



YENİ YÜZYIL'DA İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ



YENİ YÜZYIL ÜNİVERSİTESİ

Yıl: 3 Sayı:4 ISSN: 2757-7007
İletişim Fakültesi Dergisi Ocak 2022

4. sayı

Derginin Adı:	Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi
İçerik:	İstanbul Yeni Yüzyıl İletişim Dergisi içeriği, iletişim ve medya ile ilgili araştırma raporları, özgün makaleler, medya ile ilgili kitap eleştirileri ve incelemelerinden oluşmaktadır.
Amacı:	Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları dergisinde, iletişim ve medya alanında bilimsel açıdan nitelikli özgün makaleler, araştırma raporları, derleme makaleler, medya ile ilgili kitap eleştirileri ve incelemeler yayımlanır. Amaç, iletişim alanı ile ilgili literatüre kuramsal ve ampirik araştırma sonucunda elde edilen bilgilerle katkı sağlamaktır.
Periyodu:	Yılda 2 kez, 6 aylık dönemler halinde.
Dili:	Türkçe-İngilizce
Yayına Başlama Tarihi:	2020 /Haziran / June
ISSN: 2757-7007	
Yayın Tekniği:	Dijital
Tarandığımız İndeksler:	Directory of Research Journals Indexing (DRJI) CiteFactor ResearchBib ICI Journal Master List
Sahibi:	İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Adına Prof. Dr. Yaşar Hacısalihoğlu, Rektör
Baş Editör:	Prof. Dr. Aysel Aziz
Editör:	Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz
Editör Yardımcıları:	Araş. Gör. Serkan Karatay, Araş. Gör. Gizem Çelik
Grafik Tasarım:	Dr. Öğr. Üyesi Özlem Vargün
On-Line Yayın Sorumlusu:	Tayfun Güler – İYYÜ Bilgi İşlem Daire Başkanı
Yayın Kurulu:	Prof. Dr. Aysel Aziz Prof. Dr. Jale Sarmaşık Doç. Dr. Serra Çelebi Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz Dr. Öğr. Üyesi Belgin Yazıcı Dr. Öğr. Üyesi Sevil Bektaş Durmuş Dr. Öğr. Üyesi Ümmühan Molo Dr. Öğr. Üyesi Sevgi Nur Sadedil Dr. Öğr. Üyesi Yücel Sarı Dr. Öğr. Üyesi Özlem Vargün

Akademik Danışma Kurulu:

Prof. Dr. Vugar Zifer Aliyev - Bakü Devlet Üniversitesi (Azerbaycan)
Prof. Dr. Dona Kolar-Panov - International Balkan University (Makedonya)
Prof. Dr. Abdülrezak Altun – Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Özden Cankaya – Galatasaray Üniversitesi (E)
Prof. Dr. Şükran Esen - Marmara Üniversitesi (E)
Prof. Dr. Süleyman İrvan – Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Levent Kılıç - Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hasip Pektaş – İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Sezer – İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Oya Tokgöz – Ankara Üniversitesi (E)
Prof. Dr. Hülya Yenğın - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Konca Yumlu - Ege Üniversitesi
Dr. Salvatore Scifo – Bournemouth Üniversitesi (İngiltere)
Dr. Mashoed Bailie - Eastern Mediterranean University (KKTC)

Hakem Kurulu:

Prof. Dr. Fatoş Adiloğlu - Doğu Akdeniz Üniversitesi (KKTC)
Prof. Dr. Sevda Alankuş – İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Binark - Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Tatal Chevignon - Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Sevimece Karadoğan Doruk – İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Senem Duruel Erkiliç – Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun Gökdağ - İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Prof. Dr. Tevhide Serra Görpe - APR Sharjah Üniversitesi (BAE)
Prof. Dr. Nazife Güngör - Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Neşe Kars - İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih Keskin – Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Levent Kılıç - Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hasip Pektaş – İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. Bahire Özad – Doğu Akdeniz Üniversitesi (KKTC)
Prof. Dr. Ruken Öztürk - Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Timisi - İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz Yenğın - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Sacide Vural – İstanbul Gelişim Üniversitesi
Doç. Dr. Mutlu Erbay – Boğaziçi Üniversitesi

İletişim:

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Topkapı Dr. Azmi Ofloğlu
Yerleşkesi Maltepe Mahallesi, Yılanlı Ayazma Caddesi, No: 26
34010 Cevizlibağ Zeytinburnu / İSTANBUL Tel : 444 50 01

Editör İletişim:

Dr. Öğr. Üyesi Cihan Oğuz -
iletisim.editor@yeniyuzyil.edu.tr

EDİTÖR'DEN...

Merhabalar,

İletişim Fakültemizin “İletişim Çalışmaları Dergisi”nin 4. sayısı ile karşınızdayız. Dergimizle ilgili olarak geçen sayımızda başladığımız teknik ve biçimsel gelişmelere bu sayımızda da devam ettik. Öncelikle Dergimizin ayrı bir Web sayfasını düzenledik; linkine Üniversitemizin linkinden giriliyor, ancak okuyucuya her bir makaleyi PDF olarak indirme olanağı sunuluyor. Ayrıca gönderilen makalelere de yeni bir olanak veriyor; yazarlarımız doğrudan makalelerini bu bağlantı linkinden gönderebilecekler... Erken gelen makalelerin de hemen hakemlere gönderilmesi mümkün olacak, zamandan kazanacağız! Bu gelişmeler hem DergiPark'ın hem Ulakbim'in ulusal ve uluslararası standartları açısından yapılması beklenen çalışmalardan... Bu konuda bizlere yardımcı olan Üniversitemiz BIM çalışanlarına, başta Daire Başkanı Tayfun Güler olmak üzere, teşekkür ediyoruz.

Bu sayımızla birlikte Dergimizin uluslararası taranmasıyla ilgili başvurularımızı sürdüreceğiz. Dergimizin Web sitesindeki görünürlüğü ve linklerle ulaşımının kolaylaşması, taranma sayımızı da artıracak.

Dergimizin bu sayısında ikisi İngilizce olmak üzere 5 makalemiz ve bir kitap incelememiz var... Makale sayımız daha da fazla idi, ancak hakem düzeltmelerinin, yazarları tarafından -Covid-19 nedeniyle- hemen yapılamayışı, bu çalışmaların bir sonraki sayıya bırakılmasına yol açtı...

Bu sayımızda yer alan makaleler iletişimin farklı alanlarında özgün çalışmalar... Bir kısım makaleler genç arkadaşlarımızın yüksek lisans tezlerinden türettikleri... Böylece, gençlerimizin yüksek lisans tezlerinde ne gibi konularla ilgilendiklerini de öğrenmiş oluyoruz...

İlk makalemiz, Dr. Öğr. Üyesi Yücel Sarı'nın, “Tek Parti Dönemindeki Vergi Politikalarının Haber, Yorum ve Karikatürlere Yansımaları” adlı çalışması... Çalışmada, Cumhuriyet tarihinin farklı yönlerden ele alınan ekonomi politikaları ve özellikle tek parti döneminde uygulamaya konulan “Varlık Vergisi” olayı, yazılı basında; gazete ve dergilerde yayımlanan haber, yorum fotoğraf ve karikatürlerde ele alınıyor.

Dr. Öğr. Gör. Gülay Doğan'ın “Göstergebilimsel Bağlamda Fotoğrafta Anlam Üretimi” adlı makalesi, göstergebilim yazınından yararlanılarak fotoğrafın dijitalleşmeyle değişen gösterge konumu; düz anlam, yan anlam olguları karşılaştırılarak inceleniyor.

Araş. Gör. Gizem Çelik'in İngilizce makalesi: “Representation of The Image of Women in Turkish Cinema: An Analysis on the Film of Sibel” (Türk Sinemasında Kadın İmgisinin Temsili: Sibel Filmi Üzerine Bir Analiz) adını taşıyor. Eserin kadın kahramanı Sibel'in adını alan filmde, yöreye özgü kuşdili ile iletişim kurabilen duyma ve konuşma engelli bir genç kızın hikayesi, feminist bakış açısıyla inceleniyor.

Araş. Gör. Melike Sejfula tarafından kaleme alınan “Kültürün Küresel Karşı-Akışı Bağlamında Türk Dizilerinin Makedonya’daki Üniversite Öğrencileri Tarafından Alınması” adlı 4. makalemiz ise oldukça ilginç bir konuyu inceleyerek okuyucuya sunuyor. Son 20-25 yıldır Türk dizilerinin Avrupa, Afrika, Asya gibi kıtalarda ve özellikle Ortadoğu ülkelerinde, hatta orta ve Güney Amerika ülkelerinde ilgi ile izlendiği biliniyor. Ancak, bu dizilerin izleyici üzerinde ne gibi etkisi olduğu ile ilgili, sınırlı da olsa araştırmalar yapılmaya başlandı. Makalede, Türk dizilerinin dış ülkelerde izlenmesi ve kültürel açıdan etkileri inceleniyor. Kuzey Makedonya’da, Üsküp’te bulunan 6 üniversiteden alınan örnek gruplar üzerinden gerçekleştirilen araştırma ilginç sonuçlar veriyor. Makale yazarının Üsküplü olması, böyle bir araştırma yapma olanağını sağlamış...

5. makalemiz, gençlerin müzik dinleme alışkanlıklarını inceleyen Arş. Gör. Serkan Karatay’ın “Online Music Listening Practices and User Motivations” (Çevrimiçi Müzik Dinleme Pratikleri ve Kullanıcı Motivasyonları) adlı çalışması. İngilizce olarak yazılan makale, dijitalleşme ile birlikte gençlerin müzik dinleme pratiklerinin de dijitale dönüşerek internet aracılığıyla yapıldığını, gençler üzerinde elde edilen verilerle irdeleyiyor.

Bu sayımızda, ilk sayımızda değerlendirdiğimiz “Türkiye Sözlü Basın Tarihi” adlı 3 ciltlik çalışmadan sonra yeni bir çalışmayı ele aldık. Ülkemizde iletişim alanında yapılan ve yayımlanan çok değerli çalışmaları da buradan okuyucularımıza tanıtmayı sürdüreceğiz. Bu tür eleştirel bakışla objektif olarak yapılan tanıtımların, özellikle sonraki basımlarında ya da devamı niteliğindeki çalışmalarda etkili olduğu; varsa bir kısmı biçimsel ya da içeriksel eksikliklerin tamamlanması şeklinde olumlu sonuçları da olduğunu ve olacağını biliyoruz.

Bu sayımızda sizlere tanıtacağımız çalışma; Hıfzı Topuz ve Recep Yaşar’ın kaleme aldıkları “Yakın Dönem Türk Basın Tarihi” adını taşıyor... Hazırlanması uzun süre alan bu yapıt, yakın basın tarihimizde siyasal iktidarın içinde bulunduğu dönem olayları ile basın ve fikir özgürlüğüyle ilgili olayların gazetelerdeki haber, yorum ve karikatürlere yansımalarını inceliyor.

Kitap tanıtımının, iletişim alanıyla ilgili ve bilimsel olma koşuluyla herkese açık olduğunu; Yayın Kurulumuzun onayıyla yayımlanabileceğini de belirtelim.

Gelecek sayımızda buluşmak üzere esen kalın, sağlıklı kalın...

Prof. Dr. Aysel Aziz

İÇİNDEKİLER COTENTS

Editör'den... From the Editor

Tek Parti Dönemindeki Vergi Politikalarının Haber, Yorum ve Karikatürlere Yansıması

Dr. Öğr. Üyesi Yücel SARI

Reflection of Tax Policies In The Single Party Period On News, Comments and Caricature

6

Göstergebilimsel Bağlamda Fotoğrafta Anlam Üretimi

Dr. Öğr. Gör. Gülay DOĞAN

The Production Of Meaning In Photography In The Context Of Semiology

34

Kültürün Küresel Karşı-Akışı Bağlamında Türk Dizilerinin Makedonya'daki Üniversite Öğrencileri Tarafından Alınlanması

Araş. Gör. Melike SEJFULA

Reception Of Turkish Tv Dramas By University Students In Macedonia Context Of Global Contra-Flow Of Culture

45

Türk Sinemasında Kadın İmgesinin Temsili: Sibel Filmi Üzerine Bir Analiz

Araş. Gör. Gizem ÇELİK

Representation of The Image of Women in Turkish Cinema: An Analysis on the Film of Sibel

64

Çevrimiçi Müzik Dinleme Pratikleri ve Kullanıcı Motivasyonları

Arş. Gör. Serkan KARATAY

Online Music Listening Practices and User Motivations

77

Kitap tanıtımı: Yakın Dönem Türk Basın Tarihi Hıfzı Topuz ve Recep Yaşar

Prof. Dr. Aysel AZİZ:

Book introduction: The Recent History of Turkish Press Hıfzı Topuz and Recep Yaşar

96

TEK PARTİ DÖNEMİNDEKİ VERGİ POLİTİKALARININ HABER, YORUM VE KARİKATÜRLERE YANSIMASI

Dr. Öğr. Üyesi Yücel SARI

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi
Yeni Medya ve İletişim Bölümü
Orcid ID: 0000-0002-6585-0984, yucel.sari@yeniyuzyil.edu.tr

ÖZ

Kalkınma için, milli ekonomi ilkesi çerçevesinde sanayide, tarımda ve ticari yaşamda üretim yapacak devlet destekli girişimci bir sınıfın oluşmasını hedefleyen ve kalkınmayı bu yolla gerçekleştirmeyi düşünen genç Cumhuriyet iktidarları, uyguladıkları tüm vergi politikalarının merkezine emeğiyle çalışan kesimi oturtmuşlardır. Fakat çalışanın sermayeye tapulandığı bu sistem daha emekleme evresindeyken, 1929'da tüm dünyayı kasıp kavuran ekonomik buhran çıkmıştır. Ekonomisi büyük ölçüde tarıma dayalı Türkiye bu krizden en çok etkilenen ülkelerden biri olmuştur. Hükûmet, ekonomik bunalımı gerekçe göstererek yine ücretli kesim üzerinden çeşitli vergilere başvurmuştur. Ancak bu düzenlemeler, aynı dönemde aynı vergi konusu üzerinden çifte vergilemeye yol açarak, sadece emeğiyle kazananların cezalandırmasının ötesine geçememiştir. İkinci Dünya Savaşı koşullarının yarattığı darlıkta ise bu kez varlıklıları hedef alan hükûmet, "Olağanüstü savaş koşullarında, olağanüstü kazanç ve serveti vergilemek" diye dillendirdiği Varlık Vergisi Kanunu'nu çıkarmıştır. Bu çalışmada, Varlık Vergisi'ne giden yolda genç Cumhuriyet iktidarlarının uyguladığı vergi uygulamalarının dönem basınının haber, yorum ve karikatürlerine yansıma biçimleri ele alınmıştır. Gazete ve dergi arşiv taraması yapılmış, içeriklerin vergi uygulamalarını destekleyip desteklemedikleri araştırılmıştır. Bulgular, dönemin sosyo-ekonomik gerçekleriyle birlikte sunularak karşılaştırma yapılmıştır. Muhalif birkaç yayın dışında iktidara yakın gazetelerin büyük oranda vergi uygulamalarını destekledikleri, konu hakkında hükûmet tarafından yapılan tüm resmi açıklamaları koşulsuz yayımlayarak kamuoyunu etkilemeye çalıştıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Varlık Vergisi, Karikatür, Muhalif basın

Sarı, Y. (2022). *Tek Parti Dönemindeki Vergi Politikalarının Haber, Yorum ve Karikatürlere Yansıması*. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(4) ss: 6-33.

Geliş Tarihi: 07.10.2021
Kabul Tarihi: 25.12.2021
ISSN: 2757-7007

REFLECTION OF TAX POLICIES IN THE SINGLE PARTY PERIOD ON NEWS, COMMENTS AND CARICATURE

Dr. Faculty Member Yücel Sarı

Yeni Yüzyıl University Faculty of Communication
New Media and Communication Department
yücel.sari@yeniyuzuil.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-6585-0984

ABSTRACT

The young republican governments, aiming to create a state-supported entrepreneurial class that will produce in industry, agriculture and commercial life within the framework of the national economy principle for development and thinking of realizing development in this way, placed the working class at the center of all tax policies they implemented. However, while this system, in which the employee was entrusted with capital, was still in its infancy, the economic depression that swept the whole world broke out in 1929. Turkey, whose economy is largely based on agriculture, has been one of the countries most affected by this crisis. The government applied to various taxes on the wage earners, citing the economic crisis as a reason. However, these regulations led to double taxation on the same tax issue in the same period, and could not go beyond the punishment of those who earn only by their labor. In the narrowness created by the conditions of the Second World War, the government, targeting the wealthy this time, enacted the Wealth Tax Law, which it called "taxing extraordinary earnings and wealth under extraordinary war conditions". In this study, the reflection of the tax practices of the young republican governments on the news, comments and caricatures of the press of the period on the way to the Wealth Tax is discussed. Newspaper and magazine archives were scanned and it was investigated whether the contents supported tax applications. The findings were compared with the socio-economic realities of the period. Except for a few dissenting publications, it has been observed that newspapers close to the government largely support taxation practices and try to influence the public by publishing all official statements made by the government on the subject unconditionally.

Keywords: Wealth Tax, Caricature, Opposition Press

Received: 07.10.2021

Accepted: 25.12.2021

ISSN: 2757-7007

GİRİŞ

1925 yılında Aşar Vergisi'nin kaldırılması genç Cumhuriyet'in en önemli kaynağından yoksun kalmasına neden olmuş, 1926 yılında bazı dolaysız vergiler yürürlüğü konularak ve ayrıca bazı vergilerin oranları artırılarak bu açık giderilmeye çalışılmıştır. Ancak devlet bütçesi aşarın kaldırılmasıyla hem büyük bir gelir kaybına uğramış hem de o dönemde nüfusun yaklaşık yüzde 70'i tarımla uğraştığından, bu kesim vergi dışına çıkarıldığı için ekonomide vergi yükü tamamen kentli emekçi nüfusun sırtına yüklenmiştir. Çünkü hükûmet 28 Mayıs 1927 tarihli Sanayi Teşvik Kanunu ile bir yandan yerli sanayinin korunması amacıyla büyük işletmelere hammadde ithalatında gümrük vergisini kaldırmış, diğer yandan da sanayi yatırımı yapacak işletmeleri bazı vergi, ruhsat ve damga resminden muaf tutmuştur (28 Mayıs 1927 tarih ve 1055 Numaralı Teşviki Sanayi Kanununa Müzeyyel Kanun, 1933, s. 817).

Bu atılım ve çabalara rağmen yeterli sermaye birikimini bir türlü sağlayamayan ülke, sanayisini güçlendiremediği gibi, 1929'da tüm dünyayı etkileyen ekonomik krizin içine dalmıştır. Türk Lirası serbest kur rejimi ile bağlı olduğu İngiliz Sterlini karşısında hızla değer kaybetmiş, tarım ürünlerinin fiyatları tüm dünyada düştüğünden ekonomisi tarıma bağlı olan ülkede ekonomik kriz kaçınılmaz olmuştur.

1 Eylül 1939 sabahı ise her şey daha da değişmiştir. Alman orduları 3 koldan Polonya üzerine taarruza geçmişlerdir (Almanya-Polonya'yı İstilaya Başladı, 1939, s. 1). İkinci Dünya Savaşı'nın başlangıcı olarak kabul edilen bu harekâttan hemen sonra İngiltere ve Fransa Almanya'ya karşı birer ultimatom vermiştir. Almanya ultimatomu cevap vermezken, İngiltere ve Fransa 3 Eylül 1939'da Almanlara karşı savaş ilan etmiştir (Polonya'ya Tayyare Hücumları Arttırıldı , 1939, s. 1). Ardından Avrupa'nın birçok ülkesi 14 Ağustos 1945'te Japonya'nın Müttefiklere koşulsuz teslim olmasına kadar, uzun, acılı ve kanlı bir savaşın

içinde kendilerini bulmuşlardır (Japonya Dün Kat'i Şekilde Teslim Oldu, 1945, s. 1).

Başbakan Dr. Refik Saydam, 11 Eylül 1939 tarihinde Türkiye'nin savaştaki durumunu, "Harbin haricindeyiz ve bize bulaşacak inkişaf lar göstermemesi temennisindeyiz" (Başvekil, Dün Türkiye'nin Vaziyetini Etraflı İzah Etti, 1939, s. 11) diyerek açıklamış olsa da, ekonomisini bir türlü rayına oturtamamış, halkının yoksulluk sınırında yaşadığı ülkede savaşın etki ve sonuçları hızla kendisini göstermiştir. Buna ek olarak, savaş süresince ortaya çıkan siyasal ve ekonomik sorunlar, diğer yandan tek parti iktidarının politika ve uygulamalarının yarattığı olumsuz sonuçlar, Türkiye'nin yakın dönem siyasal tarihinin en tartışmalı girişimlerinden birini oluşturan Varlık Vergisi uygulamasını doğurmuştur.

Ne var ki, 11 Kasım 1942 tarihinde kabul edilen 4305 sayılı "Varlık Vergisi Hakkında Kanun" uygulanma biçimiyle gerek iç ve gerekse dış kamuoyunda hâlâ tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır. Birinci maddesi "Servet ve kazanç sahiplerinin servetleri ve fevkalâde kazançları üzerinden alınmak ve bir defaya mahsus olmak üzere (varlık vergisi) adıyla bir mükellefiyet tesis edilmiştir" (Varlık Vergisi Hakkında Kanun, 1942, s. 3695) diyen bu kanunla genç Cumhuriyet, kişisel servet sahibi olan yurttaşlarından bir defaya mahsus vergi tahsil ederek, ekonomisini toparlamaya çalışmıştır.

Fakat fazla düşünülmeden hazırlanan ve uygulamasında yanlı davranılan bu kanun mükelleflerine acı faturalar ödetmiştir. Ancak bu kanunun ömrü uzun olmamıştır. Dışarıdan gelen baskılar sonucu 17 Mart 1944 tarih ve 4530 sayılı "Varlık Vergisi Bakayasının Terkinine Dair Kanun" ile yürürlükten kaldırılmıştır. Bu özelliğiyle de Cumhuriyet döneminde çıkarılan kanunlar arasında ömrü kısa, ama sonuçları ağır olan bir kanun macerası olarak tarihe kazınmıştır.

Bu çalışmada, Varlık Vergisi'ne giden yolda genç Cumhuriyet iktidarlarının uyguladığı

vergi uygulamalarının, dönemin gazetelerinin haber, yorum ve karikatürlerine nasıl yansıdığı ortaya konulmaktadır. Konu kapsamında, o dönemde ülkede uygulanan vergi politika ve uygulamaları literatüre dayalı olarak verildikten sonra, yansımaları söz konusu yıllarda yayımlanan gazetelerin incelenmesiyle ortaya konulmuştur. O dönemlerde yayımlanan gazetelerin hemen hemen hepsi tek parti hükümetlerini koşulsuz desteklediklerinden ve iktidarın bazı olumsuz uygulamalarını olumlu göstermeye çalıştıklarından ya da bunları haber, yorum ve karikatürlerine aktardıklarından, gerçek bilgilere ulaşma adına herhangi bir örnekleme gidilmemiştir. İlgili yıllarda yayımlanan gazeteler taranarak bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Genel olarak muhalif yayın yapan Orak-Çekiç, Yarın (ki ömürleri kısadır) ve Son Posta (belli dönem muhaliftir) gazeteleri ile hükümet yanlısı yayın yapan Akşam, Zaman, Vatan, Tasviri Efkâr, Ulus, İkdâm, Hakimiyet-i Milliye, Bugün, Haber ve Tan gibi gazeteler incelenmiştir.

1. VARLIK VERGİSİ'NE GİDİLEN YOLDA CUMHURİYET EKONOMİSİNDE YAŞANANLAR

Osmanlı Devleti'nden ağır dış borçlarla yüklü kötü bir ekonomi mirası devralan genç Cumhuriyet, kalkınma düşüncesinin temelini sanayi sektörünü oturtmuştur. Ancak ortada sanayi için ne gerekli bir sermaye birikimi ne de sanayi ile ilgili bir işletme olduğundan oldukça sıkıntı çekmiştir. Daha çok kol ve hayvan gücüne dayalı, son derece ilkel üretim yapan bir tarım, bunun yanında belli başlı insanların egemenliğinde toplanmış, ticari ve sanai faaliyetler için yeterli birikimi olmayan, daha çok esnaf kimlikli sermayedarla pek de ileri gidilememiştir.

Zaten 1927'de yapılan sanayi sayımı rakamları da bunu açıkça ortaya koymuştur. Sayımın sonuçları ülkede başta İstanbul olmak üzere İzmit, Bursa, Balıkesir, Manisa, Denizli, Gaziantep, Kastamonu ve Ankara'da 256.855 çalışanı ile toplamda sadece 65.245 işletmenin yer aldığını göstermiştir.

İlkel bir üretime sahip olan bu sanai kuruluşlarının yüzde 95,68'i el sanatlarıyla meşgul küçük işletmelerden oluşurken, sadece yüzde 4,32'sinde motor kullanımı yer almıştır. Üstelik bunların yüzde 43,59'u tarımsal ürün işletmeleri olup, yalnızca yüzde 21'i, 4 ve daha fazla işçi çalıştıran küçük kuruluşlardır (Cillov, 1956). Bu ise Osmanlı Devleti'nin 1915'teki -müessesese sayısı 264 olup, 14.070 işçi- (Ökçün, 1997, s. 14) ve Cumhuriyet'in 1921 sayımlarından-toplam tezgâh sayısı 33.058, işçi sayısı 76.216- (Demirel, 2015, s. 28-29) çok daha ileri gidilmediğini göstermiştir.

Dönemin en önemli sektörü olarak nitelendirilen tarım sektörüne gelince, o da sanayiden farklı olmamıştır. 1927 ziraat kayıtlarına göre ülkemizde o tarihte 1 milyon 751 bin 239 çiftçi ailesi mevcut olup, geçimini çiftçilikten sağlayan nüfus 9 milyon 145 bine yaklaşmıştır. Bu ise çiftçilerin tüm nüfusa oranının yüzde 67,7'ye ulaştığını göstermiştir. Bunun yanında o tarihte Türkiye'de tarımda makineleşmenin oldukça zayıf olduğu ortaya çıkmıştır (1.187.004 karasaban, 210.794 pulluk ve sadece 15.711 ziraat makinası sayılmıştır) (Cillov, 1970, s. 35). Üretilen buğday miktarında da farklı bir durum gözlenmemiştir. 1928-1929 üretim yılında Türkiye'nin buğday üretimi 1,961 milyon tonda kalmıştır (İnci, 2013, s. 276). Üstelik buğday fiyatları hızla düşmüştür.

Ayrıca yapılan araştırmalar ülkede tarımla uğraşanların yeteri kadar toprağa sahip olmadıklarını, eldeki imkânlarla ekebildikleri toprağın da oldukça az olduğunu göstermiştir. Örneğin, 1930 sonlarına doğru yapılan bir toprak sayımına göre, ülkede hanelerin yüzde 36,7'sinin 20 dönümden küçük arazi parçalarına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Yine 500 dönümden az toprağa sahip olan hanelerin işlenebilir alanın yüzde 86,3'ünü elinde tuttukları, geri kalan (1,1 milyon üzerinde) 3 bin ailenin yüzde 14'ünü ekip biçtiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya göre 1,1 milyon işletmenin yüzde 99,7'si 50 dönümden az, yüzde 88,7'si ise 100 dönümden az toprağa sahiptir. 1927'de Türkiye çapında yapılan bir

başka araştırmaya göre de, aile başına işlenen ortalama toprak miktarı 25 dönüm olarak gerçekleşmiştir. En yüksek ortalama (40,5 dönüm), pamuk tarımı yapılan güney bölgesindeyken, çoğunlukla emekyoğun ürünlerinin ekildiği Karadeniz Bölgesi'nde ise bu ortalama 14,9 dönüm olmuştur. Haliyle bu bölgesel çeşitlenmeler, görünürdeki toprak dağılımı eşitsizliğinin, ürün teknolojisi ve toprak verimliliğindeki bölgesel farklılıklar aracılığıyla azaldığına işaret etmiştir (Akbaş, 2017, s. 6).

O günlerde köylülerin çektiği sıkıntılar Orak-Çekiç mecmuasının sütunlarına şöyle yansımıştır:

“Satmamak için tek bir çaresi vardır: kredi aramak (yani borç almak) borcu murabahacılar, silmeciler verir. Bir sene daha fena mahsul olursa köylü büsbütün borçlanır ve nihayet hem öküzü satılır, hem toprağı, kendisi gündelikçi veya ortakçı olur. Az çok borçla harçla işini görebilenler ise sefalet içinde kalır. Çünkü mahsulün en büyük kısmı murabahacılar gider. En kıymetli bir ziraat şubesi olan tütüncülükte de köylünün hali öyledir. Köylüsü 170 kuruş edecek bir tütünü vaktinden ewel, belki daha eğilmeden, 60 kuruştan murabahacıya satmak mecburiyeti vardır. Mahsulün ancak sülüsünden biçare köylü istifade ediyor, bu da zahmetine değmez ve onu yaşatmaya kâfi gelmez. Ziraat Bankası ise köylü parasıyla vücut bulduğu halde pek fena şeraitle para ikraz ediyor. Bankadan yalnız zenginler istifade ediyor. Bunlar da bu bankadan aldıkları para ile murabahacılık ediyorlar, köylüyü soyuyorlar” (Köylünün Dertleri, 1925, s. 2).

Bir de ucuz üretim için karasabana mahkûm edilmiş bu insanlar, en ufak iklim şartlarından bile etkilenip, aletlerini, istihsal (üretim) vasıtalarını, bunların en mühimi ve yegâne kıymetleri olan öküzlerini bile satmaya mecbur kalmışlardır (Köylünün Dertleri, 1925, s. 2). Necmettin Sadık 30 Mayıs 1929 tarihinde yazdığı başmakalesinde, bu durumu, “... Toprak bereketi ise, bizde sade tesadüfe, havanın keyfine bağlıdır. Demek

ki, bu vaziyette iktisadi refahımız bulutların keyfine tâbiidir” diye ifade etmiştir (Birinci İş, 1929).

