de demokrasi ve özgürlük kavramları kullanılmaktadır. İşte bu bağlamda da iletişim araçları dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleştirilen hukukla bağdaşmayan Amerikan müdahaleleri insanların gözünde meşrulaştırılabilecek ve sistemin yeniden üretimi gerçekleştirilebilecektir.

SONUÇ

Dallas Smythe Dallas Smythe ABD'de iletişimin ekonomi politikasının kurucusudur diyebiliriz. Kapitalist sistem içinde kitle iletişim araçlarının eleştirel ekonomi politikası bağlamında nasıl ele alınması gerektiği konusunda çalışmalar yapmıştır. Bunu yaparken de izleyici emtiası ve bilinç endüstrisi kavramlarını ortaya koymuştur. Kitle iletişiminin en temel emtia biçiminin izleyiciler olduğunu kuramsal olarak ifade eden ilk düşünürdür diyebiliriz. Ayrıca teknolojiye en ileri devlet olan Amerika'nın yeni sömürgecilik anlayışını enformasyon sektörü ve tüketim maddeleri endüstrilerinin birleşmesi olarak bilinç endüstrisi kavramıyla gözler önüne sermiştir. Bu bağlamda Smythe'nin çalışmaları çalışmamızın sınırlılıkları dahilinde bizi şu sonuçlara götürmektedir.

Kitle iletişim araçları sistem için doğrudan üretim yapan ve sistemi güçlendirerek, sistemin yeniden kendisini üretmesini sağlayan araçlardır.

Kitle iletişim araçları ekrana getirdikleri program içerikleriyle izler kitleyi emtiaya dönüştürmektedir. İzler kitle bir emtia olarak reklam veren şirketlere satılmakta ve izledikleri reklamlarla eğitim almaktadırlar ve bu esnada yeniden tüketici olarak eğitilerek sürekli yeniden üretilmektedirler. Bu eğitim her ne kadar boş zamanda gerçekleştirilen bir aktivite olsa da kapitalist sistem boş zaman aktivitelerini de düzenleyerek yaşamın her anını kendi denetimi altına almıştır.

Bilinç endüstrisinde insanlar farkında olmadan mutlu bir şekilde ideal tüketiciye dönüşür ve sistemle bütünleşir. Teknolojiye bağlı olarak gelişmiş kitle iletişim araçları, Amerika'nın politik ve askeri desteği ama onların da üzerinde ulus-ötesi yapıya sahip üretim ve finans alanlarında faaliyet gösteren dev şirketler bilinç endüstrisini oluşturan ana unsurlardır.

Herbert Schiller, Smythe ile iletişimin ekonomi politik yaklaşımın iki kurucusundan biri olarak addedilmektedir. Schiller çalışmalarında kitle iletişim araçlarıyla enformasyonun üretimi ve dağıtımına odaklanmıştır. Amerika'nın diğer gelişmekte olan ya da kendine göre daha zayıf ülkeler üzerinde kurduğu kültürel hegemonyayı, kültür emperyalizmi kavramıyla açıklamaya çalışarak Amerika'nın dünyanın geri kalanını nasıl sömürgeleştirdiğini göstermiştir. Bu bağlamda Schiller'in çalışmaları çalışmamızın sınırlılıkları dahilinde bizi şu sonuçlara götürmektedir.

Kültür emperyalizmi iletişim teknolojilerini kullanarak kitle iletişim araçları tarafından enformasyonun tek yönlü olarak Amerika'dan diğer ülkelere olan aktarımıdır. Amerika gelişmekte olan ülkelere kendi kapitalist yaşam tarzını ihraç ederken aslında bu ülkeleri hegemonyası altına alarak etki alanını genişletmekte ve bu ülkelerin halklarını kendi ekonomisine bağlayarak sömürmektedir. İletişim teknolojileri ve kültür emperyalizmi kapitalist sistemin bir parçasıdır. Kültür endüstrilerinin gelişmesi ve yayılması kapitalist sistemin bir stratejisidir.

Ulus-ötesi şirketler küreselleşmenin ve iletişim teknolojilerinin arkasındaki güçlerdir. Enformasyon ve kültür alanında dev küresel şirketler egemenliklerini sürdürebilmek için mülkiyet yapısı, finansman, Ar-Ge faaliyetleri de dahil olmak üzere üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini kullanırlar. Bu bağlamda ilerleme adı altında her türlü teknolojik gelişimin ve üretilen enformasyonun demokrasi ve özgürlük getirdiği düşüncesi tartışmalıdır, Schiller'in çalışmalarına göre bu süreç statükonun devamını sağlanmaktadır.

Enformasyon üretiminde amaç enformasyonun emtia olarak pazarda satılıp kar getirmesidir. Toplumun bilgiye olan ihtiyacını karşılamakla ya da insanlığın daha iyi koşullara ulaşmasıyla ilgisi yoktur. Bu bağlamda karlılık enformasyonun üretimini ve dağıtımını belirlemektedir. Enformasyon kapitalist sistemle uyumlu bir şekilde üretilerek dağıtılır. Enformasyonun hem kar getiren bir emtia olarak hem de insanları sistemle uyumlu şekilde yönlendiren ve dönüştüren bir işlevi vardır.

Egemenlerin enformasyon üretip dağılımını sağlaması ayrıca kitle iletişim araçlarıyla her şeyin eğlenceyle birlikte sunulması ve tüketimin özendirilmesi sonucunda zihinler yönlendirilmektedir başka bir deyişle sistemle uyumlu bir şekilde dönüştürülmektedir.

CNN international bir Amerikan haber kanalı olarak Amerikan hükümetlerinin ve küresel şirketlerin çıkarları doğrultusunda enformasyon üretmekte ve dağıtmaktadır. Yaptığı haber programlarıyla sistemin değerleri doğrultusunda kendi enformasyonunu üreterek kitleleri yönlendirebilmektedir. Bunu yaparken de demokrasi ve özgürlük gibi kavramları kullanmaktadır. CNN haber yaptığı olaylar devlet-şirket diğer bir deyişle egemen güçlerin çıkarı gereğidir. Körfez savaşı, Somali müdahalesi, Romanya ve Mısır ile ilgili yapılan haberler Amerikan'ın ya da kapitalist sistemin gerektirdiği doğrultuda yapılmaktadır. CNN yaptığı kurgusal programlarla egemen gücün çıkarları doğrultusunda kitleleri yönlendirebilmektedir.

CNN international başta Microsoft olmak üzere önemli küresel şirketlerle ortaklık içindedir. İş, eğlence, spor ve ekonomi gibi alanlarda haberlerin toplanıp dağıtılması için gerekli olan teknolojik sistemlere sahiptir. İnternet ağlarının yanında uydu teknolojisinin gelişimi de CNN'e önemli avantajlar sağlamıştır. CNN için enformasyon üretimi ve dağıtımını Amerika'nın teknolojideki lider konumu doğrultusunda dünyanın geri kalanına rahatlıkla ulaşabilmektedir. Gelişmekte olan ya da yoksul ülkelere bakıldığında, bu ülkelerde yayın yapan uluslararası haber kanalları ya yoktur ya da çeşitli değildir. Bu durum CNN'e avantaj sağlamaktadır. Kanal yaptığı küresel ortaklıkların yanı sıra yerel kanallarla kurduğu ortaklıklar sayesinde o ülkenin enformasyon üretimi ve dağıtımında etkinleşmiş ve güçlenmiştir.

CNN'in yaygın bir izler kitleye sahip olmasının nedeni en ileri teknolojiye sahip olmasıdır diyebiliriz. CNN'in izler kitlesi önemli ölçüde iş insanları tarafından oluşturulurken, reklamlar genelde havayolları şirketlerinin *Bussiness Class* hizmetleri, lüks otel zincirleri ya da üst gelir grubuna hitap eden araba markaları gibi ürünlerden oluşmaktadır. CNN kitleler üzerinde maksimum etkiyi elde etmek için markalarla iş ortaklığı kurarak sürekli kendini geliştirmektedir. Böylece markalar hedef kitle ile buluşturulacak ve reklamlarla sistemin değerleri doğrultusunda bir kitle üretilecektir. CNN sahip olduğu