Yine bu yıllarda işçilerin durumları da farklı olmamıştır. Ülkede milli ekonomi ilkesi çerçevesinde devlet destekli bir girişimci sınıf oluşturmayı ve bu yolla kalkınmayı hedefleyen hükûmet, “mümkün olduğu kadar ucuza mal etmek ve pahalıya satmak” için ameleyi, köylüyü, rençperi tasavvurun dununda (altında) ücretlerle çalıştırmayı bir politika olarak benimsemiştir. Üstelik “bu çalışan kitleleri kendi yaptıkları mal, hâli fiyatlarla satın almaya mecbur etmek için, ecnebi emtiası üzerine yüksek gümrük resimleri (vergileri) koyarak fiyatlarını” artırmıştır (Hükümetin Amele Siyaseti, 1925, s. 1).

Milli sermayeyi destekleme adına yapılan bu uygulama ithalatı kısıtlarken, yerli üretimin yetersizliğinden piyasalara yokluk olarak yansımıştır. Fiyatlar hızla artmış, beraberinde stokçuluk ve karaborsacılık ortaya çıkmıştır. Bu durumda aylık 30 lira ve altında bir ücretle çalışan işçiler (Muhterem Gazetemize, 1925, s. 4) örneğin günde 13 saat çalışan ve yevmiye olarak günde 60, 80, 100 kuruş kazanan bir demiryolu işçisi cuma günleri tatil olduğundan yevmiye de alamamaktadır (Bir Mektup, 1925). Yine ülkede sayıları yüzbinleri geçen ve vassati maaşları 30-35 lira arasında değişen bir sınıf; küçük memurları yaşayamaz hale getirmiştir (Küçük Memurların Maaşları, 1925, s. 2).



“Gimon Efendi Ayvansaray değirmeninde Türkiyeli ameleyi beygir gibi döndürürken”; “Para değirmeni”; “Türkiyeli ameale”, Orak-Çekiç, 5 Şubat 1925, S. 3, s. 1

Emekçiler için hiçbir politikası bulunmayan “Hükûmetin ve hükûmet partisinin etrafını alan Anadolu burjuvazisi, istiklal mücadelesinin galeyana getirdiği milliyetperverlik hislerini, nakde tahvil etmek; ve bu vasıta ile büyük sermayedar mevkiine yükselmek gayesi arkasından” koşmuşlardır. Haliyle, “Bu gayenin husulü milliyetçi bir iktisad siyaseti tatbikine mütevakıf (bağlı)” olduğundan hükûmet “amele ve köylü kitlelerini istismar etmek hakkını, milli burjuvazinin taht-ı inhisarına (tahsis etme)” keyfiyetini kendine görev bilmiştir (Hükümetin Amele Siyaseti, 1925, s. 1).



Halk Fırkası'nın “mandası” yani himayesi altında amele firkasının hali, Orak-Çekiç, 21 Kânun-ı Sani 1925, S. 1, s. 1

Ancak Cumhuriyet hükûmetlerinin emek istismarı üzerine kurdurdukları politikalar, ne yazık ki tarımın ve sanayinin ilkel olması, her iki alanda yeterli sermaye birikiminin bulunmaması, iç ve dış pazarların yeterince düzenlenememesi, tarım ürünlerinin pazara sunulmasındaki nakliye problemleri ve yerli üretimin ucuz ithal ürünlerle rekabete girememesi gibi birçok sebepten dolayı başarıya ulaşamamıştır:



Köylü: “- Yahu bizim de malımız var. Şunları da al! Çürüyecek . Mahvoluyoruz.”
Kumpanya: “- Alamam! Bundan bana ne? Vagon yok!”
“Ve bundan başka trene 3 kuruşa konan mal iki adımlık yol için için böyle 35 kuruşa fırlar. Köylünün malı geri döner.”
“Kavunlar kaç kuruş?; “- 40”; Ne kadar pahalı yahu! Nasıl alınır be?;”
“- Ne yapalım onu Şark şimendifer kumpanyasına sor! Biz elimiz kolumuz bağlı oyuyoruz.”
Yarın Gazetesi, 24 Temmuz 1931, S. 571, s. 1.

1.1. Tüketici Fiyatları ve Türk Lirası Değer Kaybı

O dönemde ekonomiyi yönetmede zorlanan hükûmet, piyasalardaki hâkimiyetini kaybettiğinden her şeyin fiyatı hızla artmıştır. Örneğin 1929'un başında et ve sebze fiyatları yüzde 50 oranında artmıştır (Son Günler Zarfında Et, Sebze Fiyatları Yüzde 50 Yükselmiştir, 1929, s. 1). Pırasanın okkasının bile 15 kuruşa çıktığı bu yıllarda, (Bu Sene Pırasanın Okkası 15 Kuruşa Çıktı, 1929), gazeteci Yunus Nadi'ye göre et eskiden 5 kuruşken 150 kuruşa çıkmıştır. Yine ekmek 1 iken 18, beyaz peynir 5 iken 120, kaşar peyniri 12 iken 240, fasulye 1,25 iken 55, zeytinyağı 3 iken 70, sadeyağ 8 iken 250 kuruş olmuştur. Eskiden bu 7 kalem mala 35 kuruş veren bir kişi, 903 kuruş vermek durumuna gelmiştir (Pahalılığı Yapan Yalnız Paramızın Düşüklüğü Değildir, 1929).



“Şehremininin etler hakkındaki beyanatından sonra” “Tabelelerde son tadilat!..”, Akşam Gazetesi, 19 Nisan 1929, S. 3778, s. 1



“Süt 35 Kuruş”
“- 35 kuruşa süt!. Bu ne pahalılık?...”
“- Tabii birader, bu semtte su azdır!...”, Akşam Gazetesi, 24 Haziran 1930, S. 4202, s. 1

Ancak çalışanların tüm fedakârlıklarına karşın 1929'un başında ülke Türk Lirası'nın değer kaybı ile çok ciddi bir cari hesap açığı vermiştir. O yıllarda Türk Lirası, serbest kur rejimi ile 1925'ten beri altın standardına endekslenen Sterlin'e eşitlendiğinden, bu değer kaybı ülkede panik havası yaratmıştır. Örneğin Şubat 1925'te İngiliz Sterlini 870'ten 920'ye fırlamıştır (Ekmek (20)'ye Çıktı, 1925, s. 2). Bu 11 Ocak 1929'da 999 (İngiliz Lirası, 1929), 2 Haziran 1929 tarihinde 1028 kuruşa yükselirken, Altın da 883 kuruşa çıkmıştır (İngiliz Lirası 1028, 1929, s. 1). Türkiye'de Lozan'la beraber Düyun-u Umumiye kaldırıldığından ve para piyasalarını düzenleyecek herhangi bir merkez bankası bulunmadığından, devletin piyasalar üzerinde sinyoraj hakkını kullanması da mümkün olmamıştır. Ayrıca halkın içinde bulunduğu mali durum yeni vergilerin konulmasını ya da olanların artışını taşıyamayacağından, enflasyona müdahale etmek de imkânsız hale gelmiştir. Doğal olarak bu dönemde halkta ekonominin çöktüğü ve ulusal paranın elden gittiğine yönelik görüşler oluşmaya başlamıştır.



"İngiliz Lirası 1024,20"

"- Desene, bizim barem zamları üç günde güme gidi-verdi!", Akşam Gazetesi, 4 Haziran 1929, S.3821, s. 1

Türk Lirası'nın İngiliz Sterlini karşısında değer kaybı süreç içinde düşmeye devam etmiştir. Örneğin, Haziran 1929'da İngiliz Sterlini'nin yükselmesi piyasalarda tesirini hemen göstermeye

başlamış ve hayat pahalılığı yüzde 5 oranında artmıştır. Mesela bir hafta önce tam 15 liraya satılan Triyeste şekerleri 16 liraya çıkmıştır. Toptan piyasada hâsıl olan bu tereffü perakende fiyatlar üzerine daha çok tesir etmiştir. Ayrıca İngiliz parasının yükselmesi bütün ithalâtçıları olumsuz etkilemiştir. İthalât tacirleri aradaki farkı mallarının üzerine zam olarak yansıtmışlardır (İngiliz Lirasının Yükselmesinin Neticesi, 1929, s. 1).



Müşteri: "- Bu nasıl süt yahu, yalnız sudan ibaret?..."
Garson: "- Hayır efendim, içinde şeker de var! ...",
Cumhuriyet Gazetesi, 4 Ağustos 1930, S. 242, s. 1

O dönemde hükûmet tarafından malîyenin tetkik edilmesi için Almanya'dan getirilen ve raporu kamuoyundan gizlenen uzman Dr. Karl Müller'e (Alman Müller Raporu) göre ülkenin çektiği sıkıntılarının nedenlerinden biri "tarıma yeterince önem verilmemesi" olarak tespit edilmiştir (T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 1930, s. 13). İlkel yöntemlerle yapılan ziraat ürün kaybına neden olurken, ülkede harici ticaret açığına da sebep olmuştur. Bu açık 483 milyon lira olarak gerçekleşmiştir. Son Posta gazetesinin aktardığı şekliyle; "Muhtelif senelerin mukayesesinden anlaşılmaktadır ki, ticareti hariciyenin gelişimindeki eğilme son senelerde en ziyade ihracat aleyhinedir. İhracat 1929 senesindeki çoğalmadan sonra devamlı surette daralmış ve azalmıştır (M. Müller Raporunda Ne Diyor? Türk Parası Niçin Kıymetten Düştü, 1930, s. 8).



Traktör Meselesi: “- Ziraat hayatında traktör, sanayi hayatında şimendilerden daha önemlidir. Asıl traktör siyaseti lâzım, traktör!”, Son Posta Gazetesi, 26 Ağustos 1930, S. 31, s. 1

Üreticiden tüketiciye herkesin kaybettiği bu ortamda piyasalarda fiyatlar Ticaret Odası verilerine göre 1914 yılına göre 1929 yılının ilk yarısı rakamlarına göre 15 kat artmıştır. Doğal olarak Birinci Dünya Savaşı’ndan önce 100 kuruş altın parayla alınan herhangi bir eşya, Kanun-ı Sani (Ocak) ayında 155,4; Şubat’ta 155,5; Mart’ta 155,8; Nisan’da 153,4; Mayıs’ta 148,3 kuruşa alınabilmiştir (1914 Sene-sine Nazaran Hayat Pahalılığı 15 Misli Fazladır, 1929, s. 1). Haliyle enflasyonun sürekli arttığı bu ortamda halk her geçen gün fakirleşirken, sofrasına ekmek bile koyamaz hale gelmiştir (İngiliz Lirasının Yükselmesinin Neticesi, 1929, s. 1). Halkın bu haline hükûmete yakınlığı ile bilinen dönemin ruh ve sinir hastalıkları uzmanı Prof. Dr. Mazhar Osman şu çözümü getirmiştir: “Çok yiyenler çabuk ölürler” (Cumhuriyet Gazetesi, 1930, s. 1).



“M. Osman B. çok yiyenlerin çabuk öleceklerini söylüyor”

“Üstat şu kaşığı ver de biraz da biz ölelim!”, Cumhuriyet Gazetesi, 20 Haziran 1930, S. 2197, s. 1



“- Ayol, duydun mu, az yemek insana yararmış?.”
“- Aldırma; eğer öyle olsaydı biz pehlivan olurduk bel..”, Akşam Gazetesi, 27 Haziran 1930, S. 4205, s. 1

1.2. 1929 Dünya Buhranı'nın Etkileri

1929 yılının sonlarında başlayan ve etkileri 1930 yılının sonlarında tam anlamıyla hissedilen ekonomik buhran, tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye’yi de etkilemiştir. Hükûmetin açıkladığı rakamlar her ne kadar ihracat ve ithalat dengesine işaret etmiş olsa da, meblağda gelir çok düşük kalmıştır. Çünkü kriz tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hammadde-tarım ürünleri fiyatlarını düşürmüştür. Haliyle dış ticaret haddi-toplam gelirden ülkenin aleyhine dönmüştür (Memleket İçinde Alış Veriş Genişletmek, 1935, s. 1). Ülke dışına çok ürün satılmasına rağmen az gelir elde edilmiştir. Üstelik ihracatçı hacimde çok mal gönderdiği için, az gelire karşı çok navlun ödemek zorunda kalmış ve zarar etmiştir.



“Hasta Adam’ın konsültasyonu” (Musavveri: Ramiz,

"Aydın mebusu Reşit Galip Bey'e ithaf)
Doktorlar: "- Buhran devam ediyor, önüne geçemezsek felâket!..", Cumhuriyet Gazetesi, 11 Ekim 1931, S. 2669, s. 1

Bütün bunlar 24 Temmuz 1923 tarihinde imzalanan Lozan Antlaşması'yla Düyun-u Umumiyesi kaldırılmış, dış borçların ödenmesi planlara bağlanmış bir ülke için hiç de iyi olmamıştır. Osmanlı Düyun-u Umumiyesi'nin borçlarını kabulde oldukça cömert hareket eden ülke ne yazık ki ödemelerde zora düşmüştür. Bu konuda, "Bizi sıkıntıya sokanlardan bahsederken münhasıran Osmanlı Düyun-u Umumiyesi tediyatını anlamalıdır. Diğer borçlar zaruri tediyelerdir. Osmanlı Düyun-u Umumiyesinin ise iktisadi ve mali bünyemizdeki tesirleri barizdir. Biz bu nevi borçları kabulde beynelmilel misaller ve mikyaslar haricine cömert hâreket ettik. Halbuki bugün Düyun-u Umumiye istikbalimizi de tehdit istidadını göstermiştir" diyen Başbakan İsmet İnönü ileriki günler için büyük bir krizi müjdelemiştir (Gazetesi V., Milli Paramızın Korunması İçin, 1930, s. 1).



"- Bu ne iştir anlayamadım gitti yahu?... Her ay karıma 150 lira tuvalet parası veriyorum, hâlâ Avrupada iktisadi buhran var!..", Akşam Gazetesi, 25 Temmuz 1932, S. 4953, s. 1

1.3. Krize Karşı Alınan Önlemler

1923-1932 yılları arasında ekonomik politikalarına demiryolu inşası başta olmak üzere bazı altyapı kurumlarını oluşturmak, yabancı sermaye elinde bulunan elektrik santrali, telefon, tramvay, tütün, tuz, alkol, kibrit gibi Rejileri (Reji Şirketi) millileştirmeyi oturtan hükûmet, özelleştirmeyi de başa-

ramayınca mali krize girmiştir. Bunlara 1929 Dünya İktisadî Bunalımı'nın etkisi eklenince diğer tarımsal ürün ihracatçısı ülkelerde olduğu gibi ödemeler dengesi hızla bozulmuştur. Ülkede piyasalar altüst olurken, hükûmet çeşitli önlemler almaya çalışmıştır. 20 Şubat 1930 tarihinde 1576 sayılı "Türk Parasının Kıymetinin Korunması Hakkında Kanun"u Meclis'te kabul ettiren hükûmet (Türk Parasını Koruma Kanunu Borsada İyi Te'sirler Yapacaktır!, 1930, s. 1) ardından da Maliye Vekâleti'ne bu kanunun ne şekilde uygulanacağına ilişkin bir genelge hazırlatmıştır: "(1) İhracat tacirleri Türk parası ile tesviye edilmek üzere harice mal satamazlar. (2) Bankalar hiç bir kimseye ecnebi döviz üzerine kredi açamazlar, (3) Bankalara yatırılan Türk paraları hiç bir suretle ecnebi parasına tahvil edilemez" (Türk Parasını Koruma Harice Türk Parası ile Satış Yapılamayacak, 1930, s. 1) hükümlerini içeren düzenleme, kambiyo, döviz, hisse senedi ve tahvil işlemlerinde spekülasyonu önlemeye çalışmıştır.



"Beynelmîl yüksek maliye haydutlarına karşı tedbir"
"- Hazır olun geliyorlar", Akşam Gazetesi, 24 Şubat 1930, S. 4085, s. 1

Hükûmet ardından önce 11 Haziran 1930'da Türk Lirası'nın kıymetinin tespiti için 1715 sayılı "Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu"nu çıkarmıştır. Kanuna göre anonim şirket şeklinde "Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası" kurulmuştur (Devlet Bankası Kanunu, 1930, s. 1). 3 Ekim 1931 tarihinde faaliyetlerine başlayan Merkez Bankası ilk iş olarak Türk lirasının değeri üzerinden çeşitli düzenlemelere gitmeye

çalışmıştır (Cumhuriyet Merkez Bankası, 1931, s. 1). Bunda da başarılı olmuştur. İngiliz Sterlini 1 Ekim 1931'de 830, 2 Ekim'de 805 kuruşa düşmüştür. 3 Ekim'de İngiliz Sterlini 810, Dolar 047,44, Frank 12.03, Liret ise 9,30,19 kuruştan işlem görmüştür (İngiliz Lirası 810 Kuruş , 1931). İngiliz Sterlini daha sonra inmeye devam etmiş, örneğin Ağustos 1932'de 750 kuruşa kadar düşmüştür (Şirketlerden El'aman, 1932).



"Şirketlerden El'aman"; "İngiliz lirası düştü, her şey bir az ucuzladı, onlar yerinde sayıyorlar"; "İngiliz lirası dörtte bir nisbetinden fazla düştü, fakat onlar fiatları düşürmüyorlar ..."

Vakit Gazetesi, 7 Ağustos 1932, S. 5236, s. 1



Frank: "- Dostum, hastalığının hakiki sebebini anlayabildin mi?"

Sterlin: "- Doğrusunu istersen kendimi viskiye, eğlenceye çok vermiştim; biraz itidal sayesinde kendimi belki toplarım.", Son Posta Gazetesi, 3 Ekim 1931, S. 428, s. 1

Hükûmet bunu takiben milli sanayi kuruluşlarının denetimi ve mali yapılarını düzenlemek amacıyla Sanayi ve Maadin Bankası'nın yerine 4 Temmuz 1932 tarihli Devlet Sanayi Ofisi Teşkilî Hakkındaki Kanun'u (B.M. Meclisinde, 1932) ve 7 Temmuz 1932'de sınıai kredi

işlerini yürütmek için "Türkiye Sanayi Kredi Bankası Teşkilî Hakkında Kanun"u kabul etmiştir (Yeni Bir Kanunla Tefecilik Ortadan Kaldırılmıştır, 1933, s. 1).

8 Haziran 1933 tarihinde ise hükûmet; 2279 sayılı "Ödünç Para Verme İşleri Kanunu" ile faizden para kazanmak için ödünç para verme işleri ile meşgul olan hakiki ve hükmi şahısların hükümetten izin almalarını şarta bağlamıştır. Kriz ortamından faydalanarak faiz veya tefecilik gibi bir başka kazanç yolu ile haksız gelir elde edenlere yönelik önemli adımlardan birisi olan bu düzenlemenin 17. maddesi "Tefecilik edenler bir aydan bir seneye kadar hapse ve (500) liradan (10.000) liraya kadar ağır para cezası" getirmiştir (Ödünç Para Verme İşleri Kanun, 1933, s. 1429).



"- Tefecidir, herkese borç para verir!.."

"- Kimbilir ne kadar çok dostu vardır?...", Akşam Gazetesi, 28 Haziran 1933, S. 5285, s. 1

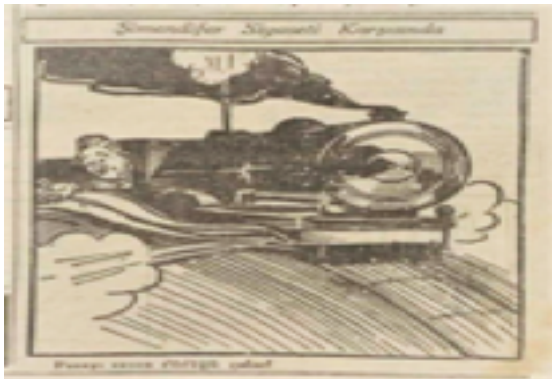
14 Haziran 1935 tarihinde de Türkiye'nin yeraltı kaynaklarını devlet eliyle çıkarmak ve işletmek amacıyla, sanayinin ihtiyacı olan madenleri, endüstriyel hammaddeleri, enerjiyi üretmek ve bu işlerin yapılması için gerekli sermayenin toplanacağı her türlü bankacılık işlemini yapması için Eti Bankası ve Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü kurulmasına dair tasarı kabul edilmiştir (Kamutayda Dün Onaylanan Lâyhalar, 1935, s. 3).

1.4. Milli Politikaların Çöküşü

1933-1939 yılları arasında devletçilik politikalarını derinleştiren hükûmet bunda pek de

başarılı olamamıştır. Özellikle başta demiryolları inşası bütçeye büyük yük getirmiştir. Ülkede onca yokluğa rağmen, milli sermayeyi geliştirmek, sanayiciye hammadde sağlamak, bunların nakliyesini üstlenmek amacıyla, ülkenin sınırlı kaynakları seferber edilip, iç borçlanma yolu ile demiryolu ağı örne düşüncesi, nihayetinde ekonomiyi altüst etmiştir. Bu, Alman Müller Raporu'nda, "sanayi ve milli savunma harcamalarının yanında demiryolları inşasına ayrılan bütçenin, ekonomiyi çökerten nedenler arasında olduğu" belirtilmiştir. Rapora göre ülkenin öncelikle "ziraata ayrılan bütçeyi artırması; tarım ülkesi kimliğini muhafaza etmesi, ekseri bu ürünlerle dış ticarete ağırlık verilmesi gerektiği" vurgulanmıştır (Şimendifer Siyaseti Ne Netice Vermiş?, 1930, s. 1).

Bu konuda hükûmetin "şimendifer" siyasetini eleştiren Serbest Cumhuriyet Fırkası lideri Fethi Bey de, "... Bir adam farzediniz ki parasızdır, fakat borç ederek otomobil alır. Ne bu otomobili işletecek, ne de borcunu ödeyecek parası olmadığı için iflâsa mahkûm olmuştur. İşte İsmet Paşa'nın şimendifer siyaseti bizi bu adamın vaziyeline düşürmüştür. Hariçte itibarımız kalmamıştır. Dâhilde bütçemiz berbat olmuştur, mali siyasette mağlup vaziyeteyiz. İsmet Paşa ve arkadaşları vaziyetin vahametini kavrayamıyorlar. Mazurdurlar. Çünkü içlerinde maliye işlerinden anlayan yoktur. Ortalığı hala gül ve gülistan göstermeye çalışmak ne iyi bir mazhariyettir bilemem" demiştir (İsmet Paşa Vaziyetinin Vehametini Kavrayamıyorlar, 1930, s. 7).



"Şimendifer Siyaseti Karşısında" "Parayı veren düdüğü çalar!", Son Posta Gazetesi, 1 Eylül 1930, S. 37, s. 1



"Yanlış ilaçlar";
"İnhisarlar (tekeller), vergiler, şimendifer siyaseti, mali vaziyet"
Müşteri: "- Eczacı, verdiğin ilaç az daha hastayı öldürecekti. İçinde Hamızı kibrit, emlâh, fazla miktarda şeker ve barut, tütün nikotini gaz ve ispirto var..."", Son Posta Gazetesi, 12 Eylül 1930, S. 48, s. 1



"Mali Bir Ameliyat"
Alman iktisat doktoru: "- Zavallı adam... Adamakilli mide feshedilmeye uğramış."
Son Posta Gazetesi, 5 Ağustos 1930, S. 20, s. 1

Genç Cumhuriyet'in dış alımı önlemek için 1930'larda girişeceği iktisadi devlet teşekkülleri arasında şeker fabrikaları da yer almıştır. Hem tarımı canlandırması hem de en temel gıda ürünlerinden olan şeker üretimini gerçekleştirmesi ve şeker ithalatının önlenmesi için şeker fabrikaları kurulmuştur. Ancak bu fabrikalarla tahmin edilen hedeflere ulaşmak hiçbir zaman mümkün olmamıştır. Yoklukla ülkede şeker fiyatları sürekli artmıştır (Belediye Şeker Fiyatlarını Tespit Etti, 1935, s. 1).

Hükûmet şeker fiyatlarındaki artışları her zaman piyasalardaki spekülasyonlara

bağlamış olsa da Son Posta gazetesinin de belirttiği gibi ülkede şeker ihtiyacının yalnız onda birini temin edebilen iki şeker fabrikası vardır. Bu iki şeker fabrikasını yaşatabilmek için halk okka başına 30 kuruşa yakın fazla para vermektedir. Şekerin pahalı olmasının sebebi de bu fabrikaları besleyip büyütme arzusudur.



"Şeker İşleri"

"- Şu utancından yüzü pancara dönen adam kim?."

"- Şeker işleriyle alâkadar! ..."

Son Posta Gazetesi, 31 Ağustos 1930, S. 35, s. 1

Hükümet iktisadi devlet teşekküllerinde olduğu gibi Ziraat Bankası aracılığıyla buğday Zahire Borsası'nı da kontrol altına almaya çalışmış, ancak hiçbir zaman başarılı olamamıştır. Borsada yeterince buğday almayan Ziraat Bankası bazı buğday tüccarlarının spekülasyon yapmalarına göz yummuştur. Örneğin Akşam gazetesine göre, 13 Haziran 1935'te Bankanın şimdilik seyirci kalması değirmencileri endişeye düşürdüğünden, "... 600 kuruş olan 72 kiloluk çuvalar 630 kuruşa kadar çıkmıştır. Maamafih ekmek yapılmasında kullanılan kaliteleri aşağı harmandan olan diğer bazı unlar 560 kuruşa satılmıştır" (Buğday ve Un Dün de Yükseldi, 1935, s. 1).

Haliyle 20 Haziran 1935'te belediyenin Ekmekçiler Cemiyeti ile anlaşması sonucu, İstanbul'da unun son günlerde çuval başında 160 kuruş kadar yükselmesi bahane edilerek, ekmeğin fiyatına 1 kuruş, francala ekmeğe de 20 para zam yapılmıştır. Zahire borsasından gelen cetvellere göre düzenlenen bu artışa göre ekmeğin kilosu 9 ku-

ruştan 10 kuruşa, Francalanın kilosu da 13,5 kuruştan 14 kuruşa çıkarılmıştır (Ekmek Fiyatına 1 Kuruş, Francalaya da 20 Para Zammedildi, 1935, s. 1). Birkaç gün sonra da buğday fiyatlarındaki yükselişi ileri süren makarnacılar dar gelirinin temel yemeği olan makarnanın fiyatına 2 kuruş zam yapmıştır. 30 kuruşluk mallar 32 kuruşa, 24'lükler 26 kuruşa, 18 kuruşluklar 20 kuruşa çıkarılmıştır. Bunlara bakkallar da bir miktar zam yapınca, fiyatlar daha da artmıştır (Makarna da Yükseldi, 1935, s. 1).

Hükümet ise bütün bu sorunlara ithalat-ihracat dengesini sağlamak, özellikle Türk parasının değerinin korunması için milli tasarruf, ithalatın azaltılması ve yerli malına teşvik gibi kısır politikalarla müdahale etmeye çalışmıştır. Nitekim hükümet ihracat-ithalat dengesini görece başarmıştır. Akşam gazetesinin de ifade ettiği gibi, "1934'te dışarı sattığımız ürünler memlekete giren maldan çok olmakla beraber" (Memleket İçinde Alışverişi Genişletmek, 1935, s. 1) tüm dünyada tarım ürünleri fiyatlarının düşmesi nedeniyle ihracatçılar pahada az, hacimde daha büyük ürün pazarlayıp daha az kazanmışlardır. İhracatçılar kazanamazken, ülkede iflaslar başlamış, küçük esnaf batmıştır. Ticaret şirketleri, sanayiciler, çiftçiler üretimi artırmak üzere almış oldukları kredileri ödeyemez olmuşlardır.



Türk taciri: "- Boğuluyorum, imdat! imdat!"

Hükümet muharriri: "- Ne oluyorsun a iki gözüm? Bu ne yaygara!"

Son Posta Gazetesi, 10 Haziran 1931, S. 313, s. 1

2. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI KAPIYA DAYANIYOR

İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması ile Almanya'nın Yugoslavya, Romanya, Yunanistan ve Bulgaristan'ı bir şekilde fiilen işgal ya da kukla hükümetler eliyle yönetimleri denetimi altına alması, işgal tehdidinin Türkiye'ye kadar ulaşmasına neden olmuştur. Ülkede halk 1940 yılından itibaren Almanların işgali ihtimali ile yaşamaya başlamıştır. Hatta Trakya ve İstanbul'dan Anadolu içerlerine geçmek isteyenler için vapurlar (Karadeniz hattı için Turhan, Aksu, Ankara vapurları) tahsis edilmiştir. 1 Mayıs 1941'den itibaren sevkiyatlar başlarken, bunu izleyen süreçte Anadolu içerisine geçmek isteyenlere yaşadıkları birtakım sorunlarda yardımlar yapılmıştır (İlk kabile Dün Anadolu'ya Gitti, 1941, s. 1).



"- Dört nüfus otuz lira teksüt maaşla bey gibi yaşıyorlarmış!..."

"- Geçinmenin yolunu bulmuşlar desene!..."

"- Hayır, İstanbul'dan Anadolu'ya göçmenin yolunu bulmuşlar! ..."

Akşam Gazetesi, 10 Mayıs 1941, S. 8099, s. 1

2.1. Savaş Döneminin İktisadî Öncelikleri ve Alınan Önlemler

Hükûmette savaş koşullarının getirdiği darlık, kıtlık, fiyat yükselişleri ve karaborsa eğilimi ile mücadele için TBMM'den öncelikle 18 Ocak 1940'ta 3780 sayılı Millî Korunma Kanunu'nu çıkarmıştır. 1. maddesi; "Fevkalade hallerde Devletin bünyesini İktisat ve Milli müdafaa bakımından takviye amacıyla İcra Vekilleri Heyetince, bu kanunda gösterilen şekil ve şartlar dairesinde vazife ve salahiyetler verilmiştir" diyen bu kanun, özel teşebbüslerin devletleştirilmesi, halkın elindeki üretim mallarının zor-

la satın alınması, ithalâtı sınırlama, piyasa fiyatlarını belirleme gibi birçok konularda devlete geniş yetkiler vermiştir. Kanun ayrıca sanayici ve işçilerin çalışma özgürlüklerine ilişkin kısıtlamalar da taşıdığından, olağanüstü hâl kanunu niteliğini taşımıştır (Resmi Gazete, 1940, s. 274).



"- Müjde kocacığım, meğer bizim kilerde bir teneke petrol varmış! ..."

"- Yavaş söyle be kadın, yeni bir dünya meselesi çıkaracaksın! ..." Akşam Gazetesi, 26 Ocak 1940, S. 7636, s. 1

Hükûmet, özellikle 1941 yılından sonra buğdayın sağlanmasında ciddi güçlükler yaşandığından ekmeçlik ihtiyacını tam ve sağlam bir teminata bağlamak amacıyla 5 Haziran 1941'de yeni hasada kadar una yüzde 30 arpa, yüzde 20 çavdar katılmasına karar vermiştir (Yeni Tip Ekmeç, 1941, s. 1). Hükûmet, yeni tip ekmeçin gıda bakımından eski tip ekmeçin özelliklerini taşıdığını belirtmiş ve memleketin birçok yöresinde yalnız arpadan yapılmış ekmeç yenilmekte olduğunu bildirerek (Hükûmetin Bir Kararı, 1941, s. 1), neredeyse buna şükredilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

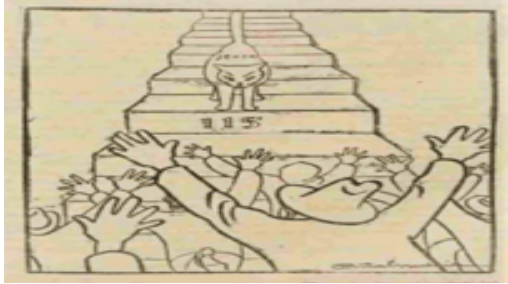


"Son günlerde muhtelif fırınlarda beş yüzden fazla eksik ekmeç bulundu" — Gazetelerden —

"- Belediye takikat yaparak noksan ekmeç satmanın önüne geçmeseydi böyle olurdu."

Vakit Gazetesi, 4 Mayıs 1941, S. 8371, s. 1

Belediye şeker sıkıntısına meydan verilmemesi için de piyasada incelemeler yapmaya başlamış, satışları kontrol altına alarak stokçuluk yapmak veya şeker saklamak isteyenlerin şiddetle cezalandırılacaklarını ilan etmiştir (Şeker Buhranına Katiyen Meydan Verilmeyecek, 1941, s. 4). 21 Ocak 1942'de de Başbakan Refik Saydam, parti grubunda, köylünün korunması için şeker fiyatlarına zam yapılacağını açıklamıştır (Şeker Fiyatlarına Zam Yapıldı, 1942, s. 1). Ardından da kesme şekerin kilosuna 115, toz şekere de 95 kuruş bedel konulmuştur (Kesme Şekerin Kilosuna 115, Toz Şekere de 95 Kuruş Narh Kondu, 1942, s. 1).



"Şeker: "- Rica ederim üstüme varmayın! ...", Akşam Gazetesi, 16 Mart 1942, S. 8405, s.1

Ayrıca 23 Ocak 1942'de ihtiyacından fazla kömür saklayanların hapis ve 10 bin liraya kadar para cezası ile cezalandırılacakları açıklanmıştır (Müessese ve Meskenlerde Normal İhtiyacından Fazlasını Saklayanlar Hapis Ve 10 Bin Liraya Kadar Para Cezası İle Cezalandırılacaklar, 1942, s. 1). 6 Mart 1942'de çay, kahve satışı yasaklanmış, ellerinde bulunduranların beyanname vermeleri istenmiştir (Çay, Kahve Satışı Bu Sabah İtibaren Yasak Edildi, 1942, s. 1). Mayıs 1942'de bazı yerlerde de mısır stoklarına el konulmuştur.



"Komşuda çay pişiyor", Akşam Gazetesi, 20 Mart

1942, S. 8406, s.1



"- Dükkanında gizli çekirdek kahve bulunan adama neden muhtekir muamelesi ediliyor? ..."
"- Çekirdekten yetiştirdiği için!...", Akşam Gazetesi, 11 Nisan 1941. S. 8070, s.1

Diğer yandan da içinde bulunan olağanüstü şartlar nedeniyle bazı vergilere zam yapılmasına ilişkin kanun 30 Mayıs 1941'de Meclis'te görüşülmüş ve kabul edilmiştir. Yeni kanunla kazanç, hayvan, kahve, çay, veraset, intikal vergileri artırılmıştır. Çimento, tuğla, kiremit, nebati yağlar, şeker mamulleri, posta ve telgraf, mektuplaşmalar ile telefon abone bedelleri ve binalardan, tütün ve içkilerden, kibritten alınan müdafaa vergisine, suni ve ipekten, lastik, latil çizme, şoson, galoş ve ökçelerden alınan istihlak vergisine zam yapılmıştır. Yine aynı kanunla damga ve tayyare resimleri artırılmıştır (Yeni Kanunla Zam Gören Vergiler, 1941, s. 1-7).



"- Rakıdan 5, şampanyadan 75 kuruş müdafaa vergisi alınacakmış!..."
"- Garson, bir şişe şampanya getir!..."
Akşam Gazetesi, 31 Mayıs 1941, S. 8120, s. 1

2.2. Ekmeğin Karneye Bağlanması

Hükûmet, gerek üretimin ve gerekse ithalâtın tüketimi karşılamadaki yetersizliği nedeniyle, daha büyük kıtlıklar yaşanmasını engellemek amacıyla, ekmeğin tüketimini kontrol etmek için Millî Korunma Kanunu'na dayanarak 1942'den itibaren çıkarılan Bakanlar Kurulu kararları (Millî Korunma Kanunu'nda Yapılacak Değişiklikler, 1942, s. 1) ile şehirlerde ekmeği karneye bağlamıştır (Karne İle Ekmek, 1941, s. 1). Başlangıçta işçilere 750 gram, halka günde 375 gram, çocuklara 187,5 gram ekmeğin dağıtımını kararlaştırılmıştır (Ekmek 40 Para Ucuzladı, 1942, s. 1). Bu miktar zamanla daha da düşürülmüştür. 3 Nisan 1942'de orta işçi ve az maaşlı memurlar ile ayak esnafı ve çırakların günlük ekmeğin hakkı 500 grama inmiştir (500 Gram Ekmek Alaacak Olan Orta İşçiler, 1942, s. 1). 3 Haziran 1942'den itibaren ise bu miktar büyükler için 300, çocuklara 150 ve ağır işçilere de 600 gram olarak yeniden düzenlenmiştir (Bugünden İtibaren Ekmek İstihkakı Tam Olarak Veriliyor, 1942, s. 1).



"-Altmış iki ekmeğin hakkı! Amma da, obur adammış haaha! ..."
 "- O bir şey değil, daha bir o kadar da ceza yiyecek! ..."
 Akşam Gazetesi, 26 Nisan 1942, S. 8425, s. 1

O dönem Başbakanlığa yeni gelen Şükrü Saracoğlu da buğday kıtlığı konusunda, 5 Ağustos 1942'de Meclis'in açılışında yaptığı konuşmada, "... Harp başladığı zaman devletin elinde 250 bin ton bir buğday stoku vardı. Herhalde halkın ve tüccarın elindeki miktar bu miktardan az değildi. Demek, harp yıllarına 500 bin ton bir buğday stoku ile girmiştik. Bu stok bizi yalnız iki sene

rahat yaşattı. Üçüncü seneye pek sıkışık olarak girdik. Bu sıkışık yılda, huzurunuzda şükranla yad etmeyi vazife bildiğim yüz kusun bin tonluk İngiliz hububat yardımına rağmen gayet sert ve sıkı tahdidî tedbirler aldık ve Türk halkının başlıca gıdası olan ekmeği çok küçülttük. Bütün bunlara rağmen ekmeğin darlığını ve sıkıntısını halâ bertaraf edemedik. Bu hesaplar da göstermektedir ki yalnız buğdayda 350 bin tonluk bir açığımız vardır..." demiştir (Şükrü Saracoğlu Hükümeti 381 Reyle ve İttifakla Meclisten İtimat Aldı, 1942, s. 1).



"- Sen o kadından şaşma! ..."
 "- Çok mu güzel?..."
 "- Güzel de söz mü? ... Patates gibi burnu, zeytin gibi gözleri, arpa gibi dişleri var!... Teni de buğday!..."
 Akşam Gazetesi, 23 Ocak 1942, S. 8352, s. 1

2.3. Genç Cumhuriyet'in Vergi Sistemi ve Sancıları

Türk vergi sisteminde 17 Şubat 1925'te Aşar Vergisi'nin kaldırılmasıyla oluşan hazine geliri boşluğu; kazanç vergisi, umumî istihlak vergisi, arazi-bina vergileri, veraset ve intikal vergisi, yol vergisi, gümrüklerde alınan vergiler, harçlar ve resimlerle giderilmeye çalışılmıştır. Cumhuriyetin kuruluş yıllarında belirlenmiş olan bu vergi sistemi, krizli yıllar olan 30'larda da oranları değişikliğe uğramış olsa da temelde korunmuştur.



“Güneşin Ziyası”

“- Güneşin ziyası vücuda ne kadar faydalıdır, biliyor musun?”

“- Aman duymasınlar, ona da vergi koyarlar!”

Son Posta Gazetesi, 9 Ekim 1931, S. 434, s. 1

30 Kasım 1931’de kabul edilen “İktisadi Buhran Vergisi” ise Kazanç Vergisi’ne ek olarak ücretli kesimden alınan bir vergi olmuştur. Maaş ve ücret gibi gelirler üzerinden alınacağı kararlaştırılan yüzde 10-16’lık vergiden tarımda çalışan işçiler ile serbest çalışan işçiler muaf tutulmuştur (Buhran Vergisi Dün Kabul Edildi: Bugün Tatbik Olunuyor, 1931, s. 1).



“Bütçe Muvazenesi (Dengesi) Etrafında”

“Varidat (Gelir): 182 milyon; Masraf 182 milyon”

Memur: “- Muvazenesi benim sırtımda temin etmek istiyorlar. Fakat bir de benim muvazenem bozulursa bütçe baştan aşağı yıkılır.”

Son Posta Gazetesi, 9 Haziran 1931, S. 312, s. 1

Ayrıca bütçe açığını kapatmak ihtiyacından dolayı 26 Mayıs 1932 tarih ve 1980 sayılı kanunla “muvazene vergisi” konulmuştur ki, bu kanuna göre; “maaş, tahsisat, ücret, yevmiye, hakkıhuzur, aidat, ihtisas zammı, tekaüt vesair zat maaşları, ikramiye, ihbariye, tazminat ve her hangi bir unvan ile olursa olsun yapılmış ve yapılacak hizmet muka-

bili tediyat” muvazene vergisine tabi olacaktır” (Muvazene Vergisi Kanunu, 1932, s. 1495).

25 Aralık 1935 tarihinde de 2882 sayılı “Hava kuvvetlerine yardım vergisi kanunu” kabul edilmiştir. Kanunla, çalışanların, “maaş, tahsisat, ücret, yevmiye, hakkı huzur, aidat, ihtisas zammı, tekaüd ve sair zat maaşları, ikramiye, ihbariye, tazminat namile ve diğer herhangi bir nam ile olursa olsun yapılmış ve yapılacak bir hizmet mukabilindeki tediyeleri” bu vergiye tabi olacaktır (Hava Kuvvetlerine Yardım Vergisi Kanun, 1936, s. 103).

2.4. Hükümetin Yeni Vergi Arayışları

İkinci Dünya Savaşı’nın başlaması üzerine kamu harcamaları büyüyen ülkede hükümet, öncelikle çeşitli tasarruf tedbirlerine başvurduğu kadar, gelirlerin artışı için mevcut vergilerin oranlarını artırmış, yeni vergiler koymuştur (Yeni Vergi Zamları Hakkında, 1942, s. 1). Örneğin 16 Mart 1942’de “Alelûmum Seyyar Küçük Sıhhat Memurlarına Hayvan Yem Bedeli Verilmesine Dair Kanun” kabul edilmiştir. Kanuna göre, Sıhhat ve İctimai Muavenet Vekâleti’nce istihdam edilen ve edilecek olan maaşlı veya ücretli alelûmum seyyar küçük sıhhat memurlarına kullandıkları binek hayvanları için vesika ile yem vermeye başlanmıştır (Alelûmum Seyyar Küçük Sıhhat Memurlarına Hayvan Yem Bedeli Verilmesine Dair Kanun, 1942, s. 2999).



Hayvanlara yem vesikası verildikten sonra
“Yeni bir vurguncu”

Akşam Gazetesi, 1 Haziran 1942, S. 8481, s. 1

Bunun dışında İstihlâk ve Muamele (alım-satım) Vergileri yüzde 40-50 zamlanmıştır. Yine şeker ve glikoz istihlâk vergisi artırılırken, şekerin kilosu toptan olarak 235 kuruşa kadar çıkmıştır (Şekerin Kilosu 235 Kuruş, 1943, s. 1). Haliyle İstihlâk ve Muamele Vergisi'ne yapılan zam nedeniyle ekmek fiyatları da artmıştır. Daha önce 10 kuruş 10 para olan ekmeğin fiyatına 10 para zam gelmiştir (Bugünden İtibaren Ekmek İstihkakı Tam Olarak Veriliyor, 1942, s. 1), -ki, 19 Eylül 1942'de ekmek fiyatları 17 kuruşa çıkacaktır (Ekmek 17 Kuruş, 1942, s. 1). Hatta gıda ürünlerine gelen zamlarla Ticaret Odası verilerine göre 1941 yılı Mart'ında 145 lirayla geçinen beş kişilik bir ailenin, 1943 Mart'ında ancak 340 lira harcaması gerekli hale gelmiştir (Hayat Pahalılığı, 1943, s. 1).

Hükûmet, bütçesini bir türlü toparlayamadığından, bütün bunlara ek olarak Yol Vergisi de koymuştur. Yeni kanuna göre, "Herkes mali kabiliyetine göre vergi verecek. Kazanç, hayvan, bina, erazi vergilerinden birile mükellef olan kadınlar da Yol Vergisi vereceklerdir" (Yeni Yol Vergisi Lâihasının Esasları, 1942, s. 1).

Ancak bütün bunlara rağmen hükûmetin bütçe açığını kapatması mümkün olmamıştır. Hükûmetin bütçesini denkleştirmesi için çok daha büyük bir meblağa ihtiyacı vardır. Bunun tek yolu da, şimdiye kadar destekleyip büyüttüğü "sermaye" sahiplerinin varlıklarına göz koymak olacaktır.

3. VARLIK VERGİSİ KANUNU

Ekonomisini bir türlü düze çıkaramayan ülke, fiilen katılmadığı bir savaşın yarattığı koşullardan büyük oranda etkilenmiştir. Bütçesini rahatlatmak isteyen hükûmet ise çeşitli arayışlara girmiştir. Önceki kalkınma politikalarında olduğu

gibi merkeze vergiyi oturtan hükûmet, çözümü yine ek vergilerde bulmuştur. Ancak bu kez hedef olarak, öncekilerde olduğu gibi dar gelirlileri değil, varlıklıları seçmiştir. Nitekim Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, 1 Kasım 1942'de Meclis'in açılış konuşmasında bunu; "... Şuursuz bir ticaret havası, haklı sebepleri çok aşan bir pahalılık belâsı, bugün vatanımızı ıstırap içinde bulunduruyor. ... Acı ile hatırlamalıyız ki milletin iâşe işlerini tanzim etmek yolunda Cumhuriyet Hükümetlerinin sarfettikleri gayretlere, iki seneden beri, cemiyetimiz tarafından hiç yardım edilmemiştir. İşte bugün ilk hallolunacak mesele, umumi itimat havasının iade edilmesidir. Bulanık zamanı bir daha ele geçmez fırsat sayan eski batakçı çiftlik ağası ve elinden gelse tenefüs ettiğimiz havayı ticaret metayı yapmaya yeltenen gözü doymaz vurguncu tüccar ve bütün bu sıkıntıları politik ihtirasları için büyük fırsat sayan ve hangi yabancı milletin hesabına çalıştığı belli olmayan birkaç politikacı, büyük bir milletin hayatına küstah bir surette kundak koymaya çalışmaktadırlar..." diye ifade etmiştir (Cihan, 1993, s. 33).

Ardından da İnönü'ye destek olmak isteyen İstanbul gazeteleri birbirleriyle adeta yarışmaya başlamışlardır. Örneğin 4 Kasım 1942'de Vatan Gazetesi'nin yayımladığı bir başmakalede, "Hükümet iktisadi sıkıntıyı yok etmek için canla başla çalışmaktadır"; "Hükûmete yardım, her namuslu vatandaşın borcudur" denilmiş, özellikle İstanbullu zenginlere "üç-beş neyse" kesenin ağzını açmaları söylenmiştir. Ayrıca devamında, İstanbul Ticaret Odası'nın yoksullara harcanmak amacıyla 200 bin lira bağışladığını belirtmiştir (Hükümet İktisadi Sıkıntıyı Yok Etmek İçin Canla Başla Çalışmaktadır, 1942, s. 1).



Akşam Gazetesi, 4 Kasım 1942, S. 8635, s. 1

11 Kasım 1942'de de beklenen olmuş, Varlık Vergisi Kanunu'nu kabul edilmiştir. Birinci Maddesi; "Servet ve kazanç sahiplerinin servetleri ve fevkalâde kazançları üzerinden alınmak ve bir defaya mahsus olmak üzere varlık vergisi adıyla bir mükellefiyet tesis edilmiştir" (Varlık Vergisi Kanunu Dün kabul Edildi, 1942, s. 1), şeklinde düzenlenen 4305 sayılı Varlık Vergisi Kanunu'nun ikinci maddesi de verginin alınacağı zümreleri belirtmiştir (Resmi Gazete, 1942).



Akşam Gazetesi, 18 Kasım 1942, S. 8649, s. 1

17 maddeden oluşan bu kanunda vergi oranı ile ilgili doğrudan bir ifade yer almazken, kime ne miktar vergi konulacağı suiistimallere açık kalmıştır. Sadece "İhtikârî mücadele heyetleri" kurulmuştur. Verginin tarhi (vergi koyma), olağandışı yöntemlerle kurulmuş olan bu takdir komisyonlarının kararlarına bağlanmıştır (İhtikârî Mücadele Heyetleri Kuruluyor, 1942, s. 1). Vali Lütfi Kırdar, vali yardımcıları, CHP İstanbul İl Başkanı ile çeşitli maliyeciler, belediye medisi üyeleri ile bazı işadamlarından oluşan komisyonun kararları kesin nitelikte olduğundan, uygulamada tahakkuk eden miktarlara itiraz da edilememiştir (Varlık Vergisi Tahsilâtı, 1942, s. 1). Bu ise tartışmalar yaratmıştır.



(Vatandaş): "- Neden caddelere incir dikmiyor-sunuz?"

(Vali Lütfi Kırdar): "-Vurgunculuğun ocağına dikmekten caddelere sıra gelmiyor ki..."

Akşam Gazetesi, 18 Şubat 1943, S. 8738, s. 1

Ayrıca Varlık Vergisi resmi gerekçesi hükümet tarafından "olağanüstü savaş koşullarının yarattığı yüksek kârlılıkla elde edilen serveti vergilendirmek" olarak açıklanmış olsa da, Başbakan Şükrü Saracoğlu 20 Ocak 1943'te yaptığı "... Türk köylüsü, ezici yükleri asırlarca yalnız başına çekmiştir. Bütün Türk Milleti harb şartlarının doğurduğu istisnai ahvali karşılamak için hükümet tarafından yapılan fedakârlık yükseyine mertçe ve arzu ile mukabele etmiştir. Yalnız birtakım kimseler, tüccarlar, hükümetin müracaatlarına kulak tıkamış, ... güveni suiistimal etmiştir. (...) Bu memleket tarafından gösterilen misafirperverlikten faydalanarak zengin oldukları halde, ona karşı bu nazik anda vazifelerini yapmaktan kaçacak kimseler hakkında bu kanun bütün şiddetiyle tatbik edilecektir" (Başvekil Diyor Ki, 1943) şeklindeki açıklamayla, "misafirperverlikten" kastıyla ticaretle uğraşan azınlıkları hedeflediğini ortaya koymuştur.



"Birimiz hepimiz için"

"- Hastam hastaneye bırakıp döneceğim!.. Taksimetre ne yazarsa uç misli vereyim!.."

"- Olmaz!.. On lira ver götürüyüm!.."

Akşam Gazetesi, 31 Ekim 1942 S. 8631, s. 1

Nitekim hükümet yanlısı İstanbul gazeteleri daha 1942 yılının başından itibaren hırsızlık, karaborsacılık, vurgunculuk ve ihtikârla ilgili gayrimüslimleri ön plana çıkaran haber, yorumlar yazıp karikatürler yayımlamışlardır. Örneğin; "Vurgunculara ders olsun/ İzmir'de bir Yahudi 5 sene hapis mahkûm oldu/ Bundan başka 9.000 lira para cezası ödeyecek ve 86.900 kilo yağı da müsadere olunacak"; (Vurgunculara Ders Olsun, 1942, s. 1) "Zehirli Gazoz/ Sıhhat Vekâleti amillerin 3-10 yıl hapsedileceğini bildirdi (Şahıslar; Pone, İshak ve Samuel isimli Yahudiler)"; (Zehirli Gazoz, 1942, s. 3), Musevi, Rum, Ermeni vatandaşlara kısa bir Hasbihal: Vur abalıya sistemînin aleyhindeyiz. Fakat dinleyip işittiklerimize göre de bu vatandaşları ikaz etmek zorundayız"; (Musevi, Rum, Ermeni Vatandaşlara Kısa Bir Hasbihal, 1942, s. 1) "Karpit ihtikârı nedeniyle bir Yahudi tüccar kırk bin liradan fazla kâr temin etmiştir"; (Karpit İhtikârı Nedeniyle Bir Yahudi Tüccar Kırk Bin Liradan Fazla Kâr Temin Etmiştir, 1942, s. 1) "İstifçi iki Yahudi yakalandı. Dükkanlarında 12199 çivi saklamışlardır"; (İstifçi iki Yahudi Yakalandı, s. 3) "Eroin satan bir Yahudi. Dün cürmü meşhud halde yakalandı; (Eroin Satan Bir Yahudi, 1942) "İki Döviz Kaçakçısı yakalandı/ ... Vakıf hanında asma katında 23 mumaralı yazıhanede tahvilât ve barsa acentesi Salti oğlu İsak isminde bir Musevinin döviz kaçakçılığı yaptığını öğrenen Emmiyet kaçakçılık bürosu..." (İki Döviz Kaçakçısı Yakalandı, 1942, s. 1) "Maruf Yahudi Tüccarı Simon Brod dün tevkif edildi/ Malları gizli depodan nasıl çıkarıldı"; (Maruf Yahudi Tüccarı Simon Brod Dün Tevkif Edildi, 1942, s. 1) "Yahudi dalaverası. İhtikâr gibi bir de rüşvet teklif etti; (Yahudi Dalaverası, 1942, s. 2) "Açıkgöz bir Yahudi filit yerine renkli su satıyormuş"; (Açıkgöz

Bir Yahudi Filit Yerine Renkli Su Satıyormuş, 1942, s. 2) "Bir Yahudi Tüccar dün tevkif edildi/ külliyetli miktarda malı muvazaa ile elden çıkarmak istiyordu" (Bir Yahudi Tüccar Dün Tevkif Edildi, 1942, s. 1) şeklinde haberler yıl boyunca gazete sütunlarını süslemiştir:



"- Sizin evde gizli mal varmış."

"- Yoktur baylar!.. Allah sizi inandırsın, Salamon şimdi çarşıdadır!"

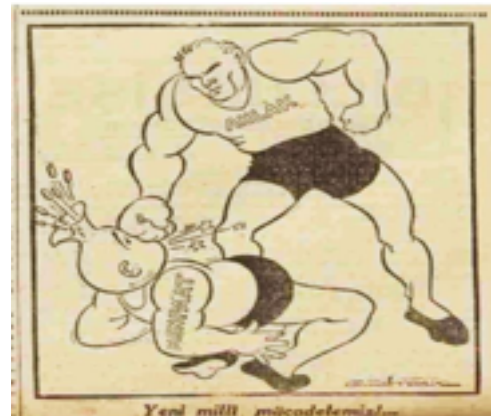
Akşam Gazetesi, 29 Ocak 1942, S. 8358, s. 1



Vurguncu: "- Hükümetin kararları yaman!..."

Muhtekir: "- O halde bizim işler duman!..."

Akşam Gazetesi, 3 Kasım 1942, S. 8634, s. 1



"Yeni milli mücadelemiz", Akşam Gazetesi, 12 Kasım 1942, S. 8643, s. 1

Nihayetinde komisyon bir ay gibi kısa sürede kimin ne kadar vergi vereceğini tespit etmiş, vergilendirilecek mükellefler ile haklarındaki bilgiler, vergi miktarları tespit edilerek listeler hazırlanmıştır. Listeler, il ve ilçe vergi dairelerine asılmıştır. Listedeki isimlerin, (Varlık Vergisi Hakkında Valimizin Beyanatı, 1942, s. 1) büyük çoğunluğu gayrimüslimlerden oluşmuştur. Örneğin; "Halil Ali Bezmen: (Yalçın, 2004, s. 395), 1,500,000; Armenak Şekerciyen: 1,000,000; Narliyan Lütfiyan: 1,000,000; Şalom Biraderler: 1,000,000; Suraski 750,000: Sahibinin Sesi: 600,000; Turnik Geseryan: 800,000 lira vergi verecektir." (İstanbul'da Varlık Vergisi Listeleri Bu Sabah Asıldı, 1943, s. 1). Ayrıca Ankara'da Salti Franko: 320 bin, Burla Biraderler: 200 bin, Türkiye Şeker Fabrikaları Şirketi: 933 bin, Toprak Mahsulleri Ofisi: 2,5 milyon, Vehbi Koç 79 bin lira Varlık Vergi ödeyecektir (Varlık Vergisi Hakkında Valimizin Beyanatı, 1942, s. 1).



Havagazı sarfiyatı tahdil edilecek!" – Gazetelerden – Açıkgöz: " - Keşke biraz da havagazı stok etseydik!..." Akşam Gazetesi, 27 Ocak 1942, S.8356, s. 1



(Büyük vurguncular bazı maddeleri gizlemişler) "Köşe kapmaca!..." Akşam Gazetesi, 2 Kasım 1942 S. 8833, s. 1

3.1. Vergi Tahsilinde Yaşananlar ve Sorunlar

İstanbullu zenginlerin 344 milyon; İzmirliilerin 27 milyon; Ankaralıların 17 milyon; Adanalıların 8,5 milyon; Samsunluların 1,5 milyon vergi vereceği bu düzenlemenin tahsilatı sırasında gazeteler el birliğiyle hükümeti desteklemişlerdir (Varlık Vergisi Hakkında Valimizin Beyanatı, 1942, s. 1). Örneğin Necmettin Sadak Akşam gazetesindeki köşesinden "Zenginlik ayıp değil, harp kazancı suçtur" (Zenginlik Ayıp Değil, Harp Kazancı Suçtur, 1942, s. 1) diyerek neredeyse her mükellefi "harp zengini" ilan etmiştir. Bu gelişmeler doğal olarak Almanya'da Yahudi soykırımı yapıldığı bir döneme rastladığından, azınlık halklarında bir korku ve panik havası yaratmıştır. Hükümet de bundan faydalanarak vergi mükelleflerine sözde yardımcı olmak için bankalar aracılığıyla kredi çekme imkânı tanımış ve bunu gazeteler kanalıyla duyurmaya başlamıştır. Bankalar 28 Aralık 1942'den itibaren tahakkuk edilen vergisinin yüzde 20'ini ödeyen mükelleflere kredi vermeye başlarken (Varlık Vergisi/Bankalar Dünden İtibaren Kredi Açmağa Başladılar, 1942, s. 1), ödeme gücü olmayanlar bankalara hücum etmiştir:



"Ferahlatıcı bir ameliyat", Akşam Gazetesi, 23 Kasım 1942, S. 8654, s. 1



“- Neden parayı kaçırmadın yahu!...”
 “-Ben aklımı kaçırmadım birader!...”, Akşam Gazetesi, 27 Aralık 1942, S. 8885, s. 1

Bu arada 16 Ocak 1943'te Varlık Vergisi'nin ilk haciz kararları verilmiştir. Şehir 22 mntıkaya ayrılıp, haciz ekipleri kurulmuştur. Haciz edilen malların satışlarına hemen başlanması kararı alınmıştır (Varlık Vergisi, 1943, s. 1). Ardından tutuklanacak olanlar için Haydarpaşa ve Kadıköy'de toplama merkezi oluşturulmuştur (Varlık Vergisi, 1943, s. 1). 21 Ocak 1943 tarihinden itibaren de tutuklamalar başlamıştır (Sevkiyat Başladı, 1943). İcranın dışında vergisini vermeyenlerin Haydarpaşa'daki biriktirme yerlerinde alıkonulacakları ve ilk kafilenin yakında Aşkale'ye gönderileceği açıklanmıştır (Sevkiyat Başladı, 1943, s. 1).

21 Ocak 1943'te de haciz işlemleri başlamış ve 47 mağaza ve depoda işlem başlatılmıştır. İstanbul Defterdarlığı ise kendilerine 200 bin liradan fazla vergi matrahı düzenledikleri halde bunu ödemeyenlerin listesini emniyete bildirmiştir. Bunlardan aralarında Avukat Şekip Adul ve Avukat Gad Franko'nun da bulunduğu 60 kişi toplanma yerine götürülmüştür (Varlık Vergisi Mükellefleri, 1943, s. 1). Rıdvan Akar'a göre, kendisine 420 bin lira vergi tahakkuk ettirilen 62 yaşındaki Gad Franko'nun -Şükrü Saracoğlu'nun hocası- “Saracoğlu'na söyleyiniz, devlet vatandaşın her şeyini hatta canını isteyebilir ama olmayan bir şeyi isteyemez” dediği iddia edilmiştir (Selek, 2004, s. 125). Ayrıca borçları 200.000

liradan yukarı tüm mükelleflerin menkul mallarının hemen satışa çıkarılacağı açıklanmıştır (Varlık Vergisini Vermeyen İlk Kafile, 1943, s. 1).