yüksek teknoloji ile dünyanın her noktasına ulaşabilmekte ve başta önemli reklam anlaşmaları olmak üzere ticari anlaşmalar yapabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Babe, Robert E. "The Communication Thought of Dallas W. Smythe". Canadian Communication Thought. Der. Robert E. Babe. Toronto: University of Toronto Press, 2000: 112-139.
- Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği*. Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Dağtaş, E., & Yıldız, M. E. (2015). *Türkiye'de "İzleyicinin Metalaşması": Televizyon Dizilerinin Sosyal Reyting Ölçümlerinin Eleştirel Ekonomi Politik Çözümlemesi*. Global Media Journal TR Edition, 5(10), 120-142.
- Erol, E.G. (1999). *Televizyon Haber Kanalları: CNN ve NTV Haber Kanallarının Karşılaştırmalı İncelemesi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gibbs, D. (2000). *Realpolitik and Humanitarian intervention: The case of Somalia*. International Politics, vol. 37, 41-55.
- Jansen, S. C. (1983). *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada*. Theory and Society. 12/3, 421-426.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya* (O. Akınhay, Çev.). ALFA Basım Yayım Dağıtım.
- Gowing, N. (1994). *Real-time Television Coverage of Armed Conflicts and Diplomatic Crises: Does it Pressure or Distort Foreign Policy Decisions?* Shorenstein Center on the Press.
- Güngör, N. (2016). *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Kocabay Ş., N. (2020). *İletişimin Ekonomi Politikğine Dallas W. Smythe'in Perspektifinden Bakmak*. İnsan ve İnsan, 7 (26) , 25-39.
- Li, Zhenfang (2003). *A Review on the Study of Media Economics*. China-USA Business Review. 2(1): 26-32.
- Livingston, S. & Eachus T. (1995). *Humanitarian Crises and U.S. Foreign Policy: Somalia and the CNN Effect Reconsidered*. Political Communication, vol. 12.
- Mandelbaum, M. (1994). *The reluctance to Intervene*. Foreign Policy, vol. 95, pp. 3-8.
- Mermin, J. (1999). *Debating War and Peace: Media Coverage of U.S. Intervention in the PostVietnam Era*. Princeton University Press..
- McPhail, Th. L. (2010). *Global Communication: Theories, Stakeholders, and Trends*. John Wiley & Sons Ltd.
- Mosco, V., (2001). *Living on in the Number One Country. The Legacy of Herbert I. Schiller*. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 45 (4): 191-198.
- Mosco, V., (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage.
- Mutlu, E., (2004). *İletişim Sözlüğü*, Bilim Sanat Yayınları.
- Schiller, Herbert I. (1983). *The Communication Revolution: Who Benefits*. Media Development. 30:18-21.
- Schiller, Herbert I. (1993). *The Information Highway: Public Way or Private Road*. The Nation. 257(29): 64-66.
- Schiller, Herbert I. (1969). *The Mass Media and the Public Interest. Television Today: The End of Communication and the Death of Community*. Washington DC: Institute for Policy Studies. 53-69.
- Schiller, Herbert I. (2001). *Digitised Capitalism: What Has Changed?*. (in) Media, Power, Professionals and Policies. Ed.: H. Tumber. pp.: 116-126. Routledge.
- Schiller, H. (2005) *Zihin Yönlendirenler*, (C.Cerit, Çev.). Pınar Yayınları.

- Shattuck, J. (1996). *Human Rights and Humanitarian Crises: Policymaking and the Media*. R. Rotberg & T. Weiss (Eds.), *From Massacres to Genocide: The media, Public Policy, and Humanitarian Crises* (pp. 169-175). Cambridge, MA: World Peace Foundation.
- Smythe, D. (1960). *On The Political Economy of Communications*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 37, 563-572.
- Smythe, Dallas W. (1977). "Communications: Blindspot Of Western Marxism." *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3): 1-28.
- Smythe, Dallas W. (1981). "Communications: Blindspot of Economics." *Culture, Communication and Dependency: The Tradition of H.A. Innis*. William H. Melody vd. (der.). New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Smythe, D. (1990). *Communications: Blindspot of Western Marxism. Counterclockwise: Perspectives on Communication*. Der. Thomas Guback. Colorado: Westview Press., 266-291.
- Thussu, D. K. (2000). *International Communication. Continuity and Change*.
- Thussu, D. K. (2015). *Reinventing Many Voices: MacBride and a Digital New World Information and Communication Order*. *Javnost- The Public*, 22(3), 252-263
- Turam, E. (1996). *2000'li Yıllara Doğru Türkiye 'de TV*. Altın kitaplar Yayınevi.
- Yalçınkaya, H. (2008). Savaşlarda Asker-Medya İlişkilerinin Geldiği Son Aşama: İliştirilmiş Gazetecilik. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5 (19) , 29-56 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uidergisi/issue/39261/462363>
- Yaylagül, L. (2018a). *Dallas W. Smythe'nin İletişimin Ekonomi Politikası Alanına Katkısı*. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3 (2) , 63-74. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/41264/469291>
- Yaylagül, L. (2018b). *Herbert Schiller'in İletişim ve Kuram Araştırmalarına Katkısı*. *Kurgu*, 26 (2) , 11-23. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59638/859499>
- Yaylagül, L. (2019). *Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi*. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 134-152. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/43342/527409>

INTERNET KAYNAKLARI

- (URL- 1). <https://edition.cnn.com/2012/06/18/us/5-ways-the-rodney-king-beating-and-la-riots-changed-america/index.html>
- (URL- 2). <https://commercial.cnn.com/latest-news/press/egypts-international-partnerships-for-sustainable-development/>

TÜRKİYE'DE POLİTİK SİNEMANIN FİTİLİNİ ATEŞLEYEN FİLM: KARANLIKTA UYANANLAR

Selin KİRAZ DEMİR
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
selinkirazdemir@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-5901-857X>

<i>Atf</i>	Kiraz-Demir, S. (2022). Türkiye'de Politik Sinemanın Fitolini Ateşleyen Film: Karanlıkta Uyananlar. Journal of Communication Science Researchs, 2 (3), 220-229.
------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÖZ

Toplumsal yaşamda kitleleri ilgilendiren her olgu, sinemanın icadından bu yana beyazperdede karakter temsilleri ve farklı öykü kurulumlarıyla izleyiciye aktarılmıştır. Dolayısıyla politik meseleler ve bunun toplumdaki iletişim biçimlerine yansımaları da sinema filmlerinin önemli bir misyonu olarak görülebilir. Türkiye'de politik filmler, dönemin koşullarına bağlı olarak açık ya da örtük bir biçimde ön plana çıkmıştır. Bu çalışmada, Vedat Türkali tarafından senaryosu yazılmış olan, Ertem Göreç'in yönettiği 1964 yapımı Karanlıkta Uyananlar filmi üzerinden Türkiye'de politik sinemanın ortaya çıkışı, dönemin siyasi koşulları göz önünde bulundurularak incelenmiştir. Amaç, bir ülkenin siyasal yapısının o ülke sinemasına olan etkilerini incelemek ve bunun kitleler üzerindeki yansımalarını görmektir. Çalışmada ilk olarak Demokrat Parti'nin iktidarı olan 1950-1960 yıllarında Türk Sineması'nda yaşanan değişimler, gelişmeler ve zorluklar ele alınmış, sonrasında ise 1960 darbesi ve 1961 anayasasının getirdiği "özgürlükler" ile Türkiye'de politik sinemanın ilk örnekleri tartışılmıştır. Bu bağlamda ele alınabilecek en güçlü örnek, aynı zamanda Türkiye'de çekilen ilk işçi filmi olan Karanlıkta Uyananlar'dır. Film, politik sinemanın kuramsal özellikleri göz önünde bulundurularak, mücadele, sömürü, adalet, yasa, sınıf çatışması gibi temel kavramlar ışığında betimsel film analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Politik Sinema, Karanlıkta Uyananlar, Sinema ve Sosyoloji.

THE FILM LIGHTS THE FUSE OF POLITICAL CINEMA IN TÜRKİYE: KARANLIKTA UYANANLAR

ABSTRACT

Every phenomenon that concerns the masses in social life has been conveyed to the audience with character representations and different stories on the screen since the invention of cinema. Therefore, political issues and their reflection on the forms of communication in society can be seen as an important mission of motion pictures. Political films in Turkey have come to the fore either explicitly or implicitly, depending on the conditions of the period. In this study, the emergence of political cinema in Turkey has been examined according to light of the political conditions of the time via the movie Karanlıkta Uyananlar (1964) which was written by Vedat Türkali and made by Ertem Göreç. The aim is to examine the influence of the political structure of a country on that country's cinema and see its reflection on masses. The study first deals with the changes, developments and challenges experienced in the Turkish cinema during the Democratic Party's rule of 1950 -1960, then, the first examples of political cinema in Turkey have been discussed over the "freedoms" brought by the 1960 Coup and 1961 Constitution. In this context, is the strongest example that can be considered and at the same time is the first movie was made about workers in Turkey. The film has been analyzed with the descriptive film analysis method of main concepts such as struggle, colonialism, justice, law, class conflict, considering the theoretical features of political cinema.

Keywords: *Political Cinema, Karanlıkta Uyananlar, Cinema and Sociology.*

GİRİŞ

“Drama sanatı için tarihte iz bırakmak, başka hiçbir edebi tür için olmadığı kadar elzemdir.”
Walter Benjamin

Tarihsel süreç göz önünde bulundurulduğunda, politik öğelerin varlığı, örtük ya da açık bir şekilde sanatsal ürünün içerisinde daima varlığını sürdürmüştür. Oldukça eski zamanlardan beri birçok sanatsal ürünün içerdiği politik yapı bilinmektedir. Buna göre, sanat ve politika arasında sıkı bir ilişki vardır. Kreft bu ilişkiyi, farklı rejimleri ve farklı paydaları olan iki özerk alan arasında tehlikeli bir temas olarak açıklamıştır (2008, s. 188). Aynı şekilde Marksist yaklaşım, sanat ile politika arasındaki ilişkiyi derinden irdeleyen bir başka anlayıştır. Marksizm’e göre sanat, kapitalist sistem içerisinde sömürü ilişkilerini deşifre edebilecek, gizlenmiş toplumsal gerçekleri açığa çıkarabilecek bir güce ve sorumluluğa sahiptir. Marksizm anlayışı, sanatı yalnızca bir haz aracı olamayacak kadar önemli bir noktaya konumlandırır. Marksistler sanatın politikadan bağımsız olması önermesini, modernist bir tez ve burjuva ideolojisi olarak nitelendirmiş ve eleştirmişlerdir (Fischer, 1993, s. 13). Buna göre bir sanat yapıtı, varlığıyla dünyanın düzenini değiştirmese de dünyanın düzenini değiştirecek insanları dönüştürür. Dolayısıyla ideolojik anlatıların kitlelere aktarılmasında sanatın işlevi göz ardı edilmemelidir.