İşin ciddiyetini kavrayanlar ise vergi dairelerine koşmaya başlamışlardır. Örneğin 23 Ocak 1943'te bir mükellef, 414 bin lira tutan vergisini ödediği için derhal serbest bırakılmıştır (Bir Mükellef, 414 Bin Lira Vergiyi Ödediği İçin Derhal Serbest Bırakıldı, 1943, s. 1). Yine 24 Ocak'ta da ikinci kafile tutuklananlar kampa getirilmiş, bunlardan 200.000 lira borcu olan bir mükellef vergisini ödediğinden serbest bırakılmıştır (Varlık Vergisi, 1943, s. 1).

25 Ocak'ta borçları 200 bin lira ve üzerinde olanların mallarına el konulmaya başlanmış (Varlık Vergisini Vermeyen İlk kafile, 1943, s. 1) ve bu malların satışı için Pangaltı, Tophane ve Mahmutpaşa semtlerinde satış yeri açılmıştır (Varlık Vergisi, 1943, s. 1). Bununla beraber iyice köşeye sıkışan mükelleflerin bazıları kendilerine göre çözüm yolu bulmaya çalışmıştır. Örneğin 26 Ocak'ta Suriye'ye kaçmak isteyen 7 Musevi tüccar sınırda yakalanmıştır. Aleksandr İstavridi adlı bir kereste tüccarının da hasta olmadığı halde hastaneye yattığı anlaşılmıştır (Varlık Vergisini Vermeyenler, 1943, s. 1).



“Kaçmak isteyen 14 vergi borçlusu Yahudi yakalandı” (Gazetelerden)

“- Söyleyin bakayım neden kaçtınız?”

“- Kaçmadık bayım kaçırdık, kaçırdık! ...”

Akşam Gazetesi, 29 Ocak 1943, S. 8718, s. 1

Bu mükelleflerin bazıları da ellerindeki

değerli değersiz her ne varsa satmaya başlamışlardır. Büyük mükellefler ise gayrimenkullerini ellerinden çıkarmayı göze almışlardır. Örneğin Beyoğlu İstiklal Caddesi'nde bulunan ve içinde çeşitli dükkânlar ve kulüpten başka, İpek ve Melek sinemalarının yer aldığı Serkl Doryan binası ile müstemilatlarının sahipleri, Varlık Vergisi borçlarını ödeyemediklerinden 1,5 milyon bedelle belediyeye satma teklifinde bulunmuşlardır (Belediye Serkl Doryan'ı satın alıyor, 1943, s. 1). 1 milyon lira verilerek satın alınan bina, daha sonra çeşitli eklentilerle belediyeye 1 milyon 100 bin liraya mal olmuştur (Belediye 1 Milyon Liraya Satın Aldığı Serkl Doryan Binalarına 100 Bin Lira Daha Verecek, 1943, s. 2).



“- Vay canına, şu dolaba bak, amma da büyük!...”
“- Tabii! Kimbilir hangi borçlunun dolabı!...”
Akşam Gazetesi, 5 Şubat 1943, S. 8725, s. 1



“- Çöp var mı bay Salamon?...”
“- Ne çöpü beyim, çöp kaldı mı ki?... Görmüyor musun, tenzilatlı satış yapıyoruz!...”
Akşam Gazetesi, 17 Şubat 1943, S. 8737, s. 1



Harp züğürdü: “- Harp bu sene içinde bitecek, diyorlar.”

Harp zengini: “- Sus yüreğime indireceksin, şu dört sene içinde ancak üç apartman yaptırabildim!”

Son Posta Gazetesi, 6 Eylül 1943, S. 4700, s. 1

İstanbul'dan Aşkale'ye gönderilen kişilerin sayısı tam olarak bilinmese de, o dönemin gazetelerinde sevklerle ilgili bazı haberler yer almıştır. Örneğin 27 Ocak 1943'te tümü gayrimüslimlerden oluşan 32 kişi zabıta eşliğinde Aşkale'ye yollanırken, son anda 2 kişi 497,000 lira bularak serbest bırakılmıştır. Son Posta gazetesi o gün gidenleri ve durumlarını şöyle tasvir etmiştir:

“Erzurum trenine bindirilen 32 kişilik ilk kabile Aşkale yolcuları tıpkı Uludağ seyahatine çıkar gibi giyinmişlerdi. Ayaklarında golf pantolonları gözlerinde kar gözlükleri vardı. Vagon penceresinden duyulan ses: ‘Kuzum mösyö Alber, para meselesini çabuk bitir, belki Ankara'dan dönerim’...” (Varlık Vergisini Ödemiyenler, 1943, s. 1)

Ardından 12 Şubat 1943 akşamı 38 kişilik ikinci kabile Aşkale'ye hareket etmiştir (38 Kişilik İkinci Kafile Dün Akşam Aşkaleye Hareket Etti, 1943, s. 1).

Bunu, 26 Şubat akşamı 160 kişilik üçüncü bir kabile izlemiştir (Varlık Vergisi Borçlularından 160 Kişilik Üçüncü Kafile Dün Akşam Yola Çıkarıldı, 1943, s. 1). Ardından 12 Mart 1943'te 70 kişi (Dün 70 Kişilik Bir Kafile Aşkaleye Sevkedildi,

1943, s. 1), 22 Mart 1943'te 60 kişi (60 Mükellef Daha Aşkale'ye Gönderildi, 1943), 2 Nisan'da 69 kişi gönderilmiştir (60 Mükellef Daha Aşkale'ye Gönderildi, 1943, s. 1). Son Posta gazetesinin 17 Nisan 1943'te yayımladığı bir haberine göre, 16 Nisan'da da 56 kişi yola çıkarılırken, Aşkale'ye sevk edilen 600 kişilik amele kadrosu olduğundan, gidenler Erzurum'da yol inşaatında çalıştırılacaklardır (Varlık Vergisini Vermeyenlerden 56 Kişi Daha Sevk Edildi, 1943, s. 3). Buna göre Aşkale'de 600 sürgün mükellef yer almaktadır. Fakat sürgünler devam etmiş; 30 Nisan 1943'te 79 kişi (Varlık Vergisi, 1943, s. 3), 7 Mayıs 1943'te 74 kişi (Varlık Vergisi, 1943, s. 2), 28 Mayıs 1943'te 75 kişi Aşkale'ye gönderilmiştir (Dün Büyük Bir Mükellef Kafilesi Sevk edildi, 1943, s. 2). 31 Mayıs 1943'te 95 kişi (Dün Akşam 95 Kişilik Bir Mükellef Kafilesi Gönderildi, 1943, s. 2), 11 Haziran 1943'te 45 kişi (45 Kişilik Bir Mükellef Kafilesi Dün Gönderildi, 1943, s. 2) gönderilmiştir. 7 Temmuz 1943 tarihinde de Son Posta gazetesinde sadece vergi borçlarını ödemeyen 1400 kişinin sevkine yakında başlanacağına dair bir haber yapılmıştır (Varlık Vergisi, 1943, s. 2).



Vurguncu: "- Vay canına, Hindistanda ölüleri yakarak geçinenler varmış!..."

Muhtekir: "- Ne çıkar, biz de dirileri yakarak geçiniyoruz!..."

Akşam Gazetesi, 6 Nisan 1943, S. 8785, s. 1

SONUÇ

Milli ekonomi ilkesi çerçevesinde devletin destekleyeceği girişimci bir sınıfın oluşması ve kalkınmanın bu yolla sağlanacağı öngörüsüyle yola çıkan genç Cumhuriyet'in ilk yılları, ulusal yerli sanayinin gelişmesi ve ihtiyaç duyulan sermayeye yönelik yaptığı düzenleme çalışmalarıyla geçmiştir. Emeğin sermayenin hizmetine sunulduğu bu dönemde, özel teşebbüsün teşvik edilmesi, ihtiyaç hâlinde kamu gücünün kullanılarak devletin gerekli alanlarda yatırım yapması esas alınmıştır. Haliyle ücretlendirmenin olanca düşük tutulduğu bu sistemde vergi yükü de tamamen sanayi ve tarım üretiminde yer alan çalışanların sırtına yüklenmiştir.

Ne var ki, uygulanan üretim politikaları ile istenilen sanayileşme sağlanamadığı gibi, 1929 Büyük Dünya Buhranı'nın etkisiyle halkın refahı ciddi anlamda düşmüştür. Artık gerekli yatırımların devlet eliyle yapılmasına dair görüşler ağırlık kazanmıştır. Devletçilik sadece sanayileşme alanında sınırlı kalmamış; millileştirme politikalarıyla daha önce yabancı imtiyazlı şirketlerin elinde bulunan demiryolu, liman, elektrik, havagazı, su, tramvay gibi altyapı hizmetlerinin devlet tarafından satın alınmasıyla da halk ağır bir vergi yükünün altına sokulmuştur.

Bu şartlarda İkinci Dünya Savaşı günlerine ulaşan ülke, savaşa girmemiş olsa da ağır koşullarını hissetmiş, özellikle ekonomik anlamda sıkıntılı günler yaşamaya başlamıştır. Tarımsal üretimin azalması, tüm dünyada ticarete konu olan emtia mallarının fiyatlarının düşmesi ile tarım ürünlerinin ihracatından elde edilen gelirlerin azalması ekonominin daralmasına neden olmuştur. Ekmek gibi temel gereksinimler karneye bağlanırken, artan enf-

lasyon, kıtlık, fiyat artışları halkın alım gücünü iyiden iyiye düşürmüştür.

İyice daralan hükûmet bütçesini toparlamak adına yeni yeni vergi arayışlarına girmiştir. İstanbul gazetelerinin 1942 başından itibaren gayrimüslimler ve özellikle de Yahudileri karaborsacılıkla, vurgunculukla ve ihtikârla (fazla kâr) suçlayıcı haberler yazıp, karikatürler yayımlaması ise çok kısa bir süre sonra hükûmetin hedef tahtasına bu kez kimleri oturttuğunu ortaya çıkarmıştır. Yeni vergi uygulamasıyla genelde hedef varlıklılar; zengin çiftçi, ticaret ve sanayici olarak gösterilmiş olsa da, özelde gayrimüslimler olmuştur. Ülkede ticaret ve sanayi teşebbüslerinin büyük kısmının gayrimüslimlerden oluşması yapılan açıklamaları gizleyememiştir.

Üstelik uygulamada vergi matrahlarının kurulan vergi komisyonları tarafından tayin edilmesi, bunların kararlarının nihai, kesin ve itirazlara kapalı olması, mükelleflere verilen ödeme süresinin sadece 15 gün ile sınırlandırılması, vergisini nakdi yollarla ödeyemeyenler için beden hizmeti getirilmesi ve en önemlisi uygulayıcıların şovenist duygularla hareket etmesi işin rengini ortaya koymuştur.

Kanunda açıkça yer almamakla beraber mükelleflere etnik ve dinsel aidiyetlerine göre vergi tahakkuk edilmiştir. Listeler açıklandığında en yüksek tahakkuk Barzilay Benjamen gemi şirketine çıkarılmıştır. Şirket 2 milyon lira vergi ödeyecekken, bu rakam İstanbul'daki kamu kuruluşlarının toplamından daha fazlasını işaret etmiştir. Örneğin Sümerbank 140.000, Emlak Bank 34 bin, Merkez Bankası 12 bin, Deniz Bank ise 6 bin vergi ödeyecektir. Bu rakam yine Halil Ali Bezmen için 1 milyon 500 bin, Armenak Şekerçiyen için 1 milyon, Narliyan Lütfiyan için 1 milyon, Şalom Biraderler için 1

milyon olarak belirlenmiştir (İstanbul'da Varlık Vergisi Listeleri Bu Sabah Asıldı, 1942, s. 1).

27 Ocak ile 3 Temmuz 1943 arasında sayıları kesin olarak bilinmemekle beraber vergisini ödeyemeyen 1000'in üzerinde ticaret, finans ve endüstri sektörlerinde önemli yerlere gelmiş gayrimüslim girişimci çalıştırılmak üzere Erzurum Aşkale'de bulunan kamplara gönderilmiştir. Burada ağır kış koşullarında, zor şartlarda çalıştırılan mükelleflerin 900'ü, yine yol işinde çalıştırılmak üzere 7 Ağustos 1943'te yük vagonlarına bindirilerek Sivrihisar'a nakledilmiştir (Varlık Vergisi, 1943, s. 1).

Zorla çalıştırılmaları bir yana, gayrimenkulleri ve malları da haczedilen bu kişilerin tüm varlıkları haraç mezat satılmıştır. Hatta bu malları alanlar arasında Cumhurbaşkanı İsmet Paşa'nın kardeşi Hasan Rıza Temelli de yer almıştır. Temelli, Varlık Vergisi nedeniyle zor duruma düşen İdrofil Pamuk Fabrikası ile kömür nakliyatı için 300 tonluk bir gemiyi yok pahasına satın almıştır. Yine bu sırada İstanbul Defterdarı olan ve satışları gerçekleştiren Faik Ökte'nin elden çıkarılan bir Ermeni vatandaşın evini satın alması, bu uygulamayı iyiden iyiye tartışmalı hale getirmiştir (Yalçın, 2004, s. 395-398).

Nihayetinde dünyada da büyük tepkilere neden olan Varlık Vergisi Kanunu uygulaması, 17 Eylül'de TBMM'de kabul edilen ek bir layiha ile askıya alınmıştır. Buna göre; "hizmet erbabiyle gündelik gayrisafi kazançları üzerinden vergiye tabi mükelleflerce: henüz ödenmemiş Varlık Vergisi borçları terkin" olunabilecektir (Varlık Vergisi'ne Dair Yeni Bir Kanun, 1943, s. 1). 1943 yılının Aralık ayında ise Aşkale ve Sivrihisar'da kamplarda çalıştırılanlar için yeni bir düzenleme düşünülmüştür. Buna göre, borçlarını kendi işinde

çalışarak ödeyebilecek olanlar ailelerinin yanına dönebilecek ve buna rağmen borçlarını ödemeyenler hakkında Tahsili Emval Kanunu hükümleri tatbik olunacaktır (Aile ve İş Muhitlerinde Çalışarak Bâkiye Borçlarını Ödeyebilecek Olan Varlık Vergisi Mükellefleri Aileleri Nezdine İade Edilecek, 1943, s. 1).

Uygulaması faciaya dönüşen Varlık Vergisi'nin ekonomik sonucu ise yine vatandaşı vurmuştur. Hammadde fiyatları artarken, maliyetler yükselmiş, artan maliyetler ürün fiyatlarına yansımıştır. Her şeyin fiyatı artarken, hükûmetin elde ettiği kazanç tam tersine dönmüş, artan kamu maliyetleri karşısında eriyip gitmiştir. Yeni vergilerin altında ezilen vatandaşlar (Kazanç vergisi/Yeni bir kanun lâyihasının hazırlıklarına başlandı, 1944, s. 4), her şeyin sorumlusu olarak görmeye başladığı gayrimüslümlere karşı daha fazla bilenmiştir. Uluslararası kamuoyundan şiddetli eleştiri alan iktidar, toplamda 316 milyon lira tahsil ettiği (Varlık Vergisinin Tasfiyesi Kabul Edildi, 1944, s. 1) ve İstanbul'da 100 milyonluk vergi kaydının terkin edildiği (Varlık Vergisi, 1944, s. 1) Varlık Vergisi Kanunu'nu 15 Mart 1944'te resmen yürürlükten kaldırmış olsa da, kendisine olan eleştirileri hiçbir zaman durduramamıştır. Nitekim hükümet, çokpartili rejime geçilerek Demokrat Parti'nin kurulması (1946) ve sonraki ilk genel seçimde (1950) iktidarı kaybetmiştir. O günden sonra kurulan hükümetlerin hiçbirinde de bir daha çoğunluk iktidarı olarak yer alamamıştır.

Bu sırada ülke basını birkaç muhalif yayın dışında tüm vergi uygulamalarını koşulsuz desteklemiştir. Bunun nedeni ise bu yıllarda yayımlanan gazetelerin sahip ve başyazarlarının aynı zamanda Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde

milletvekili olmalarıdır. Yayınlarını iktidarın hizmetine sunan bu kişiler, yayımladıkları haber, yazı ve karikatürlerle toplumu siyasal iktidarın istediği yönde etkileyebilmişlerdir. Özellikle Varlık Vergisi uygulaması, mükelleflerin büyük oranda gayrimüslimlerden oluşması nedeniyle ırkçı bir ideolojinin parçası haline getirilmiştir. Gazeteler Nazi Almanyası'nın kan ve ırk esasına dayanan politikasının dünyayı kasıp kavurduğu bu ortamda üstü örtülü ırkçılık içeren haber, yazı ve karikatürler yayımlayarak muhataplarına gözdağı vermişlerdir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, E. (2017). "Vakanüvis" - Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi, Mart/March 2017, y. 2, s. 1.
- Aydemir, Ş. S. (2011). İkinci Adam, Cilt 1, İstanbul: Remzi Kitabevi
- Cillov, H. (1965). "Türkiye'de Sanayi İstatistikleri", İktisat Fakültesi Mecmuası, c. 16, s. 1-4.
- Cillov, H. (1970). "İktisadi İstatistiklerimizde 50 Yıllık Gelişmeler", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, c. 30, s. 1-4.
- Demirel, S. (2015). İstanbul Sanayi Odasının. Altmışınca Yılında Türk Sanayii, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası Yayını.
- İsmet İnönü'nün TBMM'deki Konuşmaları 1920 – 1973", TBMM Kültür, Sanat ve Yayın Kurulu Yayınları, Ankara, Ekim 1993, c. 2.
- Ökçün, G. (1997). Osmanlı Sanayi 1913 - 1915 Yılları Sanayi İstatistikleri, Ankara: Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayını.
- Selek, P. (2004) . Barışamadık, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Topuz, H. (2007). Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.12, s.3.
- Yalçın, S. (2004). Efendi/Beyaz Türklerin Büyük Sırrı, İstanbul: Doğan Kitapçılık. T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 25.09.1930, Devre 3, Cilt 21, İçtima 3.

GAZETELER

- Akşam Gazetesi, 3 Eylül 1939, S. 7496
- Akşam Gazetesi, 30 Mayıs 1929, S. 3816
- Akşam Gazetesi, 8 Haziran 1929 S. 3825
- Akşam Gazetesi, 15 Haziran 1935, S. 5982
- Akşam Gazetesi, 26 Şubat 1930, S. 4087
- Akşam Gazetesi, 26 Ocak 1943, S. 8715
- Akşam Gazetesi, 17 Aralık 1942, S. 8678
- Akşam Gazetesi, 8 Ağustos 1943, S. 8909
- Akşam Gazetesi, 15 Haziran 1935, S. 5982
- Akşam Gazetesi, 14 Haziran 1935, S. 5980
- Akşam Gazetesi, 18 Haziran 1935, S. 5985
- Akşam Gazetesi, 21 Haziran 1935, S. 5988
- Akşam Gazetesi, 2 Mayıs 1941, S. 8091
- Akşam Gazetesi, 6 Haziran 1941, S. 8128
- Akşam Gazetesi, 30 Ocak 1942, S.8359
- Akşam Gazetesi, 6 Mart 1942, S. 8405
- Akşam Gazetesi, 30 Mayıs 1941, S. 8119
- Akşam Gazetesi, 18 Eylül 1942, S. 8590
- Akşam Gazetesi, 21 Kasım 1942, S. 8652

- Akşam Gazetesi, 17 Aralık 1943, S. 8678
Akşam Gazetesi, 26 Ocak 1943, S. 8715
Akşam Gazetesi, 27 Kasım 1942, S. 8658
Akşam Gazetesi, 29 Aralık 1942, S. 8887
Bugün Gazetesi, 6 Ağustos 1942, S. 593
Bugün Gazetesi, 24 Aralık 1942, S. 710
Cumhuriyet Gazetesi, 5 Ağustos 1945, S. 2541
Cumhuriyet Gazetesi, 12 Haziran 1929, S.1828
Cumhuriyet Gazetesi, 12 Haziran 1930, S. 2189
Cumhuriyet Gazetesi, 4 Ekim 1931, S. 2662
Cumhuriyet Gazetesi, 17 Mart 1944, S. 7035
Cumhuriyet Gazetesi, 6 Haziran 1941, S. 6044
Cumhuriyet Gazetesi, 1 Haziran 1942, S. 6390
Haber Gazetesi, 3 Nisan 1942, S. 3627
Hakimiyet-i Milliye Gazetesi, 3 Ekim 1931, S. 3671
Hakimiyet-i Milliye Gazetesi, 4 Temmuz 1932, S. 3939
İkdam Gazetesi, 1 Mayıs 1941, S.641
Orak-Çekiç, 29 Kanun-ı Sani 1925, S. 2
Orak-Çekiç, 29 Kanun-ı Sani 1925, S. 2
Orak-Çekiç, 5 Şubat 1925, S. 3
Orak-Çekiç, 21 Kânun-ı Sani 1925, S. 1
Orak-Çekiç, 29 Kanun-ı Sani 1925, S 2
Orak-Çekiç, 5 Şubat 1925, S. 3
Resmî Gazete, 14 Temmuz 1932, S. 2150, s. 871
Resmî Gazete, 12 Teşrin-i Sani 1942, S. 5255
Resmî Gazete, 26 Ocak 1940 (Tertip 3), c. 21, S. 4417
Resmî Gazete, 6 Temmuz 1931, S. 1841
Resmî Gazete, 15 Temmuz 1931, S. 1849
Resmî Gazete, 1 Ağustos 1931, S. 1862 ve 6 Ağustos 1931, S. 1866
Resmî Gazete, 29 Mayıs 1932, S. 2110
Resmî Gazete, 8 Haziran 1933, S. 2422
Resmî Gazete, 18 Haziran 1933, S. 2430
Resmî Gazete, 2 Ocak 1936, S. 319
Resmî Gazete, 25 Mart 1942, S. 5066
Resmî Gazete, 12 Kasım 1942, S. 5255
Resmî Gazete, 12 Teşrin-i Sani 1942, S. 5255
Son Posta Gazetesi, 2 Ağustos 1930, S. 7
Son Posta Gazetesi, 5 Ağustos 1930, S. 10
Son Posta Gazetesi, 7 Mayıs 1943, S. 4578
Son Posta Gazetesi, 28 Ocak 1943 Tarihli S. 4479
Son Posta Gazetesi, 13 Şubat 1943, S.4495
Son Posta Gazetesi, 27 Şubat 1943, S. 4509
Son Posta Gazetesi, 13 Mart 1943, S. 4523
Son Posta Gazetesi, 13 Mart 1943, S. 4533
Son Posta Gazetesi, 3 Nisan 1943, S. 4544
Son Posta Gazetesi, 17 Nisan 1943, S. 4558
Son Posta Gazetesi, 1 Mayıs 1943, S. 4572
Son Posta Gazetesi, 8 Mayıs 1943, S. 4579
Son Posta Gazetesi, 29 Mayıs 1943, S. 4600
Son Posta Gazetesi, 1 Haziran 1943, S.4602
Son Posta Gazetesi, 12 Haziran 1943, S. 4613
Son Posta Gazetesi, 7 Temmuz 1943, S. 4636
Son Posta Gazetesi, 2 Eylül 1930 S. 58
Son Posta Gazetesi, 8 Ağustos 1930, S. 13

- Son Posta Gazetesi, 1 Mayıs 1941, S. 3862
Son Posta Gazetesi, 3 Haziran 1942, S. 4248, S. 4248
Son Posta Gazetesi, 29 Nisan 1943, S. 4570
Son Posta Gazetesi, 3 Haziran 1942, S. 4248
Son Posta Gazetesi, 1 Aralık 1931, S. 486
Son Posta Gazetesi, 8 Nisan 1943, S. 4549
Son Posta Gazetesi, 21 Ocak 1943, S. 4472
Son Posta Gazetesi, 17 Ocak 1943, S. 4468
Son Posta Gazetesi, 18 Ocak 1943, S. 4469
Son Posta Gazetesi, 21 Ocak 1943, S. 4472
Son Posta Gazetesi, 21 Ocak 1943, S. 4472
Son Posta Gazetesi, 22 Ocak 1943, S. 4473
Son Posta Gazetesi, 26 Ocak 1943, S. 4477
Son Posta Gazetesi, 27 Ocak 1943, S. 4478
Son Telgraf Gazetesi, 4 Temmuz 1942, S. 1910
Son Telgraf Gazetesi, 21 Ağustos 1942, S. 1958
Son Telgraf Gazetesi, 15 Eylül 1942, S. 1983
Tan Gazetesi, 15 Haziran 1935, S. 54-3357
Tan Gazetesi, 2 Eylül 1939, S. 1469
Tan Gazetesi, 12 Eylül 1939, S. 1479
Tan Gazetesi, 6 Mayıs 1941, S. 2052
Tasviri Efkar Gazetesi, 19 Eylül 1942, S. 823
Tasviri Efkar Gazetesi, 1 Temmuz 1942, S. 743
Tasviri Efkar Gazetesi, 28 Ağustos 1942, S. 801
Tasviri Efkar Gazetesi, 9 Eylül 1942, S.83
Tasviri Efkar Gazetesi, 15 Eylül 1942, S. 819
Tasviri Efkar Gazetesi, 18 Eylül 1942, S. 822
Ulus Gazetesi, 3 Aralık 1943
Vakit Gazetesi, 3 Haziran 1929, S. 4092
Vakit Gazetesi, 21 Şubat 1930, S. 4354
Vakit Gazetesi, 7 Ağustos 1932, S. 5236
Vakit Gazetesi, 9 Haziran 1933, S. 5536
Vakit Gazetesi, 21 Ocak 1942, S. 8618
Vakit Gazetesi, 24 Ocak 1942, S. 861
Vakit Gazetesi, 22 Ocak 1942, S. 8619
Vakit Gazetesi, S. 8596
Vakit Gazetesi, 7 Ocak 1942, S. 8601
Vakit Gazetesi, 1 Aralık 1931, S. 4991
Vakit Gazetesi, 2 Haziran 1942, S. 8746
Vakit Gazetesi, 18 Aralık 1942, S. 892
Vakit Gazetesi, 18 Aralık 1942, S. 8922
Vakit Gazetesi, 19 Ocak 1943, S. 8952
Vakit Gazetesi, 22 Ocak 1943, S. 8955
Vakit Gazetesi, 24 Ocak 1943, S. 8957
Vatan Gazetesi, 4 Kasım 1942 Tarihli S. 747
Vatan Gazetesi, 12 Kasım 1942, S. 755
Yarın Gazetesi, 22 Şubat 1930, S. 71
Zaman Gazetesi, 18 Haziran 1935

GÖSTERGEBİLİMSEL BAĞLAMDA FOTOĞRAFTA ANLAM ÜRETİMİ

Dr. Öğr. Gör. Gülay DOĞAN

Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi

Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü

Orcid ID: 0000-0003-4721-3321, gulay.dogan@yeniyuzyil.edu.tr

ÖZ

Bu çalışmada, anlam yapılanmalarını inceleyen bir disiplin olarak göstergebilim literatüründen yararlanılarak, fotoğrafın dijitalleşmeyle değişen gösterge konumu öncesiyle karşılaştırılarak, fotoğrafta anlamın durum analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu medya kodlarının bir arada ya da birbiriyle bağlantılı şekilde kullanımıyla öne çıkan 21. Yüzyıl dijital iletişim ortamında araca özgü tek bir anlamdan söz etmek mümkün değildir. Ancak yeni medyanın teknolojik çıktısı gösterge, sayısal kodlardan ibaret olsa da, anlam-biçim konusundaki arketipleri anımsatarak işlev görmektedir. Bu nedenle gösterdiğinin bilgisiyle aynı gerçeklik düzleminde olduğu varsayılan 'anlık' görüntünün 1990 sonrasında üç farklı kullanımı okunmuştur. Enformasyon ile estetiğin, aktarma ile anlatmanın, fotoğraf çekme ile yapmanın bileşkesinde duran bu örneklerden yola çıkarak, belirtiselliğin ortadan kalkışı, doğrudan ilişki olmaksızın farklı gösterge türleriyle ilişki içinde olması, fotoğrafa yüzeyinden ya da düzanlamından daha fazla derinlik sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Fotoğraf, Göstergebilim, Düzanlam, Yananlam, Gösterge

THE PRODUCTION OF MEANING IN PHOTOGRAPHY IN THE CONTEXT OF SEMIOLOGY

Lecturar Dr. Gülay Doğan
Yeni Yüzyıl University Faculty of Communication
Visual Cominication Design Department
Orcid ID: 0000-0003-4721-3321, gulay.dogan@yeniyyuzuil.edu.tr

ABSTRACT

In this study, a situation analysis of the meaning in photography has been carried out by the help of literatures in semiotics as a discipline that examines the structuring of meanings, by comparing the presign position of the photograph, which has changed with digitalization. It is not possible to talk about a medium-specific meaning in the 21st century, which stands out with the use of multimedia codes together or in connection with each other. However, the technological output of the new media consists of indicators and numerical codes, it functions by reminding the archetypes about meaning-form. For this reason, three different uses of the 'instant' image, which is assumed to be on the same level of reality with the knowledge of what it shows, were read, Based on these examples, which stand at the junction of information and aesthetics, transferring and telling, taking photographs and making them, the disappearance of significance provides more depth to the photograph than its surface or literal meaning, being in contact with different types of indicators, without being a direct relationship.

Keywords: Photography, Semiology, Denotation, Connotation, Sign

GİRİŞ

Göstergeler günümüze değin kendisi dışında bir şeyi ifade eden anlamlı yapılar olarak nitelendirilmiştir. Yapıların çözümlenmesiyle başlayan anlamlandırma mekanizmalarının okunması göstergebilim disiplini içinde ele alınmıştır. Bu çalışmada, izlenen araştırma deseni için öncelikle bu bilimin kurucu tanımları üzerinde durulmuştur. Ferdinand de Saussure'ün gösteren/gösterilen ikilisinin bütüncül yorumu olan gösterge tanımıyla Charles Sanders Peirce'ün göstergeye ilişkin sınıflandırıcı bileşenleri olan ikon, belirti ve sembol bu tanımlamalar arasındadır. Fotoğrafın anlamlandırılmasında önemli bir isim olan göstergebilimci Roland Barthes'ın sistematik bir öğretilen okumaya bağlı yoruma evrilen göstergebilimsel sürecinde, göstergenin anlamla ilişkisi gereği istikrarlı yapı sergileyemeyeceğini göstermesi açısından kullandığı çeşitli kavramlara yer verilmiştir.