Sinema, teknik bir icat olarak ortaya çıkışı olan 1895 yılından itibaren zamanla yedinci sanat olarak kabul görmüş, kendine özgü anlatı formuyla tüm dünyanın, farklı toplumsal sınıfların hatta zamanla bireylerin kendilerini ve ideolojilerini anlatma biçimi olarak kullanılmıştır. Sinema filmleri, toplumsal yaşamın söylemleri ile yani biçim, figür ve temsillerini şifreleyerek sinemasal anlatılar biçiminde aktarırlar. Dolayısıyla sinemanın kendisi de toplumsal gerçekliği inşa eden kültürel temsiller bütünlüğü içinde yerini alır (Ryan ve Kellner, 1997, s. 35). İdeolojik bir işlev üstlenen sinemada bu yöntem zamanla ayrı bir tür haline gelerek *Politik Sinema* adı altında birçok film çekilmiştir. Bu filmler daima politik bir duruş sergileyerek bireysel veya sınıfsal mücadelelere, devlet-halk arasındaki ilişkilere, savaşlara, teröre, siyasal politikalara ve ahlak sorunlarına eğildiği gibi zaman zaman da bağımsızlık mücadelelerini, vatanseverliği ele almıştır.

Politik filmler, henüz sinema tarihinin ilk yıllarında görülmeye başlar. Örneğin, 1920 gibi erken bir tarihte Sovyet sinemasında devrim sırasında oluşan güç ve destek sayesinde biçim ve içerikte devrimci bir sinemayı yaratmak amaçlanır. Benzer bir şekilde ilk olarak İtalya’da ortaya çıkan Yeni Gerçekçilik akımı, faşizme ve onun sonucunda oluşan baskıcı ahlak kurallarına karşı başkaldıran bir akım olması ve politikayla olan yakın teması sebebiyle, sinema ve politika arasındaki ilişkiyi güçlendirmiştir. Yine 1940’larda İngiltere’de ortaya çıkan Özgür Sinema Hareketi, filmler aracılığıyla sadece gerçekliği aynen aktarmaktan ziyade gerçekliğin arkasında yatan bağlantıları ortaya çıkarmayı amaçlamıştır (Gümüş ve Öztürk, 2019, s. 37). Politik Sinema aynı zamanda Üçüncü Sinema ve Üçüncü Dünya Sinemasını da içinde barındırır. Wayne, tüm filmlerin politik olduğunu ileri sürerken aynı zamanda sinemanın bugüne dek ürettiği en incelikli politik filmlerin Üçüncü Sinema filmleri olduğunu söylemiştir (2017, s. 9). Üçüncü sinemanın başlangıcı II. Dünya Savaşı sonrası Üçüncü Dünya ülkelerinin mücadelesine denk gelir. Ortaya çıktığı 1970’lerden sonra ise sinema tarihine damgasını vurmuş, o tarihten bu yana sinemanın politik duruşu gitgide belirginleşmiştir. Üçüncü sinemacıların yarattığı bu akım zamanla tüm dünyaya yayılmış, Hollywood’un eğlenceye yönelik, Avrupa’nın ise birey odaklı filmlerine karşılık üçüncü bir seçenek olarak oldukça ilgi görmüştür.

Tüm ülke sinemalarında olduğu gibi Türkiye’de de varlığını hissettiren bu anlatım tarzı, genel olarak Yılmaz Güney filmlerinde yoğun bir şekilde hissedilir ve Türkiye’de politik sinema Yılmaz Güney sinemasıyla özdeşleştirilir. Politik sinemanın ve Türkiye’de yeni gerçekçi akımın önemli örneklerini veren Yılmaz Güney filmleri (Umut, Arkadaş, Sürü, Yol ve Duvar) (Özgüç, 2005, s.8) bugün sinema literatüründe yerini alsa da ilk politik film aslında Güney’den öncesine dayanır. Bilinenin aksine Türkiye’de politik sinema büyük ölçüde, 1964 yılında Ertem Göreç rejisörlüğünde, Vedat Türkali

tarafından kaleme alınan “Karanlıkta Uyananlar” filmiyle başlamıştır. Bu çalışmada Türkiye gibi çok sayıda siyasal çatışma ve dönüşümlerle, sınıfsal mücadelelerle ve sıkıntılarla karşı karşıya gelen bir ülkede politik sinemanın ilk olarak kendini gösterdiği Karanlıkta Uyananlar filmi betimsel film analizi yöntemiyle ele alınmıştır. Bu inceleme yapılırken, filmin çekildiği dönem olan 60’lı yıllarda Türkiye’deki siyasal yapı da göz önünde bulundurulmuştur. Aynı zamanda, Türkiye’de sinemanın gelişimi ve filmin öncesi-sonrasının doğru bir şekilde tahlil edilebilmesi için Türk sinemasının 1950-1970 yıllarında Türkiye’de sinema endüstrisinin nasıl işlediği ele alınmıştır.

SİNEMACILAR DÖNEMİ’NİN İLK YILLARI VE TÜRKİYE’DE SİYASAL DÜZEN

Türkiye’de çok partili düzene geçiş ve Demokrat Parti’nin iktidara gelişiyle aynı tarihe rastlayan yeni dönem tiyatro ve sinemanın kesin bir çizgiyle ayrılmasını sağlayan Lütfi Ö. Akad’ın 1949’da *Vurun Kahpeye* filmiyle başlar ve yaklaşık yirmi yıl devam eder. Özön, zor bir süreçten geçen sinema endüstrisinin en büyük sorununu “sansür” olarak açıklayarak, o yıllarda Anadolu’nun birçok köşesinde din duygularını sömüren filmler yapıldığına dikkat çeker. Tüm bunlara ek olarak, Avrupa’dan gelen filmlerin azalmasıyla Amerikan filmlerinin gösteriminin ülkede hızla artması dikkat çekicidir. (Özön, 2013, s. 155). Bu durum her yıl sayıları artmakta olan yerli filmlerin beyazperdede gösterilmesini zorlaştırmıştır.

1950’lerde, önceki yıllara göre görülen en önemli değişiklik çoğulcu ortama uygun stratejilerin ortaya çıkmasıdır. Bu dönem çok sayıda, zayıf, parçalı ve rakip örgüt kurulmasını teşvik eden özellikler gösterir. Fakat yapılan bu teşviklerin en önemli nedeni siyasi iktidarın güçlü ve kolektif bir eylemi engellemek istemesinden kaynaklanır. Bunun sonucunda gönüllü örgütler ya siyasal ayrıcalıklara muhtaç duruma gelirler ya da siyasi baskıyla karşı karşıya kalırlar (Özkazanç, 2012, s. 80). Siyasi alandaki bu gelişmeler, önce 27 Mayıs 1960 askeri darbesine yol açacak, 27 Mayıs’ın oluşturduğu 1961 Anayasası’nın getirdiği “özgürlük ortamı” da bu dönemin kendi içinde geçirdiği değişimin habercisi olacaktır.

Bunun öncesinde, Yerli Film Yapanlar Cemiyeti, Sinemacılar ve Filmciler Cemiyeti, Türkiye’de Film İmalcileri Cemiyeti, sinemacılığın düzenlenmesi ve Türk Sineması’nın teşkilatlanmasına dair resmi makamlara bir ön rapor sunarlar. Kurucu Meclis’e anayasa görüşmeleri sırasında sinema sansürünün kaldırılması teklif edilir fakat kabul edilmez (Özdemir, 1999, s. 12). Tüm bunlara rağmen, dönemin en önemli olaylarından biri, ortaya bir eleştirme çalışmasının çıkması, ülke içinde yavaş yavaş ilerleme kaydeden yerli sinemanın, bir sanat kolu olarak kabul görmeye başlamasıdır.

Bu dönemde Lütfi Ö. Akad’ın yanı sıra Metin Erksan, Atıf Yılmaz Batıbeki, Osman F. Seden, Muharrem Gürses, Memduh Ün, Şadan Kâmil gibi yönetmenler çeşitli filmler çekerler. Bunun yanında sinemaya daha önce giriş yapmış olan Faruk Kenç, Orhon M. Arıburnu, Sami Ayanoğlu, Çetin Karamanbey, Baha Gelenbevi gibi isimler de çalışmalarına devam ederler (Güvemli, 1960, s. 256). Türk sinemasında tiyatrocuların baskın olduğu dönemde film yapan tek adam Muhsin Ertuğrul ise yine bir ilke imza atar ve 1953’te Türkiye’de ilk renkli film olan *Halıcı Kız*’ı çeker (Güvemli, 1960, s. 260).

Şükran Esen’in Türk Sineması’nın kilometre taşlarından biri olarak kabul ettiği Lütfi Ö. Akad sinemasal anlatımı ve etkileyici sahneleriyle ön plana çıkan *Vurun Kahpeye*’den sonra büyük bir başarı yakalamış gerek kültürel birikimi gerek sinemaya olan bakış açısıyla izleyicilerin ve film eleştirmenlerinin ilgisini çekerek, bu dönemin en önemli isimleri arasında yerini almıştır (Esen, 2010, s. 81).

1951’e gelindiğinde çekilen film sayısı 36’dır. Bu dönemde tarihsel filmler ağırlık gösterir. Sekiz Kurtuluş Savaşı ve beş tarihi filmin çekildiği bu yılın en önemli filmi kuşkusuz Orhon M. Arıburnu’nun *Sürgün* adlı filmidir (Özgüç, 1988, s. 21). Aynı yıl tiyatrocular büyük bir atılımda bulunurlar. Ankara Devlet Tiyatrosu oyuncularının da katkılarıyla birlikte iş bakımından en büyük başarıları bu dönemde görülmektedir (Özön, 2013, s. 157).

1954’te ülkede canlanan sinema alanında farklı tarzlarda 48 film daha çekilir. Yine Akad yönetmenliğindeki *Öldüren Şehir* ilgiyle karşılanırken Şadan Kâmil’in *Kaçak*’ı da başarılı filmler

arasında gösterilir (Özgüç, 1988, s. 25). Nihayet 1959'a gelindiğinde ise tüm tecrübelerini tek bir filmde toplayan Akad, sahne düzenlemesi, oyuncu yönetimi, sinematografik özellikleri ve hikâye anlatımı bakımından oldukça ustaca olarak kabul edilen *Yalnızlar Rıhtımı*'ni çeker. Türk sinemasının sinema diline bir türlü kavuşamaması konusunda endişeler sürerken Akad bu dilin ilk değerli örneklerini verir. Akad'ın en büyük özelliği ise gerek teknik bakımdan etkilendiği Amerikan ganster filmleri, gerekse tema ve tutum bakımından faydalandığı Fransız filmlerinin etkilerini tamamıyla "yerli" bir hava içinde verebilmesidir (Özön, 2013, s. 166).

Lütfi Ö. Akad'dan sonra bu yılların başarılı yönetmenlerinden birisi de Metin Erksan'dır. Erksan, ilk sinemasal faaliyetine 1950 yılında Yusuf Ziya Ortaç'ın filmi *Binnaz*'ın senaryosunu yazarak başlar. Yönetmenliğini yaptığı ilk film ise *Aşık Veysel'in Hayatı*'dir. 1952'de çekilen bu film, sansürün bakışı altında kalmış hatta asıl adı *Karanlık Dünya* olmasına rağmen bu adı kullanamamış, tüm bu olumsuzluklar nedeniyle de büyük bir başarı elde edememiştir. Erksan, filmin sonuna *Aşık Veysel*'in gerçek görüntülerini de ekleyerek filme bir belgesel havası da katmıştır. Askerliğini Ordu Foto Film Merkezinde yapan Erksan bu dönemde birkaç film daha çeker. Askerden dönüşüne rastlayan *Dokuz Dağın Efesi (1958)* ile sinemada farklılık yaratacağını kanıtlayan yönetmen, tıpkı ilk filminde olduğu gibi sansür sorunu ile karşılaşmasına rağmen özgün ve başarılı sinema diline sahip bir film yapar (Esen, 2010, s. 116).

Sinema anlayışı Erksan'ınkiyle paralellik gösteren Atıf Yılmaz Batıbeki, Erksan ile aynı yıllarda sinema yazıları ve senaryolar yazmaya başlamış, bir dönem yönetmen yardımcılığı yaptıktan sonra 1952'de ilk filmi *Kanlı Feryat*'ı çekmiştir. İlerleyen dönemlerde çeşitli piyasa romanlarını uyarlayarak yaptığı filmler sonucunda Batıbeki'nin Türk sinemasının "piyasa romanları" salgınına uğramasında büyük bir payı olduğu kabul edilir. Fakat kendisi bu uyarlamalar sayesinde kendi sinema dilini geliştirmiş, teknik anlamdaki eksikliklerini tamamlamış ve sonrasında başarılı filmler çekmiştir. Batıbeki, 1959'daki filmiyle yine dikkate değer bir ivme yakalar. *Bu Vatanın Çocukları* adını verdiği film, şimdiye dek yapılan Kurtuluş Savaşı filmlerinden farklı olarak ulusal duyguların sömürülmesi, büyük kahramanlıklar ya da savaş sahnelerine yer vermemiş, bunların yerine, iki küçük çocuğun serüveni hikâyenin temelini oluşturmuştur. (Özön, 2013, s. 181). Batıbeki'nin dönemin Türkiye'sindeki şartlar dikkate alındığında, özellikle sinema alanındaki kısıtlamalara karşı, sürekli olmasa da bir gelişim gösterdiği ve Türk Sineması'nın ilerleyişine katkıda bulunduğu açıktır.

Genç yönetmenlerin Türkiye'de yeni ve yerli bir sinema dilini oluşturdukları bu dönemin ilk on yılı, Türk Sineması'nın gelişimine zemin oluşturacak yapımlar içermektedir. Ayrıntılı olarak bahsedilen yönetmenler dışında bir önceki kuşağın yönetmenleri de bu yıllarda başarılı birkaç film çekmiş, bunun yanında başka yeni yönetmenlerin de sinemaya adım atmasıyla Türkiye'de çekilen film sayısı her geçen artmış, bu on yıllık süreçte yavaş yavaş olgunlaşmaya başlayan yerli sinema daha özgün yapımların ortaya çıkışını hızlandırmıştır. 60'lı yıllar hem Türkiye hem de Türk Sineması için bir dönüm noktası olmuştur. Seyirci, Karanlıkta Uyananlar ile tam da bu süreçte tanışır.

TÜRKİYE'DE POLİTİK SİNEMAYA YÖNELİMLER

Türkiye'de özgün sinema dilinin oluşmasını sağlayan filmlerin yapılmaya başlanmasından sonraki dönem hızlı başlar. Dönemin ilk on yılı "film yapma dönemi" olarak adlandırılırken sonrasında çekilen filmler "sinema dönemi" olarak adlandırılır.

1960 darbesiyle birlikte Demokrat Parti'nin giderek keskinleştiği popülist ve aşırı politikleşmiş yaklaşımlarından farklı olarak, devlet merkezli bir düzenleme gündeme gelmiştir. Bu model, sanayi burjuvazisinin, işçi sınıfının ve bürokrasinin çıkarlarını bir noktada kesiştiren bir model olarak on yıl boyunca istikrarlı olmuştur. Burada, toplumsal farklılıklardan ziyade uzlaşmacılık öne çıkarılır (Özkazanç, 2012, s. 81).

Aynı dönemde Türk Film Prodüktörleri Cemiyeti ve Sine-İş sendikası kurulur. Bu örgütlenmeler Türk film endüstrisinin gelişmesi adına devletle olan ilişkilerini güçlendirdiler. 1963'te Türk sinema sanayicileri, bir yasa teklifini TBMM'ye getirirler. Yasada bulunan maddelerin bazıları şu şekildedir:

- Sinema ve filmciliğin kalkınması için gerekli finansmanı sağlayacak bir “Milli Filmcilik Fonu’nun oluşumunu
- Film ve senaryoların kontrolünün İstanbul’da ve genişletilmiş, uzmanlardan oluşan “Film ve Senaryo Kontrol Komisyonu’na yapılmasını
- Stüdyo kurmak ya da var olan stüdyoları geliştirmek isteyenlere kredi olanağının sağlanmasını ve milli bir stüdyonun kurulmasını
- Filmlere yarışmalar sonunda ödül verilmesini
- Filmlerin giderlerini tümüyle karşıladıktan sonra vergilendirilmesini
- Yeni kurulacak sinema salonlarının 3 yıl süreyle Belediye Eğlence Resmi’nden muaf tutulmasını
- Türkiye’deki her sinemanın belli bir süre Milli Filmcilik Komitesi tarafından seçilerek oynatılmaya değer gördüğü sekiz Türk filmi mutlaka göstermesini kapsamaktadır (Özdemir, 1999, s. 15).

Bu yasayla birlikte devletin Türk sinemasının gelişmesine yönelik attığı adımlar resmen uygulanmaya konur.

Bu dönemde Metin Erksan’ın en başarılı yapıtlarından biri olan *Yılanların Öcü* (1962), Fakir Bayburt’un aynı adlı romanından uyarılma olan, edebiyat-sinema ilişkisinin en başarılı örneklerinden biridir. Filmin özünde mülkiyet kavgası yatar ve olay ana karakter üzerinde yoğunlaşır. *Yılanların Öcü* ile birlikte sinemada toplumsal gerçekçiliği güçlendiren ilk film örnekleri görülmeye başlanır. Film, dönemin Cumhurbaşkanı Cemal Gürsel’in de katkısıyla birlikte gösterime girer. Böylece Toplumsal Gerçekçilik devlet tarafından da desteklenmiş olur (Özdemir, 1999, s. 14). Fakat henüz hiçbir Türk filmi tam anlamıyla politik değildir. Uluslararası alanda kazandığı başarıyla döneme damgasını vuran Metin Erksan’ın *Susuz Yaz*’ı ise, 1964 yılında Berlin Film Festivali’nde Altın Ayı ödülünü kazanarak Türk Sineması’ndaki en önemli filmleri arasında yerini alır. Film, ideolojik söylem ve cinsellik içeren hatlarıyla sansüre takılsa da Erksan’ın mücadelecı yapısını ortaya koyar (Güngör, 2014, s. 88). Erksan’ın kendi ifadesiyle filmi değerlendirmesi ise şu şekildedir:

“*Susuz Yaz*’ı çektik, film bitti. Ne zaman? 1964 yılında. 1969 yılında hükümet kanun çıkardı, bu da es geçilmiştir. ‘Türkiye’de kimin tapulu mülkünden kaynak çıkıyorsa, o kamunundur’ dendi. Ancak, devlet arazi sahibine ilk kullanma hakkı tanıdı. Peki benim *Susuz Yaz*’ın mülkiyet sisteminin içinde aşamalar gösteren, bu büyük kanunun çıkmasına hiç mi etkisi olmadı? Burası üzerinde hiç durmadılar. O kanun belki çıkacaktı günün birinde, ancak o tarihlerde çıktıysa buna *Susuz Yaz* ve ben neden oldum.” (aktaran Esen, 2010, s. 121).

Hatta *Susuz Yaz* ile birlikte devlet de sinemayla yakından ilgilenmeye başlamış, Türk Sineması’nın sorunları ve geliştirilmesi adına çeşitli tartışmalar düzenlenmiştir (Özdemir, 1999, s. 15). Benzer şekilde 1989 yılında Tunç Başaran yönetmenliğinde çekilen *Uçurtmayı Vurmasınlar* filmi de vizyona girmesinden yaklaşık on yıl sonra Bakırköy Kadın ve Çocuk Tutukevi’nde anneleriyle birlikte kalan 18 çocuğun cezaevinden çıkarak kreşe başlamasına ilham olmuştur. Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen projeye de filmin adı verilmiştir (“*Uçurtmayı Vurmasınlar* projesi”, 2000). Bu gelişmeler sinemanın kitleler üzerindeki gücü, hatta toplumların yaşayış prensiplerinin değişimi üzerindeki etkisinin anlaşılması açısından oldukça önemlidir.