Dijitalleşme ile birlikte yayılan sanal imgeler düzlemini hipergerçeklik olarak yorumlayan medya teorisyeni Jean Baudrillard'ın göstergelerin ikame olmaktan çıktığına yönelik görüşüne de, yine göstergenin tarihsel dönüşümünü kuram üzerinden saptamak için başvurulmuştur. Çalışmanın bütününde de bu kavramlar ışığında hareket edilmiştir.

Fotoğraf hem bir görüntü üretim teknolojisi hem de bu teknoloji aracılığıyla üretilen görüntünün kendisidir. Dolayısıyla, teknik yapısı görüntü yüzeyinde belirleyici olduğundan, anlamın bu yapıdan doğduğu 20. Yüzyılın ilk yarısında hâkim düşünce olmuştur. Bu kapsamda, çalışmada bir başlık açarak teknolojik yapının anlamla kurduğu ilişkiyi incelemek faydalı görülmüştür. Dijital öncesinde ve sonrasında görüntü üretiminin gerçeklikle temsiliyet düzeyinde bağı irdelenmiştir.

Bu doğrultuda, 1990'lı yıllardan günümüze farklı bağlamlarda fotoğrafın gerçeklik temsiliyle ilişkiye geçerek yeniden anlamlanan dört dijital dönem fotoğraf pratiği ele alınmıştır. Bu pratiklerin genel başlıklarını şunlar oluşturmaktadır: 1994 yılında Times dergisinin bir sabıka kaydı fotoğrafına yaptığı dijital müdahale, foto muhabiri Damon Winter'ın bir fotoğraf uygulaması kullanılarak cep telefonu ile çektiği Afganistan fotoğrafları, fotoğraf paylaşım sitelerinden topladığı turistik fotoğraflarla kompozit görüntüler oluşturan Corrine Vionet'in sanatsal çalışması ve son olarak da 2019 yılında tüm dünyayı saran koronavirüs pandemisinin başlangıcında Dove markasının gerçekleştirdiği "Cesaret Güzeldir" kampanyası.

Tüm bu okuma çalışmalarıyla yapılmak istenen, içinden geçtiğimiz çağın sabit olmayan, değiştirilebilir, geçici, kesintili, ağa ve bağlantıya açık göndergesiz gösterge kavramı ile fotoğrafın anlamında, algısında ve kullanım biçimlerinde yaşanan değişimleri fotoğrafın geleneksel anlamlarıyla karşılaştırarak durum değerlendirmesi yapmaktır.

1. GÖSTERGE TANIMLARI VE KAVRAMLAR

İnsanlık tarihiyle eşdeğer olmasına karşın göstergenin kavramsallaştırılması ve bir yapısallık içinde incelenmesi dil felsefesi içerisinde gelişmiştir. Dilbilimci Ferdinand de Saussure (1857-1913), gösterge tanımını ikilik içeren bir bütün olarak yaparak, "Dil göstergesi bir nesneyle bir adı birleştirmeyen, bir kavramla bir işitimi birleştirir. Önerimiz şu: Bütünü belirtmek için gösterge sözcüğü kullanılmalı, kavram yerine gösterilen ve işitimi imgesi yerine gösteren terimleri benimsemelidir" demiştir (Saussure, 2001, s. 107, 109).

Örneğin "masa" sözcüğü farklı dillerde, farklı şekillerde söze ve yazıya dökülse de,

onun duyulduğunda bıraktığı iz (işitim imgesi) zihnimizdeki “masa” kavramıyla birleşir. Saussure’ün çağdaşı olan ve göstergeyi mantık felsefesi içinden yorumlayan Charles Sanders Peirce (1839-1914) ise göstergeyi temsil olarak tanımlamıştır: “Bir Gösterge, bir zihinsel Yorumlayan ile birlikte bir Temsildir” (Peirce, 1998, s. 273). Yorumlayan da temsilin bir kişide uyandırdığı reaksiyon olarak yine Peirce tarafından ilk kez ortaya konulmuştur:

“Ben Göstergeyi (Sign) bir yandan bir Nesne (Object) tarafından belirlenen herhangi bir şey, diğer yandansa bir kişinin zihnindeki düşünceyi belirleyen şey olarak tanımlarım ki, bu ikincisi dolaylı olarak Nesne tarafından belirlenen ve benim Göstergenin Yorumlayanı olarak ifade ettiğim şeydir” (Peirce, 1998, s. 482).

Kaşlarını çatan birinin bu mimiği, karşısındaki insanda onun sinirli olduğuna dair bir duygu yaratabilir ve öfkeyi temsil edebilir. Ama başka biri için bu anlamlı davranış başka bir şekilde de anlamlandırılabilir. Peirce’e ait bir başka üçlü gösterge türü ise şunlardır: ikon (icon), belirti (indication) ve sembol (symbol).

“Göstergelerin üç çeşidi vardır. İlki, benzerlikler ya da ikonlardır; temsil ettikleri şeylerin düşüncesini basit bir biçimde onları taklit ederek iletirler. İkincisi, belirtiler ya da indekslerdir; onlarla fiziksel bağlantıları nedeniyle şeylere dair bir şey gösterirler. Gidilmesi gereken yönü gösteren işaret direkleri, belirttikleri şeyin sonrasında gelen ilgi zamirleri ya da “Hey merhaba” seslenişindeki gibi yöneldiği kişinin dikkatini çeken bir bağırış gibi. Üçüncüsü, semboller ya da genel simgelerdir ki kullanımına göre anlamlarıyla ilişkilendirirler. Birçok kelime, deyim, söylev, kitaplar ve kitaplık böyledir (Peirce, 1998, s. 5).

Göstergebilimi mantıkla harmanlayan Charles Sanders Peirce gibi davranışsal göstergebilimi geliştiren Charles William Morris, antropolojiye göstergebilimin bir alanı olarak yaklaşan Claude Levi-Strauss, Saussure’den büyük ölçüde etkilenecek dilbilim alanında çalışmış Louis Hjelmslev ve özellikle kendisinden sonra gelen göstergebilim yaklaşımlarında önemli etkisi bulunan dilbilimci Algirdas Julien Greimas, göstergebilimde yapısalcılık akımı içinde değerlendirileceğimiz teorisyenler arasındadır.

“Yapısalcılık, dil kuramı ve antropolojik düşünceye dayanan, şeylerin kendilerinden çok, bir sistem içindeki ilişkileri üzerine odaklanan bir çözümlenme yöntemidir. Bu sistem bir mit, bir roman, bir film, bir tür, genel olarak edebiyat, ne isterseniz o olabilir (Berger, 2014, s. 105).

Fotoğrafta miti “Çağdaş Söylenler” kitabında konu alan Roland Barthes (1915-1980), kendi tabiriyle “serüven” olarak adlandırdığı göstergebilim çalışmalarını üç döneme ayırmıştır: İlki, burjuvazinin anlam mitlerini açığa çıkarabilmeyi göstergebilimle sağlayabileceğini düşündüğü ‘hayranlık evresi’dir. İkincisi, 1957-63 yılları arasında ‘bilimsellik evresi’ dediği göstergebilim ilkelerini bir sisteme oturtmaya çalıştığı dönemdir. Son olarak ise ‘metin’ dönemi adını verdiği Jacques Derrida, Julia Kristeva, Jacques Lacan gibi teorisyenlerden etkilendiği dönemdir (Barthes, 2005, s. 14-17).

Farklı dönemlere ilişkin söylemlerindeki kavramlara bakıldığında ilk olarak Louis Hjelmslev’in dilbilim çözümlemesini “Göstergebilim İlkeleri” yazısında onayladığı görülmektedir: “Demek ki, gösterge, bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur. Gösterenler düzlemi anlatım düzlemine, gösterilenler düzlemiyse içerik düzlemine oluşturur” (Barthes, 2005, s. 47). Birbirinden kopuk olmamakla birlikte

“Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik” adlı kitabında fotoğrafik iletiyi ve onun dil ile kurduğu özel kod ilişkisini ele alan Barthes, düzenlam ve yananlam kavramlarını kullanarak fotoğrafik iletideki yapısal bağlantı unsurlarını inceler.

Fotoğrafın ikonik benzerlik ilkesinden yola çıkan Barthes, onun düzenlamının “kodu olmayan bir ileti” (Barthes, 2017, s. 11) olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte doğal olanı kodlayan ve ancak düzenlamla var olabilen ikinci bir katman vardır: “Yananlam, yani asıl anlamıyla fotoğraf iletisine ikinci bir anlamın konulması fotoğrafın üretiminin farklı düzeylerinde yapılır (seçim, teknik işleme, kadraj, sayfa düzeni): Toplamda, fotoğraftaki örneğin kodlanmasıdır” (Barthes, 2017, s. 14). Barthes’ın, ‘metin evresi’ dediği döneme geçtiğinde, esnek, akışkan, sabitliği çözen bir önermede bulunduğu görülür:

“Metin, bu sözcüğe vermeye çalıştığımız modern, güncel anlamıyla temel olarak yazınsal yapıtan ayrılır: Estetik bir ürün değil, anlam aktarıcı bir kılıftır; bir yapı değil, bir yapılanmadır; bir nesne değil, bir çalışma ve bir oyundur; aranıp bulunması söz konusunu olan bir anlamla yüklü kapalı bir göstergeler bütünü değil, hareket halindeki izlerden oluşmuş bir oylumdur; Metin aşaması, anlam(lama) değil ama terimin göstergebilimsel ve psikanalitik anlamıyla Gösteren’dir” (Barthes, 2005, s. 18).

Bu sözcükler yorumla yeniden üretime giren göstergenin “gösteren” düzlemindeki yüzeyiyle ilgilidir. Fotoğraf üzerine yazdığı denemelerinden oluşan “Camera Lucida” kitabı da bunun örneğidir. Son derece biyografik izler taşıyan kitap, annesinin ölümünün ardından onu bir fotoğrafta bulmak istemesi üzerine kaleme aldığı yazılardan oluşmaktadır. Fotoğrafik ileti için düzenlam ve yananlam kavramlarını

kullanmış olan Barthes, “Camera Lucida”da ‘studium’ ve ‘punctum’ terimlerine başvurur. Studium, fotoğrafın genel bilgisini oluştururken, punctum izleyenin o fotoğrafta bulabileceği ufak bir ayrıntı, onda kişisel bir şeyleri çağrıştıran şeydir. (Barthes, 2000, s. 41-42). Barthes bu okumalarında farklı bağlam mecralarından alınmış fotoğrafların çekeniyile ya da niyetiyle ilgilenmemektedir, gördüklerinin kendi bilincine vurduğu şey üzerinden yorumlarla yeni hikayeler oluşturmaktadır.

Barthes’ın postmoderniteyle de uyumlu eklemli ve çoğulcu yaklaşımına daha karamsar bir tonda medya teorisyeni Jean Baudrillard’ı da eklemek gerekmektedir. II. Dünya Savaşı’nı izleyen yıllarda toplumsal bunaltıya eşlik eden ‘pop’ kültürü ve modernizmin evrensel iddialarındaki çözümler, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı ivmelenmeyle toplumsal hayatın tüm veçhelerini etkilemiştir. Jean Baudrillard’ın hipergerçeklik teorisi, teknoloji tabanlı medya aracılığıyla imgelerin yeniden üretiminin gerçeklikle bağımızı kopartması üzerinedir. Baudrillard orijinalin yerini göstergelere bıraktığını “simülasyon” kavramıyla açıklamıştır:

“Gerçek ya da hakikate özgü perspektifle bir ilişkimizin kalmadığını gösteren bu farklı bir uzama geçiş olayıyla birlikte, tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği bir simülasyon çağına girilmiştir. Daha kötüsü gösterge sistemleri bu gönderen sistemlerini yapay solunumla yaşatarak, tüm kombinatuvar hesapları ve ikili karşıtlıklarla tüm eşdeğerlik sistemlerinin işine yarayabilecek anlamdan daha da esnek (ductile) hale gelmektedirler. Burada bir taklit, suret ya da parodiden değil aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek, bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz” (Baudrillard, 2010, s. 15).

2. FOTOĞRAFIN TEKNOLOJİK GÖSTERGELERİ VE ANLAM

Dijitalleşmede Jean Baudrillard'ın dikkat çektiği şey, göstergenin ikame olmaktan çıktığı yönündeki görüşüdür. Dijital imgenin kendisi sadece sayısal işlemlerin yerini alan göstergedir diye düşündüğümüzde, onların anlamını ancak referanslarından bulabileceğimiz sonucu çıkmaktadır. Fotoğraf, Fransızca 'photographe' kelimesini oluşturan iki sözcükten; 'ışık' (photo) ve 'yazı'dan (graphie) oluşur. Fotoğrafın öncü ilk üreticilerinden biri olan Henry Fox Talbot'un da eserlerini 'doğanın kalemî'¹ olarak adlandırmasının nedeni de oluşan görüntünün doğayla organik bağından kaynaklanmaktadır. İşte bu nedendir ki, fotoğrafa yönelik algı fiziksel varlığın o andaki durumuna ilişkin doğrudan temsil olması nedeniyle gerçekliktir. Filozof Vilem Flusser, teknik görüntülerin deşifre edilmesinin anlamın yüzeyde kendiliğinden oluşması nedeniyle zor olduğunu belirterek, şunları dile getirir:

"Dünya güneş ışınlarını ve başka ışınları yansıtıyor, bunlar optik, kimyasal ve mekanik süreçler sayesinde duyarlı yüzeylerde saklanıp tutuluyor ve sonuçta teknik görüntü oluşturuyorlar. Yani sanki kendi anlamlarıyla aynı gerçeklik düzeyinde bulunur gibiler. Teknik görüntülerde gördüğümüz şeyler deşifre edilecek sembollerden ziyade dünyanın semptomlarına, dünyanın onlar aracılığıyla -dolaylı da olsa- görülüp anlaşılacağı semptomlara beniyor" (Flusser, 2020, s. 18).

Bu belirti olma durumu fotoğrafçının zihnini ve varlığını ya da fotoğrafın kullanıma girdiği mecranın ideolojisini maskeleyen tarafsız, nesnel olduğu algısının da

sebebidir. Geleneksel kitle iletişim medyasında gazetecilikle özdeşleşmesi de teknik bu görüntünün uzak coğrafyaların bilgisini söze gerek bırakmadan göstermiş olmasındandır. Bu gösterme eylemi tam da yananlamın kodsuz iletide doğallaşmasıyla gelişen temsil kalıpları oluşturmuştur. Toplumsal cinsiyet rollerinin, farklı ırk ve etnisiteye sahip olanların, yoksulların ve Batı dışında kalan ötekilerin fotoğraflarla kültürel olarak modellendiği uzun bir geçmiş bulunmaktadır. Yine de analog yöntemde görüntünün kaydedildiği yüzey olan film (duyarkat), görünümün fiziksel izidir. Fotoğraf da bu nedenle gösterenle organik bağıntısı nedeniyle aktarım olmaktadır. Bugünkü görüntü üretim teknolojisindeyse fotoğrafın ışıkla bağlantısı iz değildir. Çünkü dijital duyarkat yani sensör bir algılayıcıdır ve ışığı sayısal bir işleme dönüştürür. Biz bugün fotoğraf çektiğimiz cihazlarda, fotoğrafı bir ekran aracılığıyla görmekteyiz. Sensör üzerinde doğrudan bir deneyim yoktur. Sayılar ekrandaki görüntülere dönüşen verilerdir. Bu ayrımı yaptığımızda fotoğraf sözcüğünün ve teknik kökeninin algısal kodlarıyla yapılan dijital fotoğrafı görmekteyiz. Dijital fotoğrafta 'aktarım' (İng. transfer) yerini 'dönüşüm'e (İng. transformation) bırakır. Fred Ritchin, dijital fotoğrafa ilişkin şunları söylemektedir:

"Dijital, orijinal ve kopyanın aynı olduğu sonsuz sayıda tekrarlanabilir soyutlamaların mimarisine dayanır; analog eskir ve çürür, nesiller geçtikçe tükenir, sesi, görünüşü ve kokusu değişir. Analog fotoğraf dünyasında fotoğrafın fotoğrafı her zaman bir nesil kaybetmiş, bulanık, aynı olmayandır; dijital fotoğrafın dijital kopyası ise ayırt edilmezdir ve "orijinal"ın anlamını yitirmesine sebep olur" (Ritchin, 2012, s. 17).

¹ Henry Fox Talbot'un fotojenik çizimler olarak nitelediği görüntülerden oluşan kitabının adı Doğanın Kalemî'dir (The Pencil of Nature, 1844).

Bu bağlamda verilebilecek en uygun örnek bir fotoğraf uygulaması olan Hipstamatic'tir. Apple şirketinin 2010 yılında 'Yılın Uygulaması' ("Hipstamatic Classic", 2022) ödülünü verdiği Hipstamatic, analog fotoğraf çekme deneyiminin filtre seçeneklerini sunmaktadır. Çok eski bir fotoğraf üretimi olan tintype² gibi farklı çeşitleri de olan uygulama akıllı telefonlarıyla çekim yapanlara geniş bir nostalji yelpazesi sunmaktadır. 'Eski' fotoğraf, dijital fotoğrafın sahip olamayacağı zaman ve tarih bağlamı nedeniyle ilgi çekicidir. Sosyal medyada fotoğraf üretimi ve paylaşımı, herkesin görmesi üzerine inşa edilmiş görsel günlük olarak yeniden bir referansa başvurur. Dijital fotoğrafın olanakları amatör/profesyonel göstergelerini de eritmiştir. Görsel tarihçilik olarak nitelenen foto muhabirlik mesleğinde görüntü üretimine yönelik yaşanan gelişmeler bunu doğrular niteliktedir.

The New York Times gazetesi foto muhabiri Damon Winter'ın Afganistan'daki Amerikan askerlerinin gündelik anlarını Hipstamatic kullanarak çektiği "A Grunt's Life" (Bir Askerin Yaşamı) serisi bu kapsamda bir örnek oluşturacaktır. 2011 yılında görsel hikâye dalında bu projesiyle Uluslararası Yılın Görüntü Ödülleri'nde üçüncülük alan Damon Winter ("POY", 2022), fotoğraf alanında uzun süredir verilen prestijli diğer ödüllere de (Pulitzer, World Press Photo) sahip olmuştur.

Klasik foto-röportaj geleneğine uygun olarak altyazıyla kullanılmış olan fotoğraflar, oldukça yakın plandan yemek yemek, uyumak, keyif yapmak gibi sıradan anların görsel kayıtlarından oluşmaktadır.



Görsel 1. Damon Winter, "A Grunt's Life", 2010

Klasik foto muhabirliği geleneğinde konuyu en iyi anlatan açıdan ve açığa çıkaran ışıktan faydalanılır. Oysa Winter teknik yetersizlik gibi algılanarak amatörlüğü çağrıştıran anlatım biçimiyle bilinçli bir düzenleme yapmıştır. Yani profesyonel bir foto muhabiri olarak fotoğrafların klasik temsilden uzaklaşmasını sağlamıştır. Yukarıda (Görsel 1) bu seride yer alan fotoğraflardan biri bulunmaktadır. Görüntü çerçevesinin dört köşesinin karartılması yoluyla dikkat dağıtıcı öğelerin gizlenmesi, arkada yer alan nesnelere detay ve netlik kaybı ve ışık kullanımındaki tercihin konuyu aydınlatmaktan ziyade saklaması. Seride yer alan diğer fotoğraflar da göz önünde tutulduğunda fotoğrafçının konuya yaklaşımında iki şey dikkat çeker: Birincisi, yakınlık belirtisi olarak cep telefonu ile çekilmiş fotoğraflardaki 'sahicilik' hissini yarattığı, diğeri ise filtrenin yarattığı renk katmanıyla 'gerçek dışı' estetik düzenleme yaptığıdır. Anlatım düzleminde muhabirliğe, içerik düzleminde sanatsal

² İnce bir metal plaka üzerine oluşturulan fotoğraf.

bir işleme referans vermektedir.

Bunu da konuyla arasındaki profesyonel ve kurumsal temsil aracını (fotoğraf makinesi) ortadan kaldırıp cep telefonunu kullanarak gerçekleştirir. Amerikan askerinin oradaki askeri faaliyetleri değil, sıradan zamanlarında ne yaptığı keşfedilir ve aktarılır. Askerliğin kahramanlık imgesinin alışılmış görsel temsilinin üretilmediği açıktır. İmge politikalarının propagandaya yönelik görsel temsilleri konusunda 20. Yüzyıl birçok örnekle doludur. Joe Rosenthal'ın 2. Dünya Savaşı'nın son döneminde Amerikan askerlerinin Hiroşima'da bayrağın asılı olduğu direği hep beraber yukarıya kaldırdıkları fotoğrafı (1945) örneğinde olduğu gibi fotoğrafın gösterdiği dışında söylem ve anlamla yüklü olması yan anlam dizgesinin çözümlenmesini gerekli kılıyordu. Basın fotoğrafında temsilin sorunlu yan anlam kodlaması günümüzde düzanlama ulaşma araçlarının değer kazanmasına, gösterdiği dışında bir şey olmayan fotoğrafların üretimine ağırlık kazandırmıştır. Bununla birlikte görünenin kopyacısı olmak istemeyen fotoğrafçı için de diğer göstergelerle yüzeydeki görüntüyü bağlantılarla zenginleştirmek bir yönelim olarak görünmektedir. Görsel hikâye anlatıcılığı, basın fotoğrafçılığının yeniden tanımlanması bağlamında son zamanlarda sıkça dile getirilen bir kavram olarak bu kapsamda öne çıkmıştır. Fotoğrafçılar enformasyonun iletimi bağlamında görüneni yeniden üretmek ve aktarmakla daha az ilgilenmektedirler. Görsel hikâye anlatımı kendi yorumlarını görsellerine dahil etmek konusunda değişen teknolojiyle birlikte daha fazla olanak sağlamakla birlikte daha doğru bir tanımlama olarak da dikkat çekicidir. Dünya Basın Fotoğrafı Vakfı'nın Yürütme Kurulu Başkanı Joumana El Zein Khoury'nin kurumsal ifadeleri de bu alandaki değişimi iletmektedir:

“Estetiğe yüklenen daha üst düzey bir değer var. Bugün birçok görsel betimleme yalnızca gazeteci olmayan fotoğrafçılar tarafından üretiliyor. Düşünceye daha büyük bir talep var; tarafsızlık artık satılabilir bir ürün değil. Çok ama çok az insan bilgi için sadece geleneksel haber medyasına güveniyor. Genel olarak haber yayın organlarına giderek artan bir güvensizlik var. Bazı ülkelerde büyük medya kuruluşları tamamen hükümet tarafından kontrol ediliyor. Diğerleri ise seçtikleri görsellerin, seslerin niceliğinin eksikliği ve haber hikayelerini sunma şekilleri nedeniyle eleştiriliyorlar. Yeni kuşak görsel hikâye anlatıcıları kendinden öncekilere göre çıkış için daha fazla seçeneklerle büyüyor” (Khoury, 2021).

“Fotoğraftan Sonra” kitabında Ritchin'in dijital dönemde bir fotoğrafın geleneksel medyada manipülasyonuna dair verdiği örnek, estetik yorum ile gerçeklik iddiasının birbirinden bağımsızlaşması gerektiğini göstermektedir.



Görsel 2. Newsweek ve Time dergi kapakları, 1994. (Kaynak: Fred Ritchin, Fotoğraftan Sonra)

Ritchin, Amerika'da yayımlanan Newsweek ve Time dergilerinin 1994 yılında aynı fotoğrafı kapak yaptıklarında aradaki farklılığın kamuoyunun dikkat ve tepkisini çektiğini aktarmaktadır. Bir cinayet şüphelisi olan O. J. Simpson'ın fotoğrafını kapak yapan Time dergisi görüntüyü olduğundan daha fazla karartarak yayınladığı için ırkçı olmakla eleştiril-

miş. Ritchin, derginin konuya yaklaşımını ise şu şekilde aktarmaktadır: “...derginin editörü tarafından ertesi hafta okurlara yazılmış mektupta, ‘sıradan bir sabıka kaydı fotoğrafını gerçekten pay vermeden sanat düzeyine çıkartma’ girişimi olarak tanımlandı” (Ritchin, 2012, s. 29). Bugün medyada yer alan, özellikle gerçek olduğu iddia edilen fotoğraflara daha fazla şüpheyile yaklaşılmasının altında dijitalleşmeden ziyade fotoğrafların kimlikleri ve rolleri modellemesinin, sınıflandırmasının köklü geçmişi yatmaktadır. Fotoğrafın ilk kullanım alanlarından birinin 19. yüzyılda suçluların tespit edilmesine yönelik olması bunun örneğidir (Benjamin, 2007, s. 142). Batı merkezli görme biçiminin kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaşması, tekrarlanan yananlamalı kodların öğrenilmesine ve belirli stereotiplerin oluşmasına sebep olmuştur. Böylece Barthes’ın kodsuzluğuyla diğer betimleyici sanatlardan ayrı gördüğü fotoğrafın tam da nesneliliği kurgulanan bir görme biçimi olduğunu söyleyebiliriz:

“Ne kadar “aynısı” olursa olsun, aynılığı bile “biçeme” (“doğrucu”) dönüşmeyen desen yoktur; nesneliliği en sonunda nesneliliğin tam da göstergesi olarak okunmayan film sahnesi yoktur. ... bütün bu taklide dayalı sanatlar, yaygın olduklarında, sadece şunu öngörebiliriz: yananlamalı dizgenin kodu büyük bir olasılıkla ya evrensel bir simge düzeni ya da çağın bir retoriği tarafından, kısaca bir stereotipler (şemalar, renkler, grafizm, jestler, ifadeler, öğelerin gruplanması) öbeği tarafından oluşturulmuştur” (Barthes, 2017, s. 11).

Bu fotoğrafa yönelik gelişen tepki, siyah bireylerin Amerikan coğrafyasında uğradıkları ırk ayrımcılığının geniş tarihsel bağlamı içinde görülebilir. Ona ek olarak ‘suçlu-siyah’ bağlantısını kültürel olarak yerleştiren görsel temsilin buradaki sabıka kaydı fotoğrafıyla çağrışım yaratması da olasıdır. Basın fotoğrafının, yorum olduğu

aşikâr olan hikâye kavramıyla nesnellikten bağımsızlaşması metin göstergelerinden ayrı okunmasını da beraberinde getirir. Ancak durağan görüntüyle anlatı oluşturmak isteyen görsel sanatçı için sembol kullanımı dışında başka bağlantılar ilgi çekici görünmektedir. Diğer gösterge ya da göstergelerin görselin içinde anımsatılmasıyla oluşturulan bu çağdaş estetik strateji, belgesel fotoğraftaki temsil sorununa bir cevap üretmiş görünmektedir.



Görsel 3. Corinne Vionnet, Photo Opportunities (2005- ...)

Sanatçı Corinne Vionnet, web tabanlı görüntüleri de kullanan çalışmaları çoğunlukla arşiv araştırmalarına dayanan bir görsel sanatçı. Günümüzde fotoğraf üretmek için mutlaka bir aygıt gerekmiyor. Çünkü her gün milyonlarca üretilen bu fotoğraflarla ne yapacağımız, bu fotoğrafların ne anlama geldiği sorusu daha problemlidir. Fotoğrafların dünyayı anlamının hâlâ bir belirtisi olarak kavramlaştırdığımızda, içinde bulunduğumuz görsel kültürün araştırılması da önemli bir başlık olarak görünmektedir. Kitleli turizme odaklı eden dünyanın çeşitli tarih/kültür sembol mekanları, her gün sayısız kişi tarafından fotoğraflanmakta ve internet aracılığıyla paylaşılmaktadır. Görsel arama motoruna bu yerlerden birinin adı yazıldığında çıkan sonuç, çekim noktaları ve açıları dahil birbirinin aynı görünümündeki sayısız fotoğraf. Cor-

rine Vionet'in çıkış noktasını oluşturan bu nokta yukarıdaki görüntüyle (Görsel 3) sonuçlanmıştır. Hindistan'da bir anıt mezar olan Taç Mahal'e ait internetten toplanmış çok sayıda fotoğrafın üst üste bindirilmesiyle oluşturulmuş kompozit bir görüntüdür. Gösterge açısından Vionet'nin fotoğrafı, hazır imajların yeniden yapılandırılmasıyla yeni bir metin oluşturmaktadır. Görüntü hem onu oluşturan yüzlerce fotoğrafın izini taşımaktadır hem de onları silmektedir. Tüketim kültürü metinleriyle ilişkilendirilebilecek görüntünün bir başka yönü de, yazılanın kazınıp tekrar üzerine yazı yazılan parşömen kağıtlarını anımsatmasıdır. Böylelikle belirli bir bağı olmaksızın farklı göstergelerin zihinde canlanması, çoklu anlamlara kapı açmaktadır.