60’lı yıllarda Atıf Yılmaz Batıbeki sineması incelendiğinde ise *Erkek Ali*(1964), *Keşanlı Ali Destanı*(1964), *Muradın Türküsü*(1965), *Toprağın Kanı*(1966) ve *Ah Güzel İstanbul*(1966) gibi filmler öne çıkmaktadır. Bu filmlerden bazıları Antalya Altın Portakal Film Festivalinde kendisine çeşitli ödüller kazandırmıştır. Batıbeki, yöresel gelenekleri yerli yerine oturmuş yalın bir anlatımla ortaya çıkan *Erkek Ali*’den, Türk işi epik tiyatronun bir örneği olan *Keşanlı Ali Destanı*’nın sinemaya uyarlanışına, Yaşar Kemal’in senaryosuna dayanan *Muradın Türküsü*’nden, Yılmaz’ın o dönemdeki en başarılı filmi olarak gösterilen *Ah Güzel İstanbul*’a kadar olan filmlerle sadece yönetmenlik mesleğini

öğrenmekle kalmamış, sinemada biçim sorununa eğilerek Türk Sineması'nın eksik yönlerini tamamlaması için katkıda bulunmuştur (Onaran, 1994, s. 118).

1960'lı yıllar Türk Sineması'nda farklı akımların ortaya çıkmasını sağlamış, bu akımlar o dönemde yapılan filmlerin temelini oluşturmuştur. Mukadder Çakır, Sinemacılar Dönemi'nin ikinci yarısından itibaren etkisini hissettiren bu akımları Toplumsal Gerçekçilik, Halk Sineması, Ulusal Sinema, ATÜT (Asya Tipi Urelim Tarzı) ve Milli Sinema olarak sıralar. Buna göre, toplumsal sorunlara karşı daha duyarlı filmlerin üretilmesi, sansürün denetleyiciliğinin azalmasını fırsat bilerek cesaret edilen ve bir 'sorun'u olan filmler Toplumsal Gerçekçilik akımının bir parçasıdır. Türk Sinemasının, tamamen Türkiye'de yaşayan halkın ihtiyacından doğan ve emeğe yönelik bir sinema anlayışının hakim olduğunu savunan yönetmenler tarafından Halk Sineması akımı başlatılmıştır. Halit Refiğ, Metin Erksan gibi yönetmenlerin de desteklediği bu akım 1960'lı yıllarda en verimli dönemini yaşamıştır (Çakır, 2013, s. 312-322).

Halk Sineması akımına benzer bir şekilde oluşan Ulusal Sinema akımı ise 60'ların sonlarına doğru gerçek anlamda kullanılmaya başlamış, sinema halka açılarak ulusal özellikler kazanmış ve bu nedenle sinema tarihinde olumlu ve ileri bir adım olarak kabul edilmiştir. Ulusal Sinema akımının kurucularından olan Halit Refiğ "*Hiçbir sanat olayı toplumsal boyutlarından arınmış olarak ele alınamaz. Her sanat eseri yaratıcısıyla birlikte içinden çıktığı toplumun üretim ilişkileri ve ekonomik yapısı ile şartlandırılmıştır.*" ifadesiyle sinemanın ideolojik işlevinin önemini vurgulamıştır. Refiğ'e göre herhangi bir dış veya devlet desteği olmadan halkın bünyesinden doğan Türk Sineması'nın kaynağına, halkına dönmesi kaçınılmaz bir durumdur (Özdemir, 1999, s. 17).

Türk Sineması'nın 60'lı yılları birçok gelişmeyi beraberinde getirmiş, baskı ve sansür dolu bir dönemden çıkan yönetmenler artık daha eleştirel, politik filmler çekmeye başlamışlardır. Ertem Göreç'in çektiği Vedat Türkali tarafından senaryosu yazılan *Karanlıkta Uyananlar*, bu tür filmlerin önünü açan, açık biçimde politik bir duruş sergileyen, işçi ve işçi sendikalarını ele alarak yalnızca bireye değil kitlelerin sesi olan filmidir.

KARANLIKTA(N) UYANANLAR'IN ÖYKÜSÜ

Siyasi ve toplumsal olarak çok köklü dönüşümler geçiren Türkiye'de sinema yapmak, özgün bir sinema dili oluşturmak çok uzun süreçlerden sonra oluşmaya başlamıştır. Baskı ve sansürün yıldırان politikalarına karşılık 1961 anayasasıyla birlikte gelen "rahatlama" ile birlikte artık çok daha açık bir şekilde, derdini duyabileceğimiz filmleri beyaz perdede görmeye başlarız.

Toplumsal Gerçekçilik akımının yarattığı etkiyle o dönemde çekilen birkaç film gerçekten bir *sorunu* olan filmlerdir. Bu durum, toplumsal sorunları sinemasal yöntemlerle anlatma gayreti gösteren filmleri beraberinde getirir fakat hiçbiri tam olarak politik film kategorisine girebilecek düzeyde eleştirel bir bakış açısına sahip değildir. Birçoğu, sinema evreninin hikâyeyi kurgulayabilme yönüne odaklanarak örtük bir şekilde toplumsal sorunları gündeme taşır. Fakat *Karanlıkta Uyananlar*, politik sinemada olması gereken tüm incelikli nitelikleri içinde barındıran, yine de kaba bir propagandaya dönüşmekten uzak bir filmidir. Bu nedenle Türkiye'de politik sinemanın fitilini ateşleyen film olarak kabul edilebilir.

Yaşamının çok büyük bir kısmı cezaevinde geçen Abdülkadir Pirhasan yani bilinen adıyla Vedat Türkali ile dönemin başarılı yönetmenlerinden Ertem Göreç'in dostluğu, sonraları Türk sinema tarihinin unutulmaz filmlerini birlikte yapmalarının da yolunu açmıştır. İlk olarak 1961 yılında çekilen *Otobüs Yolcuları* filmi ile başlayan bu ortaklık, Türk Sinemasında başarılı bir toplumsal gerçekçilik örneğini yaratır.

Yeni anayasanın sunduğu özgürlük havasıyla birlikte hükümet sendika kurma hakkını tanıyarak 1962 yılında çıkardığı 274 sayılı Sendikalar Kanunu ile işçisine sunmuş fakat bu kanun grev ve toplu sözleşme hakkını yok saymıştır. 2 yıl sonra, 1964'te ise 275 sayılı Grev, Lokavt ve Toplu Sözleşme Kanunu, bir önceki kanunda yer almayan hakları işçilere tanıyarak, İşçi Sendikaları Türk İş başkanlığında örgütlenmişlerdir. Ertem Göreç, bu çalışmaları desteklemiş, hatta Türkiye'de ilk sinema sendikasının

kurucularından biri olmuştur (Sekmeç, 2010, s. 72). Karanlıkta Uyananlar'ın çekimleriye, başrollerinde Fikret Hakan, Bekla Algan ve Ayla Algan'la birlikte işte tam da bu gelişmelerin yaşandığı dönemde başlar.

Film, boya fabrikasında çalışan işçilerin yaşadıklarını anlatır. Patronları tarafından söz verilen, hak edilen, ücret zamları sürekli olarak ertelenmektedir. Direnen işçiler işten çıkarılır, bu nedenle birçok işçi işlerini kaybetme korkusuyla sendikaya karşı mesafelidir. Tüm konuşmalar ve çabaların hiçbir sonuç vermediğini gören işçiler için artık tek çözüm grevdir. Film, işçinin sömürü mekanizmasından ülkenin dışa bağımlılığına, fabrika yönetimi içinde dönen oyunlardan, sıradan insanların ekonomik sıkıntılarına dek birçok konuya değinir (Koncavar, 2013, s. 12).

Karanlıkta Uyananlar, henüz açılış sahnesindeki diyaloglardan bize karakterleri tanıtır ve olacakların sinyallerini verir. Film, fabrikada açılır. Boya fabrikasında çalışan işçilerin yanına gelen patronun şu cümlesi filmin kaderini belirleyecektir: *“Çalışanların dostuyum ben çalışanların! Hakkı yenen varsa gelsin bana söylesin, vız gelir bana sendikanız!”* Örgütlenmeyen işçiyi daima oyalayabileceğini ve bir şekilde işçiyi avutup sindireceğini düşünen “şerefli” patron Şeref Bey, sendikaya karşı tutumunu ortaya koyarak ilk gözdağını verir. Sonradan geçim sıkıntısı çeken mahalleli bir kadından da şu sözler dökülür: *“Batsın sendikanız! Başımıza ne geldiye sizin sendikanızdan geldi!”*. Şeref Bey insanları sendikaya karşı tutmak ve sindirmek konusunda *şimdilik* bir başarı elde edebilmiştir.

Dönemin Türkiye tarihini, sosyolojik yapısını ve toplumlar arası iletişim biçimlerini göz önünde bulundurduğumuzda daha önce bahsettiğimiz gibi 1961 anayasasının getirdiği hak ve özgürlüklerin siyasal, ekonomik ve çalışma ilişkileri bakımından önemli bir ilerleme kaydettiğini söyleyebiliriz. Ücrette adaletin sağlanması, sendika kurma hakkı, hak arama özgürlüğü ve diğer birçok hak özgürlükleri sınırlayan ekonomik ve sosyal engellerin ortadan kalkması adına da önemli bir adımdır. İşçilerin, daha önce maruz kaldıkları işverenler tarafından emek istismarını önlemek devletin önemli meseleleri haline gelirken işçiyi sahip olduğu haklar konusunda bilinçlendirmek önemlidir. İnsanca yaşamayı ve çalışmayı hak eden işçilerin sendikaya karşı mesafeli duruşunun kırılması ve birlikte hareket etmenin gücünü kavraması gerekir. Bu nedenle Karanlıkta Uyananlar, sıradan bir film olmaktan öteye geçer ve toplum için de önemli bir misyon kazanmış olur.

Şeref Bey'in ani ölümüyle birlikte işçilerin dostu, oğlu Turgut fabrikanın başına geçer. İşçiler artık daha umutludur, Turgut onların sıkıntılarının farkındadır, mutlaka onlara hak ettiklerini verecektir. Meyhane dönüşü bir akşam fabrikanın kapısına dayanan Turgut ve işçilerle fabrikanın güvenlik görevlisi arasında geçen diyalog işlerin hiç de umdukları gibi olmayacağını izleyiciye fark ettirir. *“Bu fabrika kimin?”* der Turgut. *“Sizin”* der güvenlik görevlisi ve Turgut işçi arkadaşlarına dönerek *“Gördünüz mü bizim bu fabrika!”* der işçiler de hep bir ağızdan *“Bizim”* diye bağırlar. Fakat güvenlik görevlisi sarhoş olan yeni patronu fabrikadan içeri alır ve kapıyı işçilerin yüzüne kapatır. İşçilerin gördüğü muamele bundan sonra da farklı olmayacaktır.

Bu noktada üretim araçlarına sahip olmanın toplumun birbirinden farklı sınıflara bölünmesinin ana nedeni olduğu söylenebilir. Her ne kadar yeni patron babasının kurduğu bu sınıfsal bölünmeyi reddederek yeni bir düzen kurmak istediğini belli etse de ekonomik temelli üretim araçlarının özel mülkiyet sahibi olması, yöneten ve yönetileni, sömüren ile sömürüleni keskin çizgilerle ayırır. Buna göre sınıflı toplumlarda tıpkı filmde görüldüğü üzere iki temel sınıf vardır. Bunlardan ilki üretim araçlarına sahip ve yönetirken, diğeri ise büyük çoğunluğa sahip, sömürülen ve mülke ya da iktidara sahip olmayandır. Bu iki sınıf arasındaki karşılıklı ilişki, bir anda mücadele edilmesi oldukça zor olan sömürü düzeninin başlıca biçimidir (Marx, 1993, s. 23).

Grev yapmaktan başka çareleri kalmayan işçiler sonunda birlik olurlar, artık daha güçlülerdir. Yapılan greve birçok sendikadan da destek gelir, kalabalıklaşırlar. Kendilerine güvenlidirler ve haykırırlar: *“Karşılarında biz varız!”* diye.

Karanlıkta uyananlar işçiyi filmin merkezine alan yapıyla *ilk* olma özelliğini kazanmıştır. Kendisinden önce ve sonra içerisinde işçinin yer aldığı filmler olmasına karşı hiçbirinin ana meselesinin anayasal hak

ve özgürlüklere tam anlamıyla değinmediği görülebilir. İşçilerin gündelik hayatının anlatıldığı, imkânsız aşklarını konu alan ya da göç sonucunda kentlere yerleşerek kültürel yapıya uyum sağlayamayan işçiler uzun yıllar beyazperdede görülmüştür. Bu anlamda film, işçilerin toplumda kendi öznel konumuyla benzerlik gösteren durumların bilincine erişmesini ve kendi konumunu da belirlemesini sağlaması açısından bir örnek teşkil etmektedir.

Yönetmenin, işçi sendikalarının içinde olmasının filmin başarısına katkısıyla ilgili yönetmenin açıklaması dikkat çekicidir: *“Karanlıkta Uyananlar’ın belli bir başarısı vardı. Başka bir yönetmen, muhakkak ki benden daha iyi çekebilirdi ama o yönetmenin bu konuda, en az benim kadar donanımlı olması lazımdı. Ben nasıl ki köy filmlerinde başarısızsam daha önce sendikalarda çalışmamdan dolayı, hem senaryo aşamasında, hem ilişkiler, hem de o dünyanın kurulması aşamasında, bu tecrübem çok yararlı oldu. O zamanlar yerlere göklere sığdıramamışlardı filmi...”* Fakat yapıldığı dönemde oldukça ilgi gören film için her şey çok da yolunda gitmeyecektir (Sekmeç, 2010, s. 87).

Karanlıkta Uyananlar, gösterime girdiğinde birçok sıkıntıyla karşılaşır. 1964’te çekimleri tamamlanan film ancak 1965’te gösterime girer. Gösterime girmesinin ardından ilk tepkiler olumlu olur fakat sonrasında film sabote edilir. Kayseri’de bir açık hava sinemasında gösterim esnasında ses bombası atılır, tahta perdeler yıkılır. Tüm bunların yanı sıra film içinde yer alan bazı sahnelere gösterilen tepki de Göreç’i şaşırtır. Filmin Zonguldak’taki maden işçilerine gösterilmesinin ardından bir işçi *“her şeyi çok güzel anlatmışsınız ama o aşk hikâyesinin, o dansözün ne işi var filmde?”* diyerek tepki gösterir. Göreç, bu yorumların sebebini işçilerin özel hayatları olmadığı düşüncesinin hâkim olmasına bağlar. 1965’te film, Antalya Altın Portakal Film festivalinden en iyi senaryo, en iyi üçüncü film ve en iyi fon müziği ödülleriyle döner. Festival sırasında Beklan Algan linç edilmeye çalışılır, *“Komünistler Moskova’ya”* naraları atılır ve film sansür kurulundan geçtiği halde dört kez daha geri alınarak yeniden denetimden geçirilir (Sekmeç, 2010, s. 87-90).

Tüm bunlara rağmen Çetin Altan’ın 7 Mayıs 1965 tarihli Akşam gazetesindeki köşe yazısı filme hak ettiği değeri verir: *“Türkiye’de patronaj nedir, işçi nedir, yabancı sermaye nedir, kombinezonlar nasıl kurulur, bunların psikolojik ayrımları ve yaşama ortamları en küçük bir falso dahi yapılmadan bir dantela gibi bu filmde örülmüştür. Bu filmi bütün Türkiye görmelidir. Bu film bütün sendikalar, üniversiteliler, sanat çevreleri tarafından yürekten benimsenmeli ve halka mal edilmelidir. Böyle bir film yapabilen bir millet, çağımız uygarlığının kapısını vurarak: Ben de varım, demek hakkını kazanmıştır.”* (aktaran Sekmeç, 2010, s. 91). Buna göre, Karanlıkta Uyananlar filmini izlemek dönemin Türkiyesini, eleştirel bir perspektiften görmek ile eşdeğerdir.

SONUÇ

Sinemanın izleyici kitlesi üzerindeki dönüştürücü gücü düşünüldüğünde politik filmlerin toplumsal alanda var olan sorunların, eşitsizliklerin, eksikliklerin ve yanlışlıkların altını çizebilmesi ve onları görünür kılması oldukça önemlidir. Çünkü politik filmler, çoğunlukla bir *rahatsızlıktan* ortaya çıkmıştır ve bu rahatsızlık o toplumda yaşayan birçok insanın hayatını etkilemektedir. Bu bakış açısından hareketle politik sinemanın iktidarların ideolojik söylemlerine karşı bir tavır geliştirmeleri ve özgür söylem ve düşünceye zemin hazırlayabilmeleri bir sanat ürünüde aranan niteliklere de karşılık gelir.

Türkiye, özellikle geçmişi yaşanmışlıklarla, savaşlarla, mücadelelerle dolu olması ve zengin multi kültürel bir yapıya sahip olması dolayısıyla sinemasına çeşitlilik katan bir ülke durumundadır. Toplumsal gerçekliklerden beslenen ve hem toplumla dönüşen hem de toplumu dönüştüren bir ülke sineması olması Türk filmlerinin kitleler üzerindeki etkisini ve önemini ortaya koyar. Bunun yanında Türkiye’deki film izleyicisi yerli filmlerine en çok rağbet gösteren izleyici kitlelerinden biridir. Türkiye’deki izleyiciler için sinemaya gitmek bir kültür, yaşam biçimidir. Özellikle çalışmanın ele alındığı 1960-1970 yılları arasında üretilen film sayılarındaki artış ve çeşitlilik, sinemaya olan ilgiyle doğru orantılıdır. Bu nedenle film izlemeyi seven ve onu hayatının bir parçası haline getiren izleyiciye ütöpik masallar anlatmak yerine gerçeklikten beslenen meseleleri ele alan filmleri sunmak yaşadığı topluma daha duyarlı ve bilinçli bireyler yetiştirmesini sağlayabilir.

Karanlıkta Uyananlar ile birlikte artık Türkiye’de politik sinemanın önü açılmıştır. Film, işçi sendikalarının da desteğiyle çekilen bu film ilk işçi temalı film olmasının yanı sıra politik Türk filmlerinin en önemlileri arasında gösterilebilir. Bu filmle birlikte, Türkiye’de sinema ve politikanın birbirleriyle ilişki içinde olabileceği, tüm sanat alanlarında olduğu gibi sinemada da eleştirelliğin toplumsal yapıyı güçlendirebileceği, belli kişilerin, grupların seslerini daha gür bir şekilde duyurabileceği görülmüştür.

Film, Türkiye’de siyasal dönüşümün yaşandığı bir dönemde yapılmış, yeni çıkan yasaların, kişilerin sahip olduğu hakların daha geniş kitlelere yayılarak anlaşılmasını sağlamıştır. Bu, sinemanın mevcut olanı görme ve gösterme işlevini de yerine getirdiğinin bir kanıtıdır. Aynı zamanda film, Türkiye’de özgür bir şekilde sanat yapabilmeyen de mümkün olduğunu göstermiştir. Tüm bunların yanı sıra filmin önemli bir özelliği de yalnızca konusu itibarıyla değil üretim aşamasında da kolektif hareketin önemini vurgulamış olmasıdır. Dayanışma, filmin her aşamasında vardır.