SONUÇ

Görsel kültür, 21. yüzyılın çoklu medya ortamında hiç olmadığı kadar önemli görünmektedir. Bugün görüşümüz ve hayatı anlamlandırma biçimimiz çoğunlukla medya dolayımıyla gerçekleşir ve fotoğraf da görsel kültür üretiminin başat bir görüntü teknolojisidir. Çünkü 19. Yüzyılda ortaya çıkışıyla birlikte kitleleşmiş ve fotoğrafik imgelerin 'doğal' görünen algı kodları sayesinde kültürün biçimlendirilmesinde güçlü bir araç olmuştur. Fotoğraf dijital ortamla birlikte kopyalanıp çoğaltılabilen, müdahale edilebilen bir araç olmadı, hep böyleydi. Sadece diğer bilgi ve iletişim teknolojileri ile birlikte görüntü kaydetme teknolojisinin iç içe geçmesi, fotoğrafçı ya da teknik uzmanların bilgisi dahilinde gerçekleştirdiği işlemleri herkesin yapabilmesini sağladı. Bu gelişmeyi modernizm bağlamında hiyerarşik ve katı çerçeveleri olan, aracın nitelikleriyle anlamın oluşturulduğu mono perspektifin yıkılması olarak okumak da mümkündür. Ancak sorun tam da bu demokratikleşmenin yarattığı özgür

görüntü üreticileri olarak bireylerin ve yaratıcı endüstrilerde çalışan profesyonellerin tüketim kültürü bağlamında fotoğrafların sunduğu görsellikte nasıl anlamlar yarattığı olmaktadır. İletişimdeki aşırı hız ve yoğunluğun anlamı çözdüğü ve yok ettiği ile ilgili kuramsal görüşler (Baudrillard, 2010; Han, 2019) bugün yaygın olarak bilinmektedir. Ancak her çağda olduğu gibi anlamlandırma insan yaşamının vazgeçilmezidir. Düz-yananlam, gösteren-gösterilen gibi ikili karşıtlıkların bugün yaşadığımız melez gerçekliği anlamlandırmak konusunda doğru araçlar olmadığı kesindir. Her araç ve biçim, toplumsal gelişmenin bir noktasında çağın ihtiyaçları ile doğru orantılı olarak ve o çağın bir sorununa yanıt bulmak üzere ortaya çıkar. Bugün yaşadığımız şey göstergebilimin ortaya çıktığı 19. Yüzyıla benzemektedir. Kalabalık modern kentlerin kaosu insanı düzene, sınıflandırmaya, akli önceleyerek ortak çıkarlar yaratmaya itmiştir. Göstergebilimi bu bağlamda okuduğumuzda, dilden çıkmış olması tesadüf değildir. İletişim en temel birleştiricimiz, dil ise onun önemli taşıyıcılarından biridir. Bugün yine bir şaşkınlık içerisinde göstergesini kaybettiğimiz bir dünyanın şifrelerini çözmeye, gerçeklikle bağlarını oluşturmaya çalışıyoruz.

Bunun için anlama, o anlamın içerisine yerleşeceği bir süre deneyimine ihtiyacımız vardır. Fotoğrafın dijital teknolojilerle artan hızlı üretim ve tüketimi, onlara bakma deneyimimizi dönüştürdüğü için problemlidir. O nedenle görsel yaratıcıların bakma deneyimini dönüştürecek estetik strateji ve medya teknolojisine başvurmaya yönelmeleri anlam arayışının doğal sonucudur. Fotoğrafa duyulan güvenin kaybedilmesi de onun anlatı potansiyelini artıracaktır. Nasıl ki resim tasvirden fotoğraf sayesinde bağımsızlaştıysa ve yine de resimde tasvir devam ediyorsa, fotoğraf için de aynısı olmuştur.

KAYNAKÇA

- Barthes, R. (2000). Camera Lucida. (Çev. Reha Akçakaya). 3. Baskı. İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Barthes, R. (2005). Göstergibilimsel Serüven. (Çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat). 4. Baskı. İstanbul: YKY
- Barthes, R. (2017). Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik. (Çev. Ayşenaz Koş-Ömer Albayrak). 2. Baskı. İstanbul: YKY
- Baudrillard, J. (2010). Simulakrlar ve Simülasyon. (Çev. Oğuz Adanır). 5. Baskı. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Benjamin, W. (2007). Pasajlar. (Çev. Ahmet Cemal). 6. Baskı. İstanbul: YKY Yayınları
- Berger, Arthur A. (2014). Kültür Eleştirisi. (Çev. Özgür Emir). 2. Baskı. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- "Corinne Vionnet" (2022). Kişisel web sayfası. <https://corinnevionnet.com/Photo-Opportunities>
- De Saussure, F. (2001). Genel Dilbilim Dersleri. (Çev. Berke Vardar). 1. Baskı. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Flusser, V. (2020). Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru. (Çev. Ali Yılmaz). 1. Baskı. İstanbul: Espas Yayınları
- Held, A. (2017). "France Aims To Get Real: Retouched Photos of Models Now Require A Label". www.npr.org: Erişim tarihi: 14.12.2021
- Khoury, J.E.Z. (2021). "Thoughts On My First Days". <https://www.worldpressphoto.org/news/2021/thoughts-on-my-first-100-days>
- Rifat, M. (2009). Göstergibilimin ABC'si. 3. Baskı. İstanbul: Say Yayınları.
- "POY" (2022). International Picture Of The Year. Feature Picture Story-Newspaper. Third Place. <https://www.poy.org/68/17/index.php>
- Ritchin, F. (2012). Fotoğraftan Sonra. (Çev.: Yalım Keser). 1. Baskı. İstanbul: Espas Yayınevi

KÜLTÜRÜN KÜRESEL KARŞI-AKIŞI BAĞLAMINDA TÜRK DİZİLERİNİN MAKEDONYA'DAKİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ TARAFINDAN ALIMLANMASI¹

Araş. Gör. Melike SEJFULA

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi
Yeni Medya ve İletişim Bölümü
ORCID: 0000-0003-3312-5697. melike.sejfula@yeniyuzyil.edu.tr

ÖZ

Bu çalışmada Türk dizilerinin Makedonya'daki üniversite öğrencileri tarafından nasıl alımlandığı sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu kapsamda Türk dizileri kültürün küresel karşı-akışı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Küreselleşmenin etkisiyle kültürel ürünlerin ulusötesi dolaşımı kolaylaşmış ve tek yönlü akışlar yerini çoklu akışlara bırakmıştır. Bu bağlamda bazı çevre ülkeler ön plana çıkmış, kültürel ürünlerin küresel alandaki akışında söz sahibi olmuştur. Türkiye bu ülkelerden biri olarak, dizi ihracatında önemli bir konuma gelmiştir. Türk dizileri dünyanın çeşitli bölgelerine ihraç edilse de Ortadoğu ve Balkanlar öne çıkan bölgelerdir. Aynı zamanda dizilerin ihraç edildikleri ülkelerde izleyiciler tarafından nasıl alımlandıkları araştırılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında Makedonya'nın başkenti ve en gelişmiş şehri olan Üsküp'te alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Üsküp'te bulunan dört ayrı üniversitede, öğrenciler ile derinlemesine görüşme ve odak grup çalışmaları yapılmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler göstermiştir ki, kültürel yakınlık, dizilerde sunulan modern yaşam imgeleri, prodüksiyon kalitesi izleyicilerin Türk dizilerine yönelmesinde belirleyici olmaktadır. Makedonya'daki izleyicilerin, Türk dizilerini yerli yapım beklentisi içerisinde ve belirli bir eleştirel mesafede izledikleri yapılan alan araştırması sonucunda ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Karşı-akış, Türk dizileri, izleyici alımlaması, Makedonya, Alan araştırması

Sejfula, M. (2022). *Kültürün Küresel Karşı-Akışı Bağlamında Türk Dizilerinin Makedonya'daki Üniversite Öğrencileri Tarafından Alımlanması*. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(4) ss: 45-63.

¹ Bu çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Bilim Dalı'nda 2019 yılında hazırlanan "Kültürün Küresel Karşı-Akışına Örnek Olarak Türk Dizileri ve Türk Dizilerinin Makedonya'daki Üniversite Öğrencileri Tarafından Alımlanması" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

RECEPTION OF TURKISH TV DRAMAS BY UNIVERSITY STUDENTS IN MACEDONIA CONTEXT OF GLOBAL CONTRA-FLOW OF CULTURE¹

Research Assistant Melike SEJFULA

Yeni Yüzyıl University Faculty of Communication
New Media and Communication Department
ORCID: 0000-0003-3312-5697. melike.sejfula@yeniyuzuil.edu.tr

ABSTRACT

This study seeks an answer to the question of how Turkish TV dramas are received by university students in Macedonia. In this context, Turkish TV dramas are evaluated within the framework of the global contra-flow of culture. With the effect of globalization, transnational circulation of cultural products has become easier and one-way flows have been replaced by multiple flows. In this context, some peripheral countries have come to the fore and have a voice in the global flow of cultural products. Turkey is one of these countries has become an important position in the export of TV drama. Although the Turkish dramas are exported to various regions of the world, the Middle East and the Balkans come to the fore. At the same time, it is an issue that needs to be investigated how to reception the TV dramas by the audience in the countries where they are exported. In the study, field research was carried out in Skopje, the capital and most developed city of Macedonia. In-depth interviews and focus group studies were held with students at four universities in Skopje. The data obtained from the interviews showed that cultural proximity, modern life images presented in the dramas, and the quality of the production are decisive for the audience to turn to the Turkish dramas. It has been reached as a result of the field study conducted by the audience in Macedonia, which they watched the Turkish dramas in the expectation of domestic production and at a certain critical distance.

Keywords: Contra-flow, Turkish dramas, Audience reception, Macedonia, Field research

¹ This study is based on the "Turkish TV Shows as an Example of the Global Counterflow of Culture" and prepared in the Department of Communication Sciences of Marmara University Social Sciences Institute in 2019. It is derived from the master's thesis "Reception by University Students in Macedonia".

GİRİŞ

Kültürel ürünlerden biri olan diziler, üretildikleri ülkenin kültüründen önemli izler taşımaktadır. Türkiye'de dizi sektörünün gelişmesi sonucu artan dizi ihracatı ile birlikte, Türk kültürü dünyanın çeşitli yerlerine taşınmıştır. Dolayısıyla dizilerin ihraç edildiği ülkelerdeki izleyiciler tarafından nasıl okunduğu ve gündelik yaşam pratiklerine nasıl yansıdığı, üzerinde araştırma yapılabilecek bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Balkanlar, Türkiye'nin dizi ihraç ettiği önemli bölgeler arasında yer almaktadır. Çalışmanın gerçekleştirildiği ülke olan Makedonya'da da Türk dizileri yoğun bir şekilde yayınlanmakta ve izleyiciler tarafından takip edilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel sorunsalı, Türk dizilerinin Makedonya'da üniversite öğrencileri tarafından nasıl alındığını ve gündelik yaşam pratiklerine nasıl yansıdığını, yapılan derinlemesine görüşmeler ve odak grup çalışmalarından elde edilen veriler ışığında tartışmaktır. Bu çerçevede Türk dizileri, kültürün küresel karşı-akışı tezi bağlamında değerlendirilmiştir.

Bilindiği üzere kültürel ürünlerin küresel alanda dolaşımında uzun yıllar boyunca tek yönlü bir akış olduğu üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Bu akışın merkez ülkelerden çevre ülkelere doğru olduğu vurgulanmış, özellikle ABD'nin egemenliğine dikkat çekilmiştir. Bu tek yönlü akış sonucunda dünya genelinde homojen bir kültür oluştuğu ve yerel kültürlerin yok olduğu görüşü alana hâkim olmuştur. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesinin de etkisiyle birtakım değişimler meydana gelmiştir. Çevre ülkelerden bazıları kendilerinden beklenmedik bir şekilde kültürel ürünlerin küresel alanda dolaşımında söz sahibi olmaya başlamış ve karşı-akış oluşturmuşlardır. Dolayısıyla merkez ülkeler baskın akışa devam ederken, çevre ülkeler tarafından karşı-akışlar gerçekleştirilmiştir. Özellikle 1990'lı yıllar ile birlikte karşı-akışlar artarak devam etmiştir. Bu alanda Hindistan, Güney Kore, Türkiye gibi ülkeler öne çıkmıştır. Türk dizileri

de bu bağlamda dünyanın çeşitli ülkelerinde geniş hedef kitlelere ulaşan önemli bir karşı-akış örneğidir.

Türkiye'de yeni iletişim teknolojilerinin kullanımının yaygınlaştığı ve medya sektöründe yoğunlaşmaların holdingleşmeye dönüştüğü 2000'li yıllar ile birlikte dizi sektörü hızlı bir şekilde gelişmiştir. Öyle ki çok geçmeden diziler ülke sınırlarını aşmış ve ihraç edilmeye başlanmıştır. Diziler ilk olarak Ortadoğu ve Balkanlara ihraç edilse de zamanla dünyanın çeşitli ülkelerine dizi satışları gerçekleşmiştir. İhraç edilen ilk yerli drama *Aşk-ı Memnu* (1980) olsa da dizi ihracatının çağdaş akışı, 2000'li yılların başında dizi sektörünün gelişmesi sonucunda başlamıştır (Ateşalp, 2015, s. 101). Daha sonraki yıllarda dizi ihracatı artarak devam etmiştir.

Çalışmanın gerçekleştirildiği Makedonya'da, Era isimli televizyon kanalının "Acı Hayat" isimli diziyi yayınlaması ile birlikte, Arnavut ve Makedon vatandaşlar Türk dizileri ile tanışmışlardır. Türk kökenli vatandaşlar uydu aracılığı ile dizileri uzun yıllardır takip etmekteydiler. Acı Hayat'ın izleyici tarafından sevilmesi diğer televizyon kanallarının da dikkatini çekmiş ve zamanla Alsat M ve A1 isimli kanallar da Türk dizilerini yayınlamaya başlamıştır. Şimdilerde ise Makedonya'da yayın yapan neredeyse tüm kanallarda Türk dizilerini görmek mümkündür.

Tüm bunlar göz önünde bulundurularak, çalışma kapsamında Türk dizileri, kültürel ürünlerin küresel karşı-akışı çerçevesinde ele alınmış, gerçekleştirilen alan araştırması ile dizilerin Makedonya'daki üniversite öğrencileri tarafından nasıl alındığı sorusuna yanıt aranmıştır.

1. KÜLTÜRÜN KÜRESEL KARŞI-AKIŞI

Küreselleşmenin hızla yayılması ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda medya içerikleri, dünyanın her yerinde daha kolay bir şekilde dolaşıma girmeye başlamıştır. Ulus-ötesi televizyonların

yükselişi, medya endüstrilerinin ve kültürlerinin, bölgesel ve küresel yeniden şekillenmesinin merkezinde yer almıştır (Chalaby, 2005, s. 1). Bu durum ilk olarak Disney, AOL-Time Warner, News Corporation gibi medya içeriklerini domine eden büyük şirketlere yarar sağlamıştır. Yaşanan gelişmeler sonucunda bu şirketler, ürettikleri medya içeriklerini dünyanın her noktasına eskisinden daha rahat bir şekilde ulaştırmıştır. Kültürel ürünlerin küresel alanda dolaşımına hâkim olan bu tek yönlü akış yıllar içerisinde kırılmıştır. Çevre ülkelerden ulus-ötesi güce ulaşan medya içerikleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesi ve kablolu televizyonun ortaya çıkmasıyla birlikte medya şirketleri ürettikleri içerikleri ulus-ötesi mecralarda yayınlama ve dünya çapında yeni izleyici kitlelerine ulaştırma fırsatı bulmuştur. Bu duruma örnek olarak Hint ve Kore filmleri, Latin Amerika dizileri verilebilir. Artık dünya genelinde medya içeriğinin tek yönlü akışı yerine çok yönlü akışların var olduğu iddia edilmiştir. İletişim akışlarının tek yönlü ve doğrusal olarak ilerlediği görüşü kırılmış ve karşı-akış (contra flow), çoklu akış (multiple flows) gibi yeni kavramlar gündeme gelmiştir (Georgiou ve Silverstone, 2007, s. 30).

Sinclair'a göre televizyon ürünlerinin uluslararası alanda dolaşımında ABD gibi merkez ülkelerin tek başına söz sahibi olduğunu düşünmek oldukça yanlıştır. Günümüzde medya akışları tek yönlü şekilde gerçekleşmemektedir, bazı çevre ülkeler de medya akışında söz sahibi olmakta ve bu sayede kültürel ürünlerin uluslararası dolaşımında çok yönlü akışlar oluşmaktadır (Sinclair, 2000). Dijital teknolojilerinin yayılması ve kablolu televizyonların gelişmesi küresel akışın Doğudan Batıya doğru olmasına imkân vermiştir. Çin, Güney Kore, Brezilya ve Hindistan gibi Batı'da olmayan ülkeler kültürel ürünlerin dolaşımında önemli bir role sahip olmaya başlamaları karşı-akışların gelişmesini sağlamıştır.

Thussu, karşı-akışların yıllar geçtikçe dünyanın çeşitli yerlerine giderek yayılmasının, baskın akışı yöneten merkez ülkelerin bir-

takım stratejiler geliştirmesine neden olduğunu ileri sürer. Bu stratejilerden biri olan globalizasyon çalışmaları, çokuluslu küresel şirketlerinin pazardaki hegemonyasını devam ettirebilmek adına yerel politikalar geliştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Thussu, 2007, s. 19). Bu yerelleşme eğilimleri arasında ülkelerin yerel dilinde televizyon programı hazırlamak, gazeteler çıkarmak ve web sitesi yayınlamak gösterilebilir. Bu strateji kapsamında küresel alanda faaliyet gösteren Amerikan şirketleri artan bir şekilde Avrupa, Asya ve Latin Amerika'da yerel medya içerikleri üretmeye başlamışlardır.

Karşı-akışların gelişmesi ve küresel alanda yayılması ile birlikte bu konu üzerinde çeşitli görüşler ortaya atılmıştır. Yapılan okumaların sonucunda bu görüşlerin genel olarak iki ana düşüncede yoğunlaştığı görülmüştür. İlk görüş, Batı dışı medyanın küresel olarak yayılmasının medya içeriklerinin erişimindeki eşitsizlikleri azaltacağı ve bu sayede de dünya çapında gelişen kültürün tektipleşmesinin önüne geçilebileceğidir. Bu görüşü savunanlara göre, kültürün karşı-akışı, dünya genelindeki güçsüz grupların güçlenmesine ve yeni kamusal alanların oluşmasına büyük ölçüde yarar sağlayacaktır. İkinci görüş ise, kültür ürünlerinin küresel alanda dolaşımında hâlâ baskın akışların egemen olduğu ve karşı-akışların sanıldığı kadar güçlü olmadığı yönündedir. Thussu da karşı-akış ve coğrafi kültürel akışlar ile birlikte dünya iletişiminin daha demokratik ve daha çeşitli olması gibi bir yanlış algının olduğunu ancak küresel medya akışlarının ve karşı-akışların dikkatli bir analizi yapıldığında sanıldığından daha karmaşık bir süreç olduğunu açıkça görebileceğimizi belirtmektedir (Thussu, 2007, s. 25). Ayrıca karşı-akışların varlığına rağmen, baskın akışlar gelirlerini yıllar geçtikçe arttırmaya ve bir kültürel hegemonya oluşturmaya devam etmektedir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi hem baskın akışları güçlenmesine hem de karşı-akışların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Kültürel ürünlerin küresel alanda

dolaşımında karşı-akışlar oluşsa da baskın akışlar etkisini devam ettirmekte ve hızla yayılmaya devam etmektedirler.

Çalışmamızın konusunu oluşturan Türk dizileri de kültürün küresel karşı-akışına önemli bir örnektir. Türk dizilerinin küresel alanda göstermiş olduğu başarının altında çeşitli nedenler bulunmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirildiği Makedonya, göz önünde bulundurulduğunda, kültürel yakınlık önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın bundan sonraki bölümünde Türk dizilerin küresel karşı-akışı, kültürel yakınlık bağlamında değerlendirilecektir.

2. DİZİLERİN KARŞI-AKIŞINDA KÜLTÜREL YAKINLIK UNSURU

Kültürel ürünlerin ulus-ötesi dolaşımında kültürel ve dilsel yakınlığın önemi başta Joseph Straubhaar olmak üzere farklı akademisyenler tarafından çalışılmıştır. Dünya genelindeki izleyicilerin tercihte bulunurken kendi kültürlerine yakın olan kültürel ürünleri tercih etme eğiliminde oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla kültürel yakınlık tezi temelde, izleyicilerin kültürel ve dilsel anlamda kendilerine en yakın veya en doğrudan ilgili televizyon programlarını izlemeyi tercih edeceğini savunmaktadır (Pastina ve Straubhaar, 2005, s. 273). Ayrıca Straubhaar izleyicilerin, ilk tercihlerinde yerli içeriklere yönelme ihtimallerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Ancak çevre ülkelerin büyük bir bölümü yerli içerik üretecek yeterli imkana sahip olmadığından, kültürel ürünleri ithal etmektedirler. Bu nedenle bu ülkelerdeki izleyiciler, yerli içeriklerle buluşmamaktadır. Bu noktada kültürel yakınlık tezi devreye girmektedir. Yerli içeriklerle ulaşamayan izleyiciler kendi kültürlerine en yakın kültürel ürünleri tercih etme eğiliminde olmaktadır. Dolayısıyla kültürel yakınlık içerisinde çeşitli öğeleri bir arada barındıran, çok boyutlu bir kavramdır (Ksiazek ve Webster, 2008, s. 487). İzleyicilerin dizi ve filmler üzerinde tercihte bulunurken kendi dillerinde ya da yakın dillerde içerikleri daha kolaylıkla izledikleri

bilinmektedir. Bazı izleyiciler altyazı okumaktan hoşlanmazken, bazıları da dublajın dizi ve filmlerin orijinalliğini bozduğu görüşünde olabilmektedir. Bu nedenle dilsel yakınlık izleyici tercihlerini etkileyen bir faktördür. Tüm bunları göz önünde bulundurarak, kültürel ürünleri dışarıdan satın alan ülkelerin televizyon kanalları, kendi kültürlerine ve dillerine yakın olan televizyon içeriklerini ithal etmeyi tercih etmektedir. Uzun yıllar boyunca uluslararası alanda dolaşımını sürdüren Brezilya ve Meksika telenovalarının, İspanyolca konuşulan ülkelerde daha çok izlenmesi bu durumu açıklar niteliktedir (Mast vd., 2017, s. 2562). Dolayısıyla dizi ve filmlerin ulus-ötesi dolaşımında dilin önemli bir rolü olduğu açıktır. Diğer bir ifadeyle dilsel yakınlık, kültürel yakınlığın çok önemli bir bileşenidir.

Kültürel ürünlerin küresel alandaki dolaşımında dilin önemi çeşitli araştırmalara konu olmuştur ve bunun sonucunda farklı kavramlar ortaya çıkmıştır. Bu kavramlardan biri Straubhaar'ın geliştirdiği "cultural-linguistic region'dır". Straubhaar, günümüzde televizyon içeriklerinin küresel alanda akışının, dünya genelinde belirli kültürel-dilsel bölgeler (cultural-linguistic region) oluşturduğunu belirtmiştir (Straubhaar, 2007, s. 4). Diğer yandan bu alanda çalışma yürüten isimlerden biri olan Sinclair'in geliştirdiği kavram "geolinguistic regions", kültürel ürünlerin küresel akışında, bazı coğrafi-dilsel bölgelerin oluştuğu vurgusunu içermektedir (Sinclair, 2003, s. 221). Sinclair, İspanyolca televizyon programlarının ABD'deki dolaşımında Miami'nin coğrafi-dilsel bölge (geolinguistic region) oluşturduğunu vurgulamıştır. Miami'nin kültürel çeşitlilikleri içinde barındırmasının ve Amerika'nın İspanyolca konuşan nüfusunun burada yaşamasının önemi büyüktür. Bu nedenle Sinclair, Amerika'nın İspanyol dilindeki kültürel ürünlerini ithal etmesinde Miami'nin önemli bir rol üstlendiğini belirtmektedir ve Miami'yi "Hollywood of Latin America" olarak adlandırmaktadır. Dolayısıyla Meksika ve Brezilya medya endüstrisi için, Ame-

rika'da İspanyolca konuşan nüfus önemli bir pazar oluşturmaktadır.

Çalışmanın gerçekleştirildiği ülke olan Makedonya'da yaşayan Türk azınlık nedeniyle ülke genelinde Türkçe günlük hayatta sıklıkla kullanılmaktadır. Türkler ve Arnavutlar arasında gerçekleşen evlilikler nedeniyle Türkçe Arnavutlar arasında da yayılmıştır. Özellikle ülkenin başkenti olan Üsküp'te, şehrin Arnavut ve Türklerin yaşadığı kısmında Türkçenin günlük hayatta kullanımı devam etmektedir. Çarşıda esnafın büyük bir bölümü Türkçe bilmektedir. Türkçenin Makedonya'da konuşuluyor ve biliniyor olması, Türk dizilerinin burada görmüş olduğu ilgide önemli bir yer tutmaktadır. İzleyicinin büyük bir bölümü Türk dizilerini dublaj ya da altyazıya gerek duymadan rahatlıkla izleyebilmektedir. Bu da dizilerin daha çok izlenmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla Makedonya'nın, Türk dizilerinin küresel akışında coğrafi-dilsel bir bölge oluşturduğunu söyleyebiliriz. David Hesmondhalgh ise "geolinguistic" kavramı yerine "geocultural markets" kavramını önermektedir (Hesmondhalgh, 2013, s. 279). Bunun nedenini ise dili sadece, insanlar ve yerler arasındaki çok sayıdaki potansiyel bağlantılardan biri olarak görmesi ile açıklamaktadır. Ayrıca Hesmondhalgh, bir ülkenin birden fazla coğrafi-kültürel pazara (geocultural market) sahip olabileceğini, çünkü hemen hemen tüm ülkelerin farklı kültürlerle sahip toplulukları içinde barındırdığını belirtmektedir. Hatta daha da önemlisi bireylerin bile farklı kültürel özellikler taşıyabileceği göz ardı edilmemelidir.

Joseph Straubhaar'ın geliştirdiği kültürel yakınlık tezinin bileşenlerinden bir diğeri olan "cultural capital", medya ürünlerin küresel akışında, izleyicilerin sahip olduğu kültürel sermayenin önemli bir rolü olduğu üzerine vurgular içerir. Straubhaar izleyicilerin, mizah anlayışları, toplumsal cinsiyet rolleri, hayat tarzları, dinleri, etnik kökenleri ve ahlaki değerlerinin onların kültürel sermayelerini oluşturduğunu ve bunların medya ürünleri tercihinde önem-

li olduğunu belirtmiştir (Straubhaar, 2003, s. 78).

Bu alanda öne çıkan terimlerden bir diğeri olan "cultural discount", Hoskins ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Kavram temelde, izleyicilerin kendi kültürlerinden farklı olan medya ürünlerine daha az ilgi duyacağı üzerinde durmaktadır. Hoskins ve arkadaşları, izleyicilerin aynı kalitede olan biri yerli diğeri de ithal edilmiş olan kültürel ürün üzerinde tercih etme durumunda kaldığında, yüksek ihtimalle yerli olan ürünü seçeceği üzerinde durmuşlardır. İthal edilen dizi ve filmlerin alt yazı veya dublaj ile verilmesi o medya ürünün kültürel değerinde bir azalmaya neden olacağını belirten Hoskins, bu durumu "cultural discount" kavramı ile açıklamıştır. Aynı zamanda izleyicilerin farklı bir kültürü içeren medya ürünlerini tercih etme ihtimali düşük olduğundan, bu ürünlerin küresel pazardaki değeri de düşmektedir. Dolayısıyla Hoskins ve arkadaşları, kültürel farklılıkların, medya ürünlerinin sınırötesi dolaşımında değerlerinin azalmasına neden olduğu üzerinde durmuş ve bu durumu "cultural discount" kavramı ile açıklamışlardır (Hoskins & Mirus, 1988, s. 503).

Özetle, medya ürünlerinin küresel alanda dolaşımında kültürel yakınlık önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda çeşitli isimlerin farklı kavramlar kullanılarak yaptıkları çalışmalar, izleyicilerin kendi kültürlerine yakın olan medya ürünleri tercih etme eğiliminde oldukları ortak noktası üzerinde birleşmektedir.

3. YÖNTEM VE ÖRNEKLEM

Çalışmada araştırmayöntemi olarak, derinlemesine görüşme ve odak grup görüşmesi yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Makedonya Üsküp'te bulunan dört üniversitede öğrencilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışmanın örneklemini Makedonya Üsküp'te yaşayan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Üsküp şehrinin seçilmesindeki en önemli

neden ülkenin en gelişmiş şehri olması ve üniversitelerin büyük bir bölümünün burada olmasıdır. Ayrıca ülkenin içinde bulunduğu çeşitli etnik grupları en iyi şekilde yansıtan şehir Üsküp'tür. Makedonlar, Arnavutlar, Türkler, Boşnaklar, Torbeşler, Romanlar şehirde bir arada yaşamaktadırlar. Üniversitelerin ve görüşülen kişilerin belirlenmesinde kartopu örneklem oluşturma yöntemi kullanılmıştır. Üsküp'te ulaşılan kaynak kişiler aracılığıyla görüşmeler, Kiril Metodi Üniversitesi, Uluslararası Balkan Üniversitesi, South East European Üniversitesi ve Fakültesi i Shkencave Islame Üniversitesi'nde gerçekleştirilmiştir.

Çalışma kapsamında yürütülen görüşmelerde tüm avantajları göz önünde bulundurularak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce araştırma konusu ile ilgili önemli noktalar ve temel sorular belirlenip, görüşmelerde takip edilecek yol haritası oluşturulmuştur. Soruların belirlenmesinde ise yapılan kuramsal okumalar etkili olmuştur. Görüşme esnasında ise görüşülen kişinin anlattıkları ve dizi izleme deneyimlerinden yola çıkarak yeni sorular yöneltilmiştir. Bu sayede görüşmelerin daha verimli geçmesi sağlanmıştır. Araştırma, üniversite öğrencileri ile yürütüldüğünden görüşmeler katılımcıların okullarında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin gerçekleştirildiği sınıfların sessiz ve dışarıdan gelecek kesintilerin en az olmasına özen gösterilmiştir. Katılımcılar ile etkili bir iletişim kurulmuş ve görüşlerini rahat bir şekilde söylemeleri sağlanmıştır. Böylece görüşmelerin verimli bir şekilde geçmesinin önü açılmıştır. Görüşmeler Türkçe, Arnavutça ve Boşnakça dillerinde yapılmıştır. Türkçe yapılan görüşmelerin dışındaki tüm görüşmelerde tercüman kullanılmıştır. Görüşmelerin hepsi yüz yüze yürütülmüş ve bu sayede öğrencilerin davranış ve mimiklerini gözlemlene imkânı bulunmuştur.