Karanlıkta Uyananlar filminin kendisinden önce çekilen filmlerden en büyük farkı, politik sinemada bulunması gereken, izleyiciyi rahatsız ederek harekete geçirmeyi amaçlayan, kapitalizme, baskıcı yönetime karşı muhalif bir duruş sergileyen, geride bırakılmayı, sınıf çatışmalarını irdeleyip eleştiren, anti-emperyalist ve ezilenden, sömürülenden, emekçiden yana bir yapıya sahip olmasıdır. Çarpıklıkları, bozuklukları, sömürüyü belgelemek ve sergilemeyi amaçlayarak kaçınılmaz olanın değişim olduğunu izleyiciye hissettirir. Genel olarak tüm politik filmlerde olduğu gibi gerçekçi bir sinema dili kullanılır ve yönetmenin hayata bakışı da filme yansımıştır.

Karanlıkta Uyananlar ile fitili ateşlenen Türk sinemasındaki politik duruş düzene karşı olabildiğince devam eder. Film, artık sinema sanatı aracılığıyla toplumla iletişim kurmayı, sosyolojik yapıyı güçlendirecek adımlar atmayı ve toplumsal alanda hak ve özgürlük mücadelelerinin önemini vurgulamak isteyen herkes için bir umuttur. Yılmaz Güney için daha da büyük bir “Umut”.

KAYNAKÇA

Çakır, M. (2013). *Medya ve Sanat*. Parşomen Yayınları.

Esen, Kuyucak, Ş. (2010). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları*. Agora Kitaplığı.

Fischer, E. (1993). *Sanatın Gerekliliği*. Verso Yayınları.

Gümüş, M. Öztürk, M. (2019). Politik Sinemada İşçi Sınıfı Temalarının İşlenişi: Ken Loach Sineması, *İş ve Hayat*, 5(10), 34-57.

Güngör, A.C. (2014). Auteur Kuramı ve Metin Erksan Sineması. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 30, 79-100.

Güvemli, Z. (1960). *Sinema Tarihi-Başlangıcından Bugüne Türk Sineması*. Varlık Yayınları.

Koncavur, A. (2013). *Sinema İletişim Edebiyatı*. Agora Kitaplığı.

Kreft, L. (2008). Sanat/Siyaset Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika, A. Artun (ed.). İletişim Yayıncılık.

Marx, K. (1993). *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı*. S. Belli (çev.), Sol Yayınları.

Onaran, A. Ş. (1994). *Türk Sineması (1. Cilt)*. Kitle Yayınları.

Özdemir, İ. (1999). Ulusal Sinema Düşüncesi’nin Politik, Toplumsal, Bilimsel, Edebi Yönleri ve Bu Düşüncenin Türk Sineması’na Etkileri (1965-1971), Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Özkazanç, A. (2012). Cumhuriyet Döneminde Siyasal Gelişmeler: Tarihsel-Sosyolojik Bir Değerlendirme. F. Alpkaya (ed.) ve B. Duru (ed.), *1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim*, (ss.) 71-105. Phoenix Yayınevi.

- Özgüç, A. (1988). *Kronolojik Türk Sinema Tarihi*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Özgüç, A. (2005). *Bütün Filmleriyle Yılmaz Güney*. Agora Kitaplığı.
- Özön, N. (2013). *Türk Sineması Tarihi 1896-1960*. Doruk Yayınları.
- Ryan, M. Kellner. D. (1997). *Politik Kamera*. Ayrıntı Yayınları.
- Sekmeç, A. C. (2010). *Emeğin İzinde Bir Sinemacı Ertem Göreç*. Aksav.
- Uçurtmayı Vurmasınlar projesi başlıyor. (2000 28 Ağustos). *Hürriyet.com.tr*.
<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/ucurtmayi-vurmasinlar-projesi-basliyor-39178080>
- Wayne, M. (2017). *Politik Film Üçüncü Sinemanın Diyalektiği*. E. Yılmaz (çev.), Yordam Kitap.

SUBMISSION

The format for articles published in IBAD follows the recommendations of the American Psychological Association (APA) Publication Manual (7th ed.) The APA Publication Manual is available online at <http://www.apastyle.org/manual/> and can be found in most institutional libraries.

Ensure that your manuscript files conform to our formatting requirements: **Acceptance Conditions for Articles:**

*All manuscripts should be at least 4000 words (including the abstract and all references, tables, figures, appendices and endnotes).

*All submitted manuscripts must be prepared in strict accordance with the 7th edition of the Publication Manual of the American Psychological Association (APA; see <http://www.apastyle.org/> or <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>).

*Please click here to see detailed explanation and samples for APA 7.0

*The title of the article must be written in, bold and big letters, 14 font size, times new roman font and centered.

*The name of the writer(s) should be centered and written in times new roman font and 11 font size.

*The title of the writer(s), the institutional information, and email addresses should be centered and written in arial font and 11 font size (the information should be listed under the name of the writer(s)).

*The abstract should be written in Turkish and in English. It should be between 200-300 words, written in times new roman font, 11 font size with a 1 line spacing, and the paragraph justified.

*The English and Turkish articles should mention the aim and method of the study. The articles which do not mention these will not be evaluated.

*There should be a maximum of five key words listed under the abstracts.

Writing Rules

All work submitted to our journal should have the following characteristics: As the basic spelling rules, works sent must be written in accordance with the APA (7.0) style. Examples and exceptions are listed below: Notes and references should be separated. The notes should be numbered in the text and should be given as "footnotes". References should be organized according to the APA system.

Editing of Topics

MAIN TITLE all letters large, 14 points and bold, INTRODUCTION, ABSTRACT, RESULT AND BIBLIOGRAPHY all letters are large, left-justified, 11 points, bold, Headings are capitalized, left-justified, 11 points, bold, Subheadings, initials are capitalized, italic, parallel to paragraph, 11 point, bold.

Entries must be written in a Microsoft Word program and the page metrics must be organized as follows:

Paper Size: A4 Portrait

Top Margin: 2.5 cm

Bottom Margin: 2.5 cm

Left Margin: 2.5 cm

Right Margin: 2.5 cm

Paragraph Head: 1 cm

Block Quote: Left 1 cm

Font: Times New Roman

Font Style: Normal

Main Text Size: 11 points

Block Quote: 9 points

Footnote Text Size: 9 points

Inside the Table: 9 points

Paragraph Spacing: 6 nk

Line Spacing: Single (1)

REFERENCE PRINCIPLES

In the reference part, only referred sources in the article should be included and the alphabetical order should be followed according to the surname of the author.

In-Text Resource Display

In the works, the opinions of others should be shown as quotation or reference.

Short quotes should be shown in quotation marks. Quotes longer than 4 lines should be written as a separate paragraph, 1 cm inside and 11 pt.

In this case, quotation marks should not be used.

In the references, surnames, date of publication, and page number information must be given in parentheses. In the case of one and two authored publications, the surnames of both authors should be included in parentheses.

With more than two author references, only the first author's surname should be given and 'and others' statement should be used for other authors.

In publications written by legal entities, the abbreviation can be made after the first reference if the legal entity name is too long or the abbreviated form is very known. If it is decided to use the abbreviation, the name of the institution should be written in the first submission and the abbreviation should be given in square brackets next to it.

If it is referred to different publications published on the same date, the words "a, b, c, ..." should be used in order to distinguish the publications from each other, and this usage should be included both in the bibliography section and the references in the text.

Reference Examples

Reference to books and articles of a single author:

In text (book):

(McQuail, 1987, p. 55).

– Reference to more than one work of same writer in the same year:

(McQuail, 1987a, p. 55; 1987b, p. 40).

-If the writer has quoted from another author:

(Transcribed by McQuail, 1987a, p. 55).

In Bibliography:

McQuail, Denis, (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*, Beverly Hills, CA: Sage Publication Inc.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988a). *General Teaching Methods*, Ankara: Binbaşıoğlu Publishing House.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988b). "The Impact of Homework on Learning", *Education*, 65, 362-369.

In the text (article):

(Varis, 1984, p. 32).

In Bibliography:

Varis, Tapio, (1984). & Quot; International Flow of TV Programs & quot ;, *Journal of Communication*, 34 (1), pp.143-152.

Books and articles of two authors:

In text (book):

(Perelman and Olbrecht, 1971, p. 10).

In Bibliography:

Perelman, C. and Olbrechts-Tyteca, L., (1971). *The New Rhetoric*, Notre Dame: University of Notre Dame Press.

In the text (article):

(McCombs & Shaw, p. 108).

In Bibliography:

McCombs, M. E. & Shaw D. L., (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *The Public Opinion*

Quarterly, 36, (2), p.176-187.

Books and articles of more than two authors:

In text (book):

(Lazarsfeld et al., 1996, p. 45).

In Bibliography:

Lazarsfeld, P. F., Berolson, B. and Gaudet, H., (1944). The People Choice, London: Colombia University Press.

The articles included in the compilation publications:

In text:

(Schramm, 1994, p. 53).

In Bibliography:

Schramm, Wilbur, (1992). "How Communication Works", Ünsal Oskay (ed.), Introduction to Mass Communication Theories, Istanbul: Derya Publications, pp. 95-134.

Institutional publications:

In text:

(SPO, 1989, p. 145).

In Bibliography:

DPT, (1989). Sixth Five Year Development Plan, 1990-1994, Ankara.

Books without an author:

In text:

If the title of the book is short:

(Introduction to Librarianship, 1987).

If the title of the book is long:

(Virtual ..., 1995, p. 70).

In Bibliography:

Introduction to Librarianship, (1987). Ankara: Language and History-Geography Publications.

Interview:

In text:

(Personal communication with O. Kologlu, March 13, 2007).

In Bibliography:

Personal communication with Orhan Koloğlu on 13 March 2007.

Electronic Source:

In text:

(Çubukçu, 2009).

In Bibliography:

Çubukçu, Mete, (2009). "Whose Victory Is This?", [Http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp](http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp). Access Date: 15.06.2010.

Electronic Source with no author:

In text:

(Ministry of Foreign Affairs, 2010).

In Bibliography:

Ministry of Foreign Affairs (2010), <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>. Access Date: 16.06.2010.

All web site

www.iletgazi.edu.tr is

Personal web pages

Landis, Barbara, (1996). Carlisle Indian Industrial School
History, <http://home.epix.net/~landis/histry.html>, Access Date: December 20, 2001.
Articles in Newspapers or Current Journals:

In text:

(Nadi, 1950).

In Bibliography:

Nadi, Yunus, (1950). "The Secret of Power", Cumhuriyet, July 9.
Untitled Articles in Newspapers or Current Journals

In text:

(Cumhuriyet, 7 May 1924).

In Bibliography:

Cumhuriyet, 7 May 1924.

If there are references to different copies of the same journals in the text:

Cumhuriyet, 1950-1960, Hürriyet, 1948-1960.

Documents

In text:

(Ministry of Commerce, Decision No. 21/48/26).

In Bibliography:

Decision of the Ministry of Commerce, Directorate General of Access, Access: T.C. Prime Ministry Archive.

YAZIM KURALLARI

Dergimize gönderilen tüm çalışmaların aşağıda belirtilen özellikleri taşıması gerekmektedir:

Temel yazım kuralı olarak gönderilen çalışmaların APA (7.0) stiline uygun yazılmış olması gerekmektedir.
Örnekler ve istisnalar aşağıda listelenmiştir:

Notlar ve referanslar ayrılmalıdır. Dipnot kullanılmamalı, notlar metin içinde kullanılmalıdır. Referanslar ise, APA sistemine göre düzenlenmelidir.

ANA BAŞLIK bütün harfleri büyük, 14 punto ve bold,

GİRİŞ, ÖZ, ABSTRACT, SONUÇ VE KAYNAKÇA bütün harfleri büyük, sola yaslı, 11 punto, bold,

Başlıklar baş harfleri büyük, sola yaslı, 11 punto, bold,

Alt başlıklar, baş harfleri büyük, italik, paragrafa hizalı, 11 punto, bold.

Yazılar, Microsoft Word programında yazılmalı ve sayfa ölçüleri aşağıdaki gibi düzenlenmelidir:

Kağıt Boyutu: A4 Dikey

Üst Kenar Boşluk: 2.5 cm

Alt Kenar Boşluk: 2.5 cm

Sol Kenar Boşluk: 2.5 cm

Sağ Kenar Boşluk: 2.5 cm

Paragraf Başı: 1 cm

Blok Alıntı: Sol 1 cm

Yazı Tipi: Times New Roman

Yazı Tipi Stili: Normal

Ana Metin Boyutu: 11 punto

Blok Alıntı: 9 punto

Tablo İçi Bilgiler: 9 punto

Paragraf Aralığı: 6 nk

Satır Aralığı: Tek (1)

KAYNAK GÖSTERME İLKELERİ

Kaynakçada, sadece yazıda gönderme yapılan kaynaklara yer verilmeli ve yazar soyadına göre alfabetik sıralama izlenmelidir.

Metin İçi Kaynak Gösterimi

Yapılan çalışmalarda, başkalarının düşünceleri alıntı ya da gönderme şeklinde verilmelidir.

Kısa alıntılar tırnak işareti içinde gösterilmelidir. 4 satırdan uzun alıntılar ise ayrı bir paragraf olarak 1 cm içeriden blok halinde, 11 punto ile yazılmalıdır.

Bu durumda tırnak işareti kullanılmamalıdır.

Göndermelerde yazar soyadı, yayın tarihi ve sayfa numarası bilgileri parantez içinde aktarılmalıdır.

Tek ve iki yazarlı yayınlarda her iki yazarın soyadına da parantez içinde yer verilmelidir.

İkiden fazla yazarı olan yayınlarda gönderme yapılırken sadece birinci yazarın soyadı verilir, diğer yazarlar için “ve diğerleri” ifadesi kullanılmalıdır.

Tüzel kişiler tarafından yazılmış yayınlarda tüzel kişi adı çok uzunsa veya kısaltılmış biçimi çok biliniyorsa ilk göndermeden sonra kısaltma yoluna gidilebilir. Kısaltma kullanılmasına karar verilirse ilk göndermede kurum adının açık hali yazılmalı ve yanında köşeli parantez içinde kısaltması verilmelidir.

Bir yazarın aynı tarihte yayınlanmış birden fazla yayınından yararlanılmışsa, yayınları birbirinden ayırmak için sırasıyla “a,b,c...” ibareleri kullanılmalı ve bu kullanım gerek metin içinde kaynak gösterme sırasında gerekse kaynakça bölümünde yer almalıdır.

Gönderme Örnekleri

Tek yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(McQuail, 1987, s. 55).

-Aynı yazarın, aynı yıl birden fazla eserine yollama yapılması durumunda:

(McQuail, 1987a, s. 55; 1987b, s. 40).

-Alıntı yapılan yazarın başka bir yazardan alıntı yapmış olması durumunda:

(Aktaran: McQuail, 1987a, s. 55).

Kaynakçada:

McQuail, Denis, (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*, Beverly Hills, CA: Sage Publication Inc.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988a). *Genel Öğretim Yöntemleri*, Ankara: Binbaşıoğlu Yayınevi.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988b). “Ödevlerin Öğrenmeye Etkisi”, *Eğitim*, 65, 362-369.

Metin içindeki yollamada (makale):

(Varis,1984, s. 32).

Kaynakçada:

Varis, Tapio, (1984). “International Flow of TV Programmes”, *Journal of Communication*, 34(1), s.143-152.

İki yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(Perelman ve Olbrechts, 1971, s. 10).

Kaynakçada:

Perelman, C. ve Olbrechts-Tyteca, L., (1971). *The New Rhetoric*, Notre Dame: University of Notre Dame Press.

Metin içindeki yollamada (makale):

(McCombs ve Shaw, 1998, s. 108).

Kaynakçada:

McCombs, M. E. ve Shaw D. L., (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *The Public Opinion Quarterly*, 36, (2), s.176-187.

İkiden çok yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(Lazarsfeld vd., 1996, s. 45).

Kaynakçada:

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. ve Gaudet, H., (1944). *The People Choice*, London: Columbia University Press.

Derleme yayınlar içinde yer alan makaleler:

Metin içindeki yollamada:
(Schramm, 1994, s. 53).

Kaynakçada:

Schramm, Wilbur, (1992). "Haberleşme Nasıl İşler", Ünsal Oskay (der.), Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, İstanbul: Derya Yayınları, s.95-134.

Kurum yayınları:

Metin içindeki yollamada:
(DPT, 1989, s. 145).

Kaynakçada:

DPT, (1989). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1990-1994, Ankara.

Yazarı Olmayan Kitap:

Metin içindeki yollamada:

Kitap Adı Kısaysa:

(Kütüphaneciliğe Giriş, 1987).

Kitap Adı Uzunsu:

(Sanal..., 1995, s. 70).

Kaynakçada:

Kütüphaneciliğe Giriş, (1987). Ankara: Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.

Görüşme:

Metin içindeki yollamada:
(O. Koloğlu ile kişisel iletişim, 13 Mart 2007).

Kaynakçada:

Orhan Koloğlu ile 13 Mart 2007 tarihinde gerçekleştirilen kişisel iletişim.

Elektronik Kaynak

Metin içindeki yollamada:

(Çubukçu, 2009).

Kaynakçada:

Çubukçu, Mete, (2009). "Bu Kimin Zaferi?", <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp>. Erişim Tarihi:15.06.2010.

Yazarı Olmayan Elektronik Kaynak

Metin içindeki yollamada:

(Dışişleri Bakanlığı, 2010).

Kaynakçada:

Dışişleri Bakanlığı (2010), <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>. Erişim Tarihi:16.06.2010.

Tüm web site

www.iletgazi.edu.tr

Kişisel web sayfaları

Landis, Barbara, (1996). Carlisle Indian Industrial School

History, <http://home.epix.net/~landis/histry.html>,Erişim Tarihi: 20 Ekim 2001.

Gazete ya da Aktüel Dergilerde Yer Alan Yazılar

Metin içindeki yollamada:

(Nadi, 1950).

Kaynakçada:

Nadi, Yunus, (1950). "Kuvvetin Sırrı", Cumhuriyet, 9 Temmuz.

Gazete ya da Aktüel Dergilerde Yer Alan İsimsiz Yazılar

Metin içindeki yollamada:
(Cumhuriyet, 7 Mayıs 1924).

Kaynakçada:
Cumhuriyet, 7 Mayıs 1924.

Metin içerisinde aynı gazetelerin farklı kopyalarına atıf yapılmışsa:
Cumhuriyet, 1950-1960, Hürriyet, 1948-1960.

Belgeler
Metin içindeki yollamada:
(Ticaret Bakanlığı, Karar Sayısı, 21/48/26).

Kaynakçada:
Ticaret Bakanlığı, Muamelat Umum Müdürlüğü Kararları, Erişim: T.C. Başbakanlık Arşivi.

IBAD

İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi
Journal of Communication Science Researches



Benim manevi mirasım ilim ve akıldır.

K. Atatürk