Araştırma kapsamında Makedonya Üsküp'te bulunan 4 ayrı üniversitede 37 öğrenci ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerin 17'si derinlemesine görüşme yöntemi ile yapılmıştır. Yapılan derinlemesine görüşmelerin 10 tanesi Arnavut kökenli, 3 tanesi Boşnak kökenli, 2 tanesi Torbeş kökenli ve diğer 2'si Türk kökenli öğrenciler ile yürütülmüştür. Çalışma üniversite öğrencileri ile yapıldığından, görüşülen kişilerin yaş aralığı 18-26 arasındadır. Diğer yandan yapılan 3 adet odak grup görüşmesinin 2'si 7 katılımcıdan oluşurken, diğeri 6 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Yürütülen ilk odak grup görüşmesi 5 Arnavut ve 1 Türk katılımcıdan oluşurken, ikinci grupta 4 Arnavut, 3 Türk öğrenci bulunmaktadır. Son odak grup görüşmesi ise 4 Türk ve 3 Arnavut öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Kültürel Yakınlık Bağlamında Dizilerin Alınması

Makedonya'nın resmi dini Hristiyanlık olmasına rağmen halkın önemli bir bölümünü de Müslümanlar oluşturmaktadır. Bu nedenle dizilerin Makedonya'daki başarısında halkın bir bölümü ile ortak dine sahip olunmasının önemi büyüktür. Nitekim Berg'de, The Importance of Cultural Proximity in the Success of Turkish Dramas in Qatar isimli çalışmasında, Katar'da Arap ve Türklerin aynı dine sahip olmasının dizilerin sevilip, izlenmesindeki en önemli nedenlerden birinin olduğunu vurgulamıştır (Berg, 2017, s. 3421). Görüşme yapılan öğrenciler İslam dininin iki ülke insanlarını birbirine yakınlaştıran en önemli nokta olduğunu dile getirmişlerdir.

"En önemli ortak nokta aynı dine sahip olmamız. Diziler de ortak sembollerimiz gösteriliyor. Mesela camiler, başörtüsü dizilerde sıklıkla karşımıza çıkıyor. Bence dizilerin bu kadar çok izlenmesinin nedeni de bu." (Yasemina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

"En çok ortak kültürel değerlere sahip olduğumuzu görüyorum dizilerde. En önemlisi de dinlerimiz aynı ve bu bizi birbirimize yakınlaştırıyor." (Linda, Arnavut derinlemesine görüşme).

Bazı öğrenciler Türk dizileri ile Makedonya'da önceden yayınlanan İspanyol dizilerini karşılaştırarak, aynı dine sahip olunmasından dolayı Türk dizilerinin kendilerine daha yakın bulduklarını vurgulamışlardır. Türk dizilerinde sıklıkla İslam dinine ait sembollerin gösterildiğini söyleyen öğrenciler, bu nedenler Türk dizilerini daha çok sevip, beğenerek izlediklerini belirtmişlerdir.

"İspanyol dizilerini izliyorduk ama çok fazla ısınamamıştık. Türkler de Müslüman oldukları için bize daha yakın diziler ürettiriyorlar. Bu nedenle bizler Türk dizilerini çok daha fazla beğendik." (Sibel Boşnak derinlemesine görüşme).

"Evet kültürlerimiz birbirlerine yakın. En önemli ortak nokta dinimizin aynı olması. Onun dışında da ortak noktalar var tabii. Ben küçükken hatırlıyorum ailem hep İspanya'nın ve Brezilya'nın dizilerini izlerlerdi. O dizilere göre Türk dizileri bize daha yakın geliyor." (Amar Arnavut derinlemesine görüşme).

Görüşme yapılan kişilerin büyük bir bölümü dizileri izlemelerinde, dizilerde gösterilen dini sembollerin önemli bir yer tuttuğunu belirtirken, birkaç öğrenci dizilerde İslam dinine uygun olmayan birçok davranışın gösterildiğini söylemiştir. Bu görüşü savunan öğrenciler dizilerin İslam dini ile alakasının olmadığını, herkesin yalan söylediğini, birbirini aldattığını dile getirmişlerdir.

"Türkler Müslüman olarak biliniyor tüm dünyada ama dizileri izleyenler bu nasıl Müslümanlık diyor. Herkes birbirini aldatıyor, yalan söylüyor, birbirini öldürüyor daha bunun gibi çok fazla İslam dinine uymayan davranışlar normal olarak gösteriliyor dizilerde. İspanyollar bile bu kadar açık dizi çekmiyordu." (Sevil, derinlemesine görüşme).

Sonuç olarak araştırma kapsamında elde edilen veriler değerlendirildiğinde, diziler içerisinde gösterilen İslam dinine ait sem-

bollerin dizilerin sevilmesinde önemli bir yeri olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrenciler iki ülkenin kültürlerinin benzer olduğunu vurgularken, İslam'ın iki ülke insanını birbirine yakınlaştırdığını söylemişlerdir. Bu noktada ülkede önceden yayınlanan İspanyol dizileri ile Türk dizileri sıklıkla karşılaştırılmıştır. Ayrıca az sayıda da olsa bazı öğrenciler, dizilerin İslam dinine uygun olmayan davranışlar içerdiğini söylemiştir. Ancak genel bir değerlendirme yapıldığında, ortak dine sahip olunması izleyiciler tarafından dizilerin tercih edilmesinde önemli nedenlerden biridir.

Türk dizilerinin Balkanlar ve Makedonya'daki başarısının en önemli nedenlerinden biri de hiç şüphesiz 550 yıllık Osmanlı hakimiyetinden gelen tarihsel bağlar sonucunda oluşan ortak kültürel değerlerdir. Araştırma kapsamında yürütülen görüşmelerde bu durumu kanıtlayan birçok veri elde edilmiştir. Öğrenciler görüşmeler sırasında dizilerin Makedonya'da bu kadar çok sevilmesinin altındayatan nedenlerin başında, iki ülke arasındaki ortak tarihsel miras olduğunu belirtmişlerdir. Eylem Yanardağoğlu ve İmad Karam, Türk dizilerinin Arap izleyiciler tarafından nasıl alımlandığını araştırdıkları çalışmalarında, Arap Yarımadası'ndaki Osmanlı hakimiyeti sonucunda oluşan tarihsel yakınlığın dizilerin başarı göstermesindeki önemli nedenlerden biri olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Yanardağoğlu ve Karam, 2013). Makedonya'daki üniversite öğrencileri ile yapılan derinlemesine görüşme ve odak grup çalışmalarında da benzer veriler elde edilmiştir. Öğrencilerin tümüne yakını dizileri tercih etmelerindeki en önemli nedenin, geçmişten gelen ortak bağların olduğunu söylemişlerdir.

"Evet kültürümüz aynı. Osmanlı'dan gelen ortak bir kültüre sahibiz. 500 yıl Osmanlı Devleti bu topraklarda kalmış. Doğal olarak ortak gelenek ve göreneklerimiz var. Değerlerimiz aynı. Bu nedenle dizileri de bizim kültürümüze uygun buluyorum." (Hava, Arnavut derinlemesine görüşme).

Gerçekleştirilen 2. odak grup görüşmesinde bu konu hakkında öğrencilerin bazılarının farklı fikirlere sahip olduğu görülmüştür. Öğrencilerden biri, dizilerin başarısında ortak geçmişe sahip olmasının önemine değinirken diğer bir öğrenci bu duruma katılmadığını belirtmiştir. Bunun üzerine grup içerisindeki üç öğrenci arasında bu konu üzerine kısa bir tartışma gerçekleşmiştir.

“Bence Makedonya ile Türkiye arasında eskiden bu yana gelen tarihi miras olmasaydı Türk dizileri bu kadar ilgi görmezdi. Aynı şekilde Arabistan’da da çok fazla izleniyor. Bunun nedeni de kültürel yakınlık.” (Oktay, Türk, 2. odak grup).

“Ben öyle düşünmüyorum. Çünkü bizim İspanyollarla bir kültürel yakınlığımız yok ama yine de çok izledik onların dizilerini.” (Eren, Arnavut, 2. odak grup).

“Tamam haklısın İspanyol dizileri de çok izlendi. Ama Türk dizileri kadar değil. Türk dizileri 7 8 senedir yani Acı Hayat’tan bu yana çok popüler oldu. Türk dizileri başka bir etki yarattı. En çok izlenen diziler Türk dizileri bence.” (Muhammet, Arnavut, 2. odak grup).

Araştırma kapsamında elde edilen veriler sonucunda, iki ülke arasındaki tarihsel bağlar sebebi ile izleyicinin tarihi dizlere karşı yoğun bir ilgi gösterdiği görülmüştür. Öğrenciler görüşmeler sırasında sıklıkla Muhteşem Yüzyıl, Kösem Sultan, Payitaht Abdülhamit ve Diriliş Ertuğrul gibi dizileri izlediklerini belirtmişlerdir. Bu diziler aracılığı ile geçmişlerini öğrendiklerini söyleyen öğrenciler, ayrıca bu dizileri diğer dizilerden daha kaliteli bulduklarını dile getirmişlerdir.

Türk dizilerinin Makedonya ve Balkanlar’da göstermiş olduğu başarının en önemli nedenlerinden biri de dilsel yakınlıktır. Balkanlar’da Osmanlı Devleti döneminden bu yana Türkçe konuşulmaktadır. Günümüz Makedonya’sına baktığımızda da halk arasında Türkçe konuşulduğu görülmektedir.

Elbette bunun en önemli nedeni Makedonya’da yaşayan Türk azınlıktır. Bölgede yaşayan Türklerin dillerini koruduğu ve aile içerisinde Türkçe konuşmaya devam ettiği gözlemlenmiştir. Arnavutlar ve Türkler arasında gerçekleşen evlilikler sonucunda Türkçe’nin kullanımı daha da yaygınlaştırmıştır. Makedonya’da Müslüman nüfusun yaşadığı bölgelere gidildiğinde Türkçe konuşanların sayısının daha fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türk dizilerinin Balkanlar ve Makedonya’da tercih edilmesinde Türkçe’nin önemi büyüktür. Makedonya’daki üniversite öğrencileri ile yürütülen araştırmada da bu durumu doğrulayan verilere ulaşılmıştır. Özellikle Türk kökenli öğrenciler dizileri tercih etmelerindeki en önemli nedeninin Türkçe olduğunu sıklıkla dile getirmişlerdir. Ayrıca ülkede daha önce yayınlanan İspanyol dizilerini izlerken alt yazı olmadan hiçbir şey anlamadıklarını ama Türk dizilerini izlerken az çok anladıklarını bu nedenle de izlerken daha fazla keyif aldıklarını belirtmişlerdir. Dizilerle birlikte Türkçe bilenlerin sayısında önemli bir artış olduğu görüşmelerden elde edilen veriler arasındadır.

“Ben Türk kökenli olduğum için kendi dilimden dizileri izlemekten oldukça keyif duyuyorum. Hem kendi dilimizi korumuş oluyoruz.” (Emine Türk derinlemesine görüşme).

“Ben Arnavut olamama rağmen Türk okulunda okudum. Türkçeyi çok seviyorum. Dizileri tercih etmemdeki belki de en önemli neden bu. Dizileri izlerken rahatlıkla anlayabiliyorum. Bu da bana daha çok keyif veriyor. Alt yazı okumakla ya da kötü dubajları dinlemekle uğraşmıyorum.” (Kıymet Arnavut derinlemesine görüşme). Diğer yandan görüşmeler sırasında öğrenciler dizileri kültürlerine yakın buldukları için izlediklerini söylerken verdikleri örneklerde, dizilerde gördükleri aile yapıları ile kendi aile yapılarının benzediğini vurgulamışlardır.

“Mesela Fazilet Hanım ve kızlarından örnek vermek gerekirse. Orda aile içinde tüm

kararları babalar veriyor. Benim ailemde de tüm kararları genellikle babam veriyor. Bu açıdan benim aile kültürüme yakın olduğunu söyleyebilirim.” (Elmedina Arnavut derinelemesine görüşme).

“İstanbul Gelin dizisini çok beğeniyorum. Dizideki aile yaşantısı bizim yaşantımıza çok uygun. Burada da genellikle aileler bir arada yaşar. Bu nedenle dizi ilgimi çekti. Dizide evlenen kardeşler hep bir arada anneleri ile yaşıyorlar. Gerçi benim hep kız kardeşim var. Ama amcamlardan biliyorum. Benim amcamlarda da genellikle öyle, erkek kuzenlerim evlendiklerinde amcamlarla yaşamaya devam ediyorlar aynı dizideki gibi yani.” (Kıymet, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Bazı öğrenciler ise dizilerin büyük bir bölümünün sadece İstanbul'daki aile yapısını gösterdiğini ve bu nedenle kendi kültürlerine yakın bulmadıklarını, ancak Anadolu'da özellikle de Doğu Anadolu'da çekilen dizileri kendilerine daha yakın bulduklarını belirtmişlerdir. Bu görüşü savunanlar İstanbul'daki aile yaşantısının kendilerine çok uzak olduğunu dile getirmişlerdir. Anadolu'da çekilen dizilerin ise kendilerine daha samimi ve yakın geldiğini vurgulamışlardır. Bir öğrenci “Sen Anlat Karadeniz” dizisinin Trabzon'da çekilmesi sebebi ile kendi aile yapısına daha uygun olduğunu, dizide aile bağlarının güçlü olması ve bir arada yaşamalarının kendi aile yapısına oldukça benzediğini belirtmiştir. Bu kapsamda elde edilen verilerden bazıları aşağıdaki gibidir:

“Diziler aslında Türk kültürünü tam anlamıyla yansıtmıyor. Türkiye büyük bir ülke ve içerisinde pek çok kültürü barındırıyor. Ama diziler sadece İstanbul yaşantısını ve oranın kültürünü gösteriyor. Bu nedenle o kültür bize uzak. Yaşam tarzlarımız benzemiyor. Her milletin kendine has bir yaşam tarzı var. Bazı diziler var Anadolu'da çekilen onlar bize daha yakın. Anadolu kültürü ile ortak noktalarımız var.” (Umut, Türk, birinci odak grup).

“Aslında bakarsak Türkiye'deki Doğu bölgelerinin kültürü bize daha yakın. Hani aşiret dizileri var ya onlardan bahsediyorum aslında. O dizilerde olduğu gibi bizlerin de aile bağları daha kuvvetli. Gelenek ve göreneklerine daha bağlılar. Aynı bizlerde öyleyiz. Aşiret dizilerinde de aileler hep birlikte yaşıyor. Evlenince ailelerinin yanlarında kalmaya devam ediyorlar. Tüm bu saydıklarımız bizim kültürümüzle ortak yanları. Ama diğer dizilerle aramızda bu kadar ortak nokta yok. Hatta hiç yok diyebilirim. Dizilerde genellikle hayatlar çok farklı. Bizim hayatlarımız gibi değil onlar. Bu nedenle doğu daha yakın buluyorum. Ama tek bir fark var biz de akraba evlilikleri asla olmaz. Bakıyorum o dizilerde amca çocukları birbiri ile evleniyor. Bunlar bizlere göre çok yanlış. Ama bunun dışındaki çoğu şey bizim kültürümüze oldukça uyumlu. (Emine, Türk, derinlemesine görüşme).

Özetle, Kültürel yakınlık kapsamında elde edilen veriler değerlendirildiğinde dört adet kategorinin ortaya çıktığı görülmektedir. Geçmişten gelen tarihi yakınlık, ortak din, iki ülke arasındaki aile yapısının benzer olduğuna dair olan algı ve Türk diline olan yakınlık ortaya çıkan kategorilerdir.

4.2. Türk Dizilerinin Niteliğine İlişkin Görüşler

Türk dizilerinin Arap coğrafyasında nasıl alımlandığını araştıran Eylem Yanardağoğlu ve İmad N. Karam, Mısır ve Yemen'de gerçekleştirdikleri araştırmalarında dizilerinin izlenmesindeki en önemli nedenlerden birinin Türk dizilerinin prodüksiyon kalitesi ve yüksek teknik kalite olduğunu belirtmişlerdir. Makedonya'daki üniversite öğrencileri ile yapılan görüşmelerde de benzer veriler elde edilmiştir. Görüşülen öğrenciler, dizilerinin kalitesinin çok yüksek olduğunu ve izleme nedenlerinden birinin de bu olduğunu belirtmiştir. Diziler görüntü ve çekim teknikleri tarafından oldukça profesyonel bulunmuştur.

“Türk dizileri görüntü, montaj ve senaryo alanında oldukça iyi bence. Gerek prodüksiyon kalitesi olarak gerek oyunculuk

açısından ben dizileri oldukça kaliteli buluyorum. Ayrıca görüntü olarak da oldukça başarılı. Türk dizilerinin farklı bir atmosfer taşıdığını düşünüyorum.” (Emine Türk, derinlemesine görüşme).

Diğer yandan öğrenciler görüşmelerde sıklıkla Türk dizileri ile İspanyol ve kendi ülkelerinde yayınlanan az sayıda yerli diziyi karşılaştırmışlardır. İspanyol dizilerinin yayınlandığı dönemde ülkelerinde çok izlendiğini belirten öğrenciler, Türk dizilerini izlemeye başladıktan sonra o dizilerin aslında ne kadar kalitesiz olduğunu anladıklarını söylemişlerdir. Aynı şekilde televizyon ekranlarında yayınlanan sadece bir iki tane yerli dizi olduğunu ancak onların da daha çok komedi ağırlıklı ve kalite bakımından oldukça düşük olduğunu vurgulamışlardır.

“Türk dizileri İspanyol dizilerine göre çok daha kaliteli. Senaryoları ve çekim olarak çok daha önde. Halk arasında çok daha fazla sevildi ve izlendi Türk dizileri. Kaliteli olması en önemli nedeni. Ben de önceden İspanyol dizilerini izliyordum ama artık izlemiyorum. Çünkü heyecan vermiyor. Türk dizileri her anlamda çok daha kaliteli.” (Yasemina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Ahmet Uysal Mısır'daki Türkiye Algısı üzerine yürüttüğü çalışmada, algının oluşmasında Türk dizilerin prodüksiyon kalitesinin büyük bir öneme sahip olduğunu belirtmiştir. Türk dizileri ile ilgili medyada çıkan haberleri inceleyen Uysal, çeşitli veriler elde etmiştir. Elde ettiği sonuçlardan biri de Arap oyuncularının abartılı rollerine karşılık Türk oyuncuların oldukça başarılı ve doğal bir şekilde rollerini yaptıkları ve dizilerin izlenmesinin nedenlerinden birinin de bu olduğudur (Uysal, 2011, s. 83). Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde de öğrenciler buna benzer ifadeler kullanmışlardır. Dizilerin başarılı ve kaliteli olmasının altında oyuncuların rollerini en iyi şekilde yapmasının yattığı sıklıkla vurgulanmıştır. Ayrıca oyuncuların oldukça eğitilmiş olduklarını söylemişler ve kendi

ülkelerindeki oyuncularla kıyaslama yoluna gitmişlerdir.

“Bence Türk dizileri kalite olarak çok iyi. Her açıdan muhteşem diziler çıkıyor ortaya. Bu noktada oyunculara da önemli bir rol düşüyor bence. Türkiye'deki çoğu oyuncu çok eğitilmiş ve rollerini çok iyi yapıyorlar.” (Fiyola, Arnavut, derinlemesine görüşme). “Mesela burada birkaç tane Makedon dizisi var ama bizler hiç izlemiyoruz. Türk dizilerine göre bakıldığında kalitesi çok kötü, oyunculuklar hiç iyi değil. Zaten oyunculuk eğitimi de burada çok yok. Ben Türk oyuncularını takip ediyorum. Çoğu yurt dışında eğitim almış. Bu da dizilerin kalitesini doğal olarak artırıyor.” (Merve, Türk, derinlemesine görüşme).

Diğer yandan bir dizinin izlenmeye başlamasında oyuncuların etkisinin büyük olduğu yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular arasındadır. Öğrencilerin büyük bir bölümü sevdiği ve beğendikleri oyuncuların rol aldığı tüm dizileri izlediklerini belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde Türk oyuncularına karşı büyük bir sevgi beslediği ve ilgi duyulduğu gözlemlenmiştir. Öğrencilerin neredeyse tümü sevdiği oyuncuları sosyal medya üzerinden takip ettiklerini ve oyuncuların gerçek hayatta neler yaptıklarını merak ettiklerini söylemişlerdir. Dolayısıyla beğendikleri oyuncuların yeni dizilerini büyük bir merakla ve ilgiyle takip etme davranışı sıklıkla görülmektedir. Bu noktada dizilerin tercih edilme nedenlerinden biri de bu olmaktadır.

“Mesela Kara Sevda dizisini izledim. Neslihan Atagül dizideki adı Nihan'ı çok sevdim. Bence çok iyi bir oyuncu. Rolünü çok iyi yapıyordu. Şimdi onun bir dizide oynamasını bekliyorum. Başlayınca hemen izleyeceğim. Zaten genelde bir dizide bir oyuncuyu çok beğendiğim zaman onun oynadığı diğer tüm dizileri de izliyorum.” (Kıymet, Arnavut, derinlemesine görüşme).

“Kiralık Aşk dizisinde Elçin Sangu'yu çok

beğenmiştim. Yeni diziye başladı Çarpışma galiba adı. Sınavlarımdan dolayı izleyemedim ama tatilde izlemeye başlayacağım. Çok merak ediyorum. Gerçi romantik komedi değil bu. Diğer dizisinden çok farklı ama yine de izleyeceğim. Çünkü Elçin'i çok seviyorum." (Sakina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Dizilerin senaryoları, görüşmeler sırasında öğrenciler tarafından sıklıkla değerlendirilmiştir. Bu konu üzerinde öğrencilerin farklı görüşlere sahip olduğu dikkat çekmektedir. Öğrencilerin hepsi dizilerin kaliteli olduğu konusunda hemfikir iken, senaryolar hakkında aynı görüşü paylaşmamaktadırlar. Görüşülen kişilerin büyük bir bölümü diziler hakkında yaptıkları olumsuz eleştirileri dizilerin senaryolarına yönlendirmişlerdir. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde öğrencilerin dizilerin senaryolarının artık tekrar etmeye başladığını ve bu nedenle dizileri izlerken artık eskisi kadar heyecan duymadıklarını belirtmişlerdir. Ancak dizilerin tümü için bunun geçerli olmadığını, senaryoları güzel ve zekice yazılan diziler de yapıldığını vurgulamışlardır.

"Ama bir eleştiri olarak söylemek gerekirse artık senaryolar birbirine benzemeye başladı. Ne olacağını önceden tahmin edebiliyorum. Senaryoların biraz daha değişik olması gerekiyor ve geliştirilmesi lazım. Genelde hep aynı senaryolar. Artık ilgimi çekmiyor." (Elmedina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

"Ancak artık senaryolar birbirine çok benzemeye başladı. Hep aynı şeyler zengin kız fakir oğlan ya da tam tersi. İyi olan senaryoları örneğin Muhafız ya da Diriliş Ertuğrul gibi bunları daha çok izliyorum. Bence sıkıntı daha çok senaryolarda senaryoların genişletilmesi ve geliştirilmesi gerekiyor bence." (Merve, Türk, derinlemesine görüşme).

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir bölümünün Türk dizilerini büyük bir beğeni ile izlemelerine rağmen, yerli yapım beklentisi içerisinde

oldukları görülmüştür. Aynı şekilde Emek Çaylı Rahte'nin Kosova izleyicisi ile yaptığı alımlama çalışmasında da benzer bir sonuç çıkmıştır. Kosova izleyicisi ülkelerinde kaliteli yerli yapımların yapılması halinde izlemeyi tercih edebileceklerini belirtmiştir. (Rahte, 2017, s. 76). Makedonya örneğinde de öğrenciler görüşmelerde sıklıkla ülkelerinde yerli yapımların yetersiz olduğu, birkaç tane dizinin çekildiğini ancak kalite olarak çok yetersiz olduğundan dolayı izlemeyi tercih etmediklerini söylemişlerdir. Ayrıca ülkelerindeki medya sektörüne de değinen öğrenciler, devletin bu sektöre yeterince yatırım yapmadığını vurgulamıştır.

"Burada da oyuncular var ama dizi çekmek için yeterli imkanları yok. Ülkenin ekonomik durumu ortada. Bu nedenle televizyon sektörü gelişmedi daha burada. Sadece tiyatro yapabiliyorlar. Daha az maliyetli olduğu için çünkü şartlar böyle gerektiriyor. Ama zamanla gelişirse ve yerli Arnavut dizileri yapılırsa kaliteli de olursa onları izlerim büyük bir zevkle. Sonuçta kendi ülkemde çekilmiş diziler olacak neden başka ülkenin çektiklerini izleyeyim ki." (Sakina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirildiğinde Türk dizilerinin Makedonya'da sevilip, izlenmesinin önemli nedenlerden biri de ülkede yerli yapımlarının yetersiz olmasıdır. Yerli yapımların yetersiz olmasındaki en önemli neden hiç şüphesiz ülkenin medya sektörünün içinde bulunduğu koşullardır. Ülkede yayınlanan birkaç yerli dizi izleyiciler tarafından beğenilmemekte ve nitelik açısından izleyiciyi tatmin etmemektedir. İzleyiciler Türk dizileri izleyip, sevmelerine rağmen bir yandan da nitelik açısından eleştirerek daha nitelikli yapımlara dair beklentilerini dile getirmektedirler.

4.3. Türk Dizilerinin Sunduğu Modern Hayat İmgeleri

Sibel Akova, Türk dizilerinin Batı Balkan ülkelerindeki etkileri üzerine yaptığı çalışmasında, dizilerin Bosna-Hersek halkı-

na, hayalini kurdukları ancak henüz erişemedikleri yaşamları izleme imkânı sunduğu bulgusunu elde etmiştir (Akova, 2016, s. 286). Ayrıca Akova, gerçekleştirdiği odak grup görüşmelerinde görüşülen kişilerin, dizi karakterleri gibi giyinmek, davranmak, yaşamak, gibi istediklerini söylediklerini belirtmiştir. Makedonya'da gerçekleştirilen görüşmelerde de öğrencilerin bazıları dizilerdeki gibi bir hayatlarının olmasını istediklerini vurgulamışlardır. Görüşülen kişiler sıklıkla dizilerdeki gibi bir aşk yaşamak istediklerini, dizilerdeki gibi her gün farklı kıyafet giymek istediklerini ve günlük yaşantılarında baskıdan uzak rahat bir yaşam sürmek istediklerini söylemişlerdir. Uysal da yaptığı çalışmasında Arap gençlerinin, özgürlük ve eğlence imkanlarının eksikliğini diziler yoluyla kapattıkları sonucuna ulaşmıştır (Uysal, 2011, s. 84). Makedonya örneğinde de benzer bulgular elde edilmiştir. Yapılan görüşmelerde öğrencilerin bir bölümü dizilerin gençleri kötü etkilemediğini, bir bölümü ise aksine diziler sayesinde gençlerin kendilerini geliştirdiğini vurgulamışlardır.

"Genel olarak dizilerden sonra gençlerin kötü etkilendiğini söylüyorlar ama bence öyle olmadı. Hatta iyi şekilde etkiledi. Gençler kendilerini geliştiriyorlar ve daha modern olamaya başlıyorlar. Kötü örnek olduğunu asla düşünmüyorum." (Hava, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Özellikle odak grup görüşmelerinde öğrenciler bu konu üzerinde çeşitli fikirler sunmuşlardır. Gerçekleştirilen üçüncü odak grup görüşmesinde katılımcıların büyük bir bölümü dizilerdeki gibi bir yaşam sürmek istediklerini belirtirken, bir katılımcı ise dizilerdeki hayatların çok rahat ve özgür olduğu, öyle bir hayatının olmasının istemediğini vurgulamıştır.

"Dizilerde gösterilenler ve onların yaşam tarzı bizlere pek benzemiyor. Biz onlar gibi yaşamıyoruz. Bazı yönlerini seviyorum ama dizilerde yaşayanların. Mesela onlar gibi aşklar yaşamak isterdim." (3. odak grup Meryem, Türk).

"Dizilerdeki hayatlar bambaşka. Ama onlar gibi yaşamak isterdim yani neden olmasın ki. Özellikle bazı dizilerdeki yaşam tarzlarını çok beğeniyorum. Örnek verirsem Kiralık Aşk. Öyle bir hayatım olsa muhteşem olurdu." (Eşref, Arnavut, 3. odak grup).

"Dizilerde gösterilen yaşam tarzları bizimkinden çok farklı. Ama onlar gibi olmak istemezdim ben. Dizilerde yaşamlar çok rahat, özgür. Bize çok yanlış gelen şeyler var." (3. odak grup, Gamze, Türk).

Görüşülen öğrenciler arasında muhafazakâr yapıya sahip olanların dizileri ahlaki bir kaygı gözeterek izledikleri görülmüştür. Bu öğrenciler dizilerin ülke gençlerini çok kötü etkilediğini ve dizilerle birlikte gençlerin davranışlarında önemli değişimlerin gerçekleştiğini söylemişlerdir. Dizileri izleyen gençlerin, geceleri daha fazla dışarı çıkmaya başladıklarını, genç çiftler arasında boşanmaların arttığını belirtmişlerdir. Kendilerinin dizilerin birer senaryo olduğunu bilerek izlediklerini bu nedenle de kötü bir şekilde etkilenmediklerini dile getirmişlerdir.

"Çoğu genç dizilerde gördüğü gençler gibi bir hayat yaşamak istiyor. Zenginliğe ve lüks yaşama özeniyorlar. Mesela gece hayatı da arttı burada. Gençler dizilerden gördüğü gibi geceleri dışarı çıkmaya başladı. Gece kulüplerine gidenlerin sayısı iyice arttı. Dizilerde içki içmek özendiriliyor. Sürekli gece eğlencelerinde ellerinde içki var. Erkekler kızları etkilemek için içki içiyor. Buradaki gençler de içmeye başladı." (Elmedina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

"Dizilerdeki bazı sahneler gençlere kötü örnek oluyor. Örneğin artık çiftler sokaklarda, kafelerde daha rahat hareket etmeye başladı. Dışarıda yapılmayacak şeyleri yapıyorlar. Bunları dizilerden görüyorlar çünkü. Tüm bunlar bizim kültürümüze uygun değil. Diziler bu anlamda kötü örnek oluyor bence. (Sakina, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Dizilerin gençleri kötü etkilediğini savunan öğrenciler, dizilerde gösterilen şiddet sahnelerinin özellikle çocuklar ve lise çağındaki gençler üzerinde olumsuz anlamda çok fazla etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle Kurtlar Vadisi ve Çukur dizileri sıklıkla örnek olarak gösterilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular değerlendirildiğinde Çukur dizisinin gençler tarafından en çok izlenen ve beğenilen diziler arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırma kapsamında Üsküp'te geçirilen süre içerisinde çarşıda Çukur dizisinin tişörtlerinin satıldığı ve mahalle duvarlarında dizinin işaretinin çizildiği sıklıkla görülmüştür.

“Kurtlar Vadisi burada verilmeye başlandığı zaman gençler mahallede çete kurmaya başlamışlardı. Kavgalar artmıştı. Gençleri olumsuz anlamda çok fazla etkilemişti. Şimdilerde aynı etki Çukur dizisiyle oluyor. Gençleri özellikle de lisede okuyan gençleri çok fazla etkilediğini görüyorum. Sokaklarda tüm duvarlarda nerdeyse Çukur'un işareti var. Gençler mahalle kavgalarına başladı aynı dizide olduğu gibi.” (Muhammed, Torbeş, derinlemesine görüşme).

Sonuç olarak elde edilen veriler değerlendirildiğinde, görüşülen kişilerin hayata bakış açıları ve yetiştirildikleri aile yapısının dizileri farklı şekilde alımlamalarına neden olduğu görülmüştür. Öğrencilerin bir kısmının diziler içerisinde yer alan ve kendilerinin sahip olmadığı modern yaşam imgelerine özendikleri görülmüştür. Bu öğrenciler dizilerde gördükleri gibi yaşam sürmek istediklerini söylemiş ve dizilerde yaşanan aşklara ve giyilen kıyafetlere özendiklerini vurgulamışlardır. Muhafazakâr yapıya sahip öğrenciler ise dizilerde sunulan modern yaşam imgelerine bambaşka bir bakış açısı ile yaklaşmaktadırlar. Dizilerin gençleri kötü bir şekilde etkilediğini ve dizilerin birer senaryo olduğunun farkına varılarak izlenmesinin doğru olduğunu dile getirmişlerdir.

4.4. Türk Dizileri ve Gerçeklik Arasında Kurulan Bağlantı

Len Ang, Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination isimli çalışmasında, 80'li yıllara damga vuran ve dünyanın çeşitli bölgelerinde geniş hedef kitlelere ulaşan Dallas dizisinin Hollandalı kadınlar tarafından nasıl alımlandığını araştırmıştır. Ang çalışmasında, dizinin izleyiciler tarafından nasıl alımlandığını belirlemek adına Hollanda'da yayınlanan bir kadın dergisine ilan vermiştir. Verdiği ilanda izleyicilerin Dallas'ı neden izlediklerini ve beğenip beğenmediklerini anlatan mektuplar yazmalarını istemiştir. Gelen mektupları değerlendiren Ang, izleyicilerin üzerinde durduğu konulardan birinin de 'gerçeklik' olduğunu görmüştür. (Sarı Ç. K., 2014, s. 249). İzleyicilerin bir kısmının diziyi gerçekçi bulurken, diğer kısmı gerçekçi bulmadığını belirtmiştir. Gerçekçi bulmayan izleyiciler, dizinin gerçekliği çarpıtıldığını bu nedenle de inandırıcılığını yitirdiğini söylemişlerdir. Gelen mektuplarda bazı izleyicilerin dizi içerisinde verilen ideolojik mesajlardan rahatsızlık duyduğunu ancak yine de diziyi izlemeye devam ettikleri gören Ang bu durumu dizi içerisinde yer alan dramatik unsurlara bağlamaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde de benzer bulgular elde edilmiştir. Yapılan derinlemesine görüşme ve odak grup çalışmalarında öğrenciler dizilerin gerçekliği üzerinde sıklıkla durmuşlardır. Bazı öğrenciler Türk dizilerinin gerçek hayatı olduğu gibi yansıttığını bu nedenle de dizileri gerçekçi bulduklarını belirtmişlerdir. Dizilerde yaşanan olayların gerçek hayatta insanların başına gelebilecek olaylar olduğunu söyleyen öğrenciler bu konuda dizilerin oldukça başarılı bulmuşlardır.

“Diziler gerçek hayatı yansıtıyor bence. Bu nedenle Türk dizilerini çok seviyorum.” (Linda, Arnavut, derinlemesine görüşme). “Gerçek hayatta başımıza gelebilecek her şeyi dizilerde görebiliyoruz. Daha sonra hayatta kötü şeyler yaşadığımda aklıma diziler geliyor. Diziler gerçek hayatta olan şeyleri yansıtıyor. Bu nedenle beni çok et-

kiliyor. Başıma bir şey geldiğinde, hemen dizilerde de bu olmuştu diyorum.” (Hava, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Görüşmelerden elde edilen veriler değerlendirildiğinde öğrencilerin büyük bir bölümünün de dizileri gerçekçi bulmadığı görülmüştür. Görüşülen kişilerin büyük bir kısmının Türkiye’de bir tanıdıkları ya da akrabaları bulunmaktadır. Bu nedenle daha önce Türkiye’ye gelmişlerdir. Öğrenciler tarafından en çok ziyaret edilen şehirler İstanbul ve Bursa’dır. Görüşülen 37 kişi arasında daha önce Türkiye’ye hiç gelmeyen sadece 4 kişi vardır. Görüşülen kişilerinin büyük bir bölümünün daha önceden Türkiye gelmiş olması sebebiyle zihinlerde belirli bir Türkiye imgesi mevcuttur. Ayrıca öğrencilerin Türkiye’de yaşayan akrabaları vasıtasıyla Türk insanı ve yaşam biçimi hakkında önemli bilgilere sahiptirler. Dolayısıyla dizileri izlerken zihinlerinde var olan Türkiye ve Türk insanı imgesi önemli bir rol oynamaktadır. Öğrenciler dizilerin gerçekçi olup olmadığını değerlendirirken sıklıkla Türkiye’ye geldiklerinde elde ettikleri gözlemlere başvurmuştur. Bu nedenle çoğu öğrenci dizileri gerçekçi bulmadığını, Türkiye’de insanların dizilerde gösterildiği kadar kötü karakterde olmadıklarını belirtmişlerdir. Görüşülen kişilerin zihinlerinde bulunan Türkiye imgesi ile dizilerde gösterilen Türkiye’nin farklı olması, öğrencilerin dizilere eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmalarına neden olmuştur. Dolayısıyla öğrenciler bu noktada Hall’ün ünlü makalesi olan Encoding/Decoding’de (Hall, 1999) belirttiği müzakereci bir okuma gerçekleştirmişlerdir. Ancak öğrencilerin müzakere içeren bir okuma gerçekleştirmeleri, dizilerin büyük bir bölümünde yer alan melodram unsurlarından haz almalarına engel olamamaktadır. Görüşülen kişilerden bazıları dizileri gerçekçi bulmadığını ama dizileri izlemeye devam ettiklerini, çünkü dizilerin konuları ve karakterlerin aralarında yaşanan ilişkilerin ilgilerini çektiğini vurgulamıştır. Diğer bir ifadeyle öğrenciler bir yandan izledikleri dizileri gerçekçi bulmazken diğer yandan dizilerde yer alan dramatik öğelerle dizi-

lere bağlanmaktadır. Görüşmelerde, dizilerin içerisinde yer alan aşk, sevgi, nefret gibi duyguların tüm kültürlere hitap edebileceği ve bu nedenle Türk dizilerinin tüm dünyada izlendiği vurgulanmıştır.

“Dizileri gerçekçi bulmuyorum. Türk dizileri Türkleri kötü tanıtıyor. Dizilerde herkes birbirinin arkasından iş çeviriyor. Dizilerdeki karakterler çok kötülük yapıyor. Ama benim Türkiye’de tanıdığım bir aile var uzaktan akrabamız. Onlar öyle değil aslında. Diziler Türkleri kötü insanlar olarak gösteriyor. Aslında gerçek bu değil.” (Kıymet, Arnavut, derinlemesine görüşme).

“Dizilerde çok fazla kötü karakter var. Ama diziler daha çok izlensin diye de öyle gösteriyor olabilirler. Çünkü benim akrabalarım var Türkiye’de onlar öyle insanlar değiller. Yani diziler gerçek Türkiye’yi göstermiyor bence.” (Hafsa, Arnavut, derinlemesine görüşme).

“Dizilerde aşk, sevgi, yalan, intikam, ihanet her şey var. Bunlar her ülkede olan şeyler. Ortak duygular. Türk dizileri bu duygulara çok iyi değiniyor. Çok izlenmesinin ve sevilmesinin nedenleri arasında bu da var bence. Yani evrensel duygulara hitap ediyor.” (Linda, Arnavut, derinlemesine görüşme).

Yapılan odak grup görüşmelerinde de dizilerin gerçekçi olup olmadıkları öğrenciler tarafından tartışılmıştır. Gerçekleştirilen birinci odak grup görüşmesinde bulunan 6 öğrenciden yalnızca 1 tanesi dizilerin gerçekçi olduğunu vurgulamıştır.

“Bence gerçekçi olduğu noktalar var neden olmasın ki sonuç olarak dizileri yazarlar da insan ve gerçek hayattan esinlenerek yazıyorlar. Ben bu nedenle ben gerçekçi olduğunu düşünüyorum.” (Meral, Arnavut, birinci odak grup).

Grup içerisinde bulunan diğer öğrenciler ise dizilerin gerçek hayatı yansıtmadığı üzerinde durmuşlardır. Öğrenciler bu durumu diziler içerisinde gördükleri olaylar

üzerinden örneklendirerek anlatmışlardır. Dolayısıyla yapılan birinci odak grup görüşmesinde öğrencilerin biri dışında diğerleri, dizilerin gerçekçi olmadığı konusunda ortak görüşe varmışlardır. Öğrencilerin bu konu hakkındaki bazı görüşleri aşağıdaki gibidir:

Bence de çok gerçekçi değil diziler. Gerçek hayatta olması çok zor olan şeyler dizilerde kolaylıkla oluyor. Örneğin fakir bir kız tesadüfi bir şekilde çok zengin genelde holding sahibi bir adamla tanışıyor. Birbirlerine aşık oluyorlar ve evleniyorlar. Gerçek hayatta böyle bir şey olması neredeyse imkânsız.”(Züleyha, Arnavut, birinci odak grup).

“Bence diziler hiç gerçekçi değil. Dizilerde gösterilen insanlar çok kötü karakterde genel olarak. Ama Türkler öyle değil. Ben öyle olduğumu düşünmüyorum en azından. Türkler gerçekte cana yakın ve sıcak insanlar.”(Zeynep, Arnavut, birinci odak grup).

Görüşmelerin geneli dikkatlice incelendiğinde öğrencilerin büyük bir bölümünün dizileri gerçekçi bulmadıkları açığa çıkmaktadır. Genellikle üzerinde durulan konular ise dizilerde Türklerin yanlış gösterildiği ve zenginliğin abartılı bir şekilde sunulmasıdır. Ayrıca görüşmelerde dizilerin hayatı kolay gösterdiğini, ancak gerçek hayatın bir mücadele alanı olduğu sıklıkla vurgulanmıştır. İzleyiciler bu durumdan her ne kadar rahatsızlık duysalar da göz ardı edip dizileri izlemeyi devam ettirmektedirler. Bunun en önemli nedeni dizilerin içerisinde yer alan dramatik unsurların izleyicileri ekrana bağlamasıdır. Dizilerdeki karakterler arasındaki ilişkilerin izleyicilerin ilgisini çekecek şekilde gelişmesi dizileri sürükleyici yapmaktadır. Bu nedenle izleyiciler dizilerde onları rahatsız eden noktaları görmezden gelip dizileri izlemeye devam ettirmektedirler.

SONUÇ

Araştırma kapsamında yapılan derinlemesine görüşme ve odak grup çalışmalarından elde edilen veriler incelendiğinde, görüşmeler esnasında en çok vurgulanan ve tekrar eden konular üzerinde belirli sınıflandırmalara gidilmiştir. Türk dizilerinin Balkanlar ve Makedonya’daki izleyici tarafından tercih edilmesindeki en önemli nedenleri, kültürel yakınlık ve dizilerin prodüksiyon kalitesi olarak belirlenmiştir. Ayrıca görüşmelerde sıklıkla dizilerin sunduğu modern hayat imgeleri ve gerçek hayatla olan bağlantısı üzerine görüşler dile getirilmiştir. Bu nedenle araştırma kapsamında elde edilen veriler bu başlıklar altında değerlendirilmiştir.

Görüşmeler esnasında öğrencilerin tamamına yakını dizileri tercih etme nedenleri arasında iki ülke arasındaki kültürel yakınlığı vurgulamışlardır. Osmanlı Devleti döneminden tarihi yakınlık, ortak dine sahip olunması, Türkçeye olan ilgi ve iki ülkenin aile yapısındaki benzerlik kültür yakınlık bağlamında değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında yürütülen görüşmeler sonucunda belirlenen ana kategorilerden biri de dizilerin niteliğine dair görüşlerdir. Görüşülen öğrencilerin hemen hepsi dizileri tercih etme nedenlerinin başında dizilerin kalitesinin geldiğini belirtmişlerdir. Dizilerin kalitesi üzerine dile getirilen görüşlerde de belirli sınıflandırmalara gidilmiştir. Görüntü ve çekim teknikleri, dizi oyuncularının kalitesi, dizilerin senaryoları ve izleyicinin yerli yapım beklentisi bu kategori altında incelenen konular olmuştur.

Türk dizilerinde yer alan modern hayat imgeleri de izleyiciler arasında tartışma yaratan konulardan biridir. Bu konu üzerine elde edilen verilerin genel olarak iki kutupta toplandığı dikkatleri çekmiştir. Öğrencilerin bir bölümü dizilerdeki gibi bir yaşam sürmek istediklerini ve diziler sayesinde kendilerini geliştirdiklerini belirtirken, diğer öğrencilerin dizileri ahlaki kaygılarla izledikleri görülmüştür. Dizileri

ahlaki açıdan eleştiren öğrenciler, Türk dizilerinin gençleri olumsuz anlamda etkilediği görüşünü savunmuşlardır. Bu farklı görüşlerin temelinde hiç şüphesiz öğrencilerin aile yapıları ve hayat görüşleri yatmaktadır. Dolayısıyla dizilerin sunduğu modern hayat imgelerinin Makedonya izleyicisi tarafından farklı şekillerde alındığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde üzerinde durulan konulardan bir diğeri de dizilerin gerçek hayatla olan bağlantısı olmuştur. Bu konu hakkında da öğrencilerin farklı görüşlerde oldukları görülmüştür. Öğrencilerin bir bölümü dizilerin gerçek hayatı iyi bir şekilde yansıttığını düşünürken, bir bölümü dizilerin gerçek hayatla hiçbir ilgisinin olmadığını belirtmişlerdir. Öğrencilerin dizileri gerçekçi bulmamalarındaki en önemli neden zihinlerinde var olan Türkiye imgesidir. Öğrencilerin büyük bir bölümü daha önceden Türkiye'ye gelmiştir. Dolayısıyla da zihinlerinde kendi gözlemlerinden oluşan bir Türkiye imgesi vardır. Görüşmeciler kendi gözlemlerinden ve deneyimlerinden oluşturdukları Türkiye imgesi ile dizilerde sunulanı kıyaslamaktadır. Sonuç olarak baktığımızda dizilerin gerçek hayat ile olan ilişkisinin öğrenciler tarafından farklı şekilde okunduğu görülmüştür.

Özetle, Türk dizileri Makedonya'daki üniversite öğrencileri tarafından birtakım eleştirilere tabi tutularak izlenmektedir. Yapılan görüşmeler sonucunda, öğrencilerin dizileri senaryoları ve gerçek hayatı yansıtmaması sebebiyle eleştirdikleri ancak buna rağmen yoğun bir şekilde izlemeye devam ettikleri görülmüştür. Dizilerin tercih edilmesinde iki ülke arasındaki kültürel yakınlık ve dizilerin prodüksiyon kalitesi öne çıkan faktörler olmuştur. Dolayısıyla Türk dizileri, Makedonya'daki üniversite öğrencileri tarafından, belirli bir eleştirel mesafede ve yerli yapım beklentisi içerisinde izlenmekte olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, Türk dizilerinin kültürün küresel karşı-akışına verilebilecek önemli bir örnek olduğu sonucu çıkmaktadır. Çalışmanın üniversitelerde gerçekleşmesi sebebi ile yalnızca Makedonya'da değil Balkanların çeşitli ülkelerinde yaşayan öğrenciler ile görüşme yapma fırsatı yakalanmıştır. Dolayısıyla Türk dizilerinin Balkan ülkelerinin genelinde yayınlandığı ve yoğun bir şekilde izlendiği görülmüştür. Ayrıca çalışma sırasında sıklıkla alıntı yapıldığı gibi Türk dizilerinin Arap ülkelerinde ve dünyanın çeşitli bölgelerinde nasıl alındığına ilişkin çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda Türk dizilerinin kültürün küresel karşı-akışını temsil eden örneklerden biri olduğu açığa çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akova, S. (2016). "Türk Dizilerinin Batı Balkan Ülkelerindeki Etkileri: Bosna-Hersek, Sırbistan ve Karadağ Ülkeleri Örnekleme". *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 270-301.
- Ateşalp, S. T. (2015). "Turkey's Emergence as a Regional Exporter of Television Drama Sector Strengths and Challenges". B. Islam, & N. Roy içinde, *New Directions in Media* (s. 99-114). New Delhi: Bloomsbury Publishing.
- Berg, M. (2017). "The Importance of Cultural Proximity in the Success of Turkish Dramas in Qatar" *International Journal of Communication*, 3415-3430 .
- Chalaby, J. K. (2005). "Towards an Understanding of Media Transnationalism". J. K. Chalaby içinde, *Transnational Television Worldwide: Towards a New Media Order* (s. 1-12). Londra: I.B.Tauris.
- Georgiou, M. ve Silverstone, R. (2007). "Diasporas and Contra-Flows Beyond NationCentrism". D. K. Thussu içinde, *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow* (s. 30-43). New York: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries 3rd edition*. London: Sage.
- Hall, S. (1999). "Encoding/Decoding". P. M.-S. Thornhom içinde, *Media Studies* (s. 51- 61). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoskins, C. ve Mirus, R. (1988). "Reasons for the US Dominance of the International Trade in Television Programmes". *Media, Culture & Society*, 499-515.
- Ksiazek, T. B. & WebsteR, J. G. (2008). "Cultural Proximity and Audience Behavior: The Role of Language in Patterns of Polarization and Multicultural Fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*", 485-503.
- Mast, J., Ruiter, K. D. ve Kuppens, A. (2017). "Linguistic Proximity and Global Flows of Television: A Study With Gatekeepers". *International Journal of Communication* , 2562-2583.
- Pastina, A. C. ve Straubhaar, J. D. (2005). "Multiple Proximities between Television Genres and Audiences The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption". *International Communication Gazette*, 271-288.
- Rahte, E. Ç. (2017). "Medya ve Kültürün Küresel Akışı: Türk Dizilerinin Kosova'da Alınlanması". *Milli Folklor*, 66-78.
- Sarı, Ç. K. (2014). "İzleyici Araştırmaları ve Politik İmkan Sorunu". Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi, 241-269.
- Sinclair, J. (2000). "The Geolinguistic Region as Global Space: the Case of Latin Amerika". G. Wang, J. Servaes, & A. Goonasekera içinde, *The New Communications Landscape* (s. 19-32). London: Routledge.

- Sinclair, J. (2003). "The Hollywood of Latin America: Miami as Regional Center in Television Trade". *Television & New Media*, 211–229.
- Straubhaar, J. (2003). "Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity in Brazil". M. G. Elasmır içinde, *The Impact of International Television: A Paradigm Shift* (s. 77-110). New York: Routledge.
- Straubhaar, J. (2007). *World television: From global to local*. London: SAGE.
- Thussu, D. K. (2007). "Mapping Global Media Flow and Contra Flow". D. K. Thussu içinde, *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow* (s. 10-29). New York: Routledge .
- Uysal, A. (2011). *Ortadoğu'da Türkiye Algısı: Mısır Örneği*. Ankara: Stratejik Düşünce Enstitüsü.
- Yanardağoğlu, E. ve Karam, I. N. (2013, August). "The fever that hit Arab satellite television: Audience perceptions of Turkish TV series". *Identities. Global Studies in Culture and Power*, 20(5), 561–579.

REPRESENTATION OF THE IMAGE OF WOMEN IN TURKISH CINEMA: AN ANALYSIS ON THE FILM OF SIBEL

Res. Asst. Gizem ÇELİK

Istanbul Yeni Yüzyıl University Department of Communication,
Visual Communication Design
Ozyegin University, Design, Technology and Society PhD Student
Orcid No: 0000-0002-4244-8140, gizem.celik@yeniyuzyil.edu.tr

ABSTRACT

Cinema, which is the seventh art, is also an important communication tool and is the product of social structure. Social structure develops and changes cinema. Cinema, which grew and developed in the geography it developed, strives to explain and make sense of people, their ways of expressing themselves, their relationship with other people and nature, in short, all their life experiences. Pain, happiness, social events, memories, myths, stories and forms of communication constitute the basic subjects of cinema. At the same time, cinema also deals with individuals through the eyes of society. Especially the way the cinema deals with women is very important because cinema reflects society's view of individuals. Generally, the place of women in patriarchal society and the roles they represent in cinema show parallelism with each other. In this study, film Sibel (2018), which is a co-production of Çağla Zencirci and Guillaume Giovanetti, and focuses on the female figure in society by putting the woman in the leading role, was examined. The basic framework of this study is the social positioning of women. The freedom struggle of a 25-year-old girl is told in the film, which takes place in Kuşköy, a district of Çanakçı in Giresun. In this study, the story of a mute young girl who can only communicate with the bird language unique to the region has been examined from a feminist perspective.

Keywords: Sibel, Çağla Zencirci, Guillaume Giovanetti, Feminist Perspective, Turkish Cinema

TÜRK SİNEMASINDA KADIN İMGESİNİN TEMSİLİ: SİBEL FİLMİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

Araş. Gör. Gizem ÇELİK

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü
Orcid No: 0000-0002-4244-8140, gizem.celik@yeniyuzuil.edu.tr

ÖZ

Yedinci sanat olan sinema aynı zamanda önemli bir iletişim aracıdır ve toplumsal bir yapının ürünüdür. Toplumsal yapı sinemayı geliştirir ve değiştirir. İçinde geliştiği coğrafyada büyüyen sinema, insanı, onun kendini ifade biçimlerini, diğer insanlarla ve doğayla ilişkisini, kısacası bütün yaşam deneyimlerini açıklama, anlamlandırma çabası taşır. Acılar, mutluluklar, toplumsal olay ve hafızalar, mitler, hikayeler, anılar ve iletişim biçimleri sinemanın temel konularını oluşturur. Aynı zamanda sinema, toplumun gözünden bireyleri de ele alır. Özellikle sinemanın kadını ele alış biçimi oldukça önemlidir çünkü sinema toplumun bireylere olan bakışını yansıtır. Genellikle, kadının ataerkil toplumdaki yeri ve sinemada temsil edildiği roller birbirleriyle paralellik gösterir. Bu çalışmada, kadını başrolüne koyarak toplum içerisinde kadın figürüne odaklanan Çağla Zencirci ve Guillaume Giovanetti ortak yapımı Sibel (2018) filmi incelenmiştir. Bu incelemenin temel çerçevesini kadının toplumsal konumlandırılması oluşturmaktadır. Giresun'un Çanakçı ilçesine bağlı Kuşköy'de geçen filmde 25 yaşındaki bir genç kızın özgürlük mücadelesi anlatılmaktadır. Sadece yöreye özgü kuşdili ile iletişim kurabilen dilsiz bir genç kızın hikayesi çalışmada feminist bakış açısıyla incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sibel, Çağla Zencirci, Guillaume Giovanetti, Feminist Perspektif, Türk Sineması

INTRODUCTION

Cinema is a cultural space where the concept of gender, sexuality, myths, themes, dual relations and multiple relations are reproduced and represented. The way the cinema handles women is important in the society's view of women and therefore in determining the place of women in society. In mainstream cinema, female characters are generally weak, unable to stand alone, forced to live under the auspices of a man, and cannot make decisions about their lives by themselves. Although the ways of narrating the film have changed with political events, social changes, developing technology and the spread of independent cinemas, the roles women represent in patriarchal society and cinema has only changed form. Although it is thought that today's society is becoming more and more free, society's expectation from women continues. With the winds of mass change, such as industrialization that started with modernization and migration from the village to the city, women's entry into the public sphere reveals the images of women that will be called new in cinema.

In the history of Turkish cinema, new stories and new characters began to be seen in the cinema thanks to the original narratives that started with the era of filmmakers in the 90s and continued with independent directors. In some films made recently, it is seen that female characters get rid of being dependent on men and draw a strong profile that stands on their own feet. Especially the increasing number of female directors can be considered as one of the reasons for the changes in the representation of women in cinema. *Sibel*, produced in 2018, presents the social pressure and strong woman profile by building her story on women. *Sibel*, a co-production of Turkish origin Çağla Zencirci and French origin Guillaume Giovanetti, draws attention in terms of constructing, presenting and reproduc-

ing femininity norms within feminist theory. The film tells the struggle of a 25-year-old girl named *Sibel* for freedom and being herself.

1. WOMEN AND CINEMA

Society imposes a number of duties on the people living in it, based on the male and female genders. These unwritten duties and responsibilities refer to the social and cultural aspects of men and women. It is possible to evaluate the concept of gender as a concept that defines the social duties and responsibilities of the individual. Ann Oakley defines the concept of gender as "socialization processes related to the roles of men and women" (Marshall, 1994, p. 97). While making this definition, Oakley does not focus on the biological differences of men and women; acted in terms of cultural, psychological and sociological differences (Marshall, 1994, p. 98). British sociologist Judith Butler, in her work *Gender Trouble* (2006, p. 193), states that "a person is not born a woman, a person becomes a woman; moreover, a person is not born female, a person becomes a female, even more radically, one can be neither male nor female, neither female nor male," she mentions that gender is cultural, not biological. Feminist theorists, on the other hand, have opened up for discussion the roles, values and codes imposed on women and men by society, based on the acceptance of social roles as a cultural transmission. In general, discussions on the position of women focus on sex and gender discrimination. According to feminist theorists, sex; while pointing out biological differences over male and female gender; gender, on the other hand, indicates how sexual identity is established in the society as men and women in the cultural, religious, economic and ideological context (İlbuğa, 2018, p. 295).

The feminist movement in cinema, where the masculine perspective is dominant, has been ignored for many years women are squeezed into love or marriage pat-

terns by male directors. In this period, the woman is represented in the cinema not as herself, but as a reflection of the desires of the man for himself. Feminist critics especially objected to Hollywood cinema's positioning of the female character as the object and fetish of male desires (Ryan and Kellner 1997, p. 216-220).

Cinema, which is an entertainment tool, also offers some pleasures to the audience. Mulvey states that pleasure in looking is divided between active (male) and passive (female). It is underlined that women are the main element of the show as an object that is both viewed and exhibited with its external appearance, coded for strong visual and erotic effect, where women's aspects are generally predominant (1997, p. 42). The female characters around which the story is shaped and the audience enjoys looking at are both the cornerstone and the object of the film.

Watching films also provides a peeking approach. Although feminist cinema approaches the subject by putting women in the center and trying to understand her, the structure of cinema that harasses women opens the door to a completely different discussion. Just as society sexually exploits women, Ryan and Kellner, who say that cinema is essentially a voyeur, argue that women are exploited once again, this time through cinema (1997). Mulvey (1997, p. 40), who states that women are objectified and transformed into a means of pleasure in the cinema, explains this with the term scopophilia. Scopophilia is generally about treating people as objects and subjecting them to a controlling, curious gaze. In fact, the development of the narcissistic aspect by satisfying the existing desire to look at pleasure and carrying this desire further is explained by the term scopophilia. On the other hand, John Berger states that there are some differences between men and women in the way they perceive the body:

"Men are as they act, women are as they appear. Men watch women. Women watch being watched. This situation determines not only the relations between men and women, but also the relations of women with themselves... Thus, the woman transforms herself into an object (especially a visual object)" (1995, p. 47).

Director Budd Boetticher, who says that what the heroine provokes or represents in cinema is important, says that the love, fear that the woman arouses in the hero or the interest that the hero feels for the heroine lies at the base of the hero's behavior (Mulvey, 1997, p. 42). When viewed from this perspective, the woman, who turns into a part of the show with her existence, becomes objectified and moreover becomes a "thing".

While early feminist film critics generally examined stereotyped appearances of women in Hollywood films, semiotics and psychoanalytic methods have become the dominant approaches of feminist film theory since the 1980s. Feminist critics have gained an important perspective on film criticism by learning how the aesthetic elements of cinema construct meaning and reveal sexual difference with semiotic reading, and how to analyze the structure of desire and subjectivity with psychoanalytic reading (Öztürk, 2006, p. 660). The focus of recent feminist film theory is; it moved from criticizing films ideologically to mechanisms and tools that produce meaning in films. Films are no longer thought to reflect but to construct meaning. With the point reached, the feminist meaning has become sharper and stronger thanks to the power of images (Smelik, 2008, p. 3-4).

Another issue that feminist critics emphasize is the position of women between the public and private spheres. The division of labor between the sexes (maternity and housework, sharing of roles) is also an authoritarian arrangement. Thanks to his role in the public sphere, man, as the head

of the household, the father, the husband, he has authority over the members of the family. While men live with the services of women in private life (such as family, housework), they also dominate the public world. The type of work that is most suitable for women in the public sphere, in terms of status and content is an extension of domestic roles. Whether the female characters work in the cinema, and if they do, in which job and in what status they work, is considered as a reflection of the society's view of women.

In Turkish cinema, until the 1980s, women found their place almost exclusively in melodrama narratives. In this period, which is also called Yeşilçam cinema, women are presented in a one-dimensional way as a "good woman" (wife, mother, neighbor, etc.) or "bad woman" (a woman who seduces men and neglects her home and husband, etc.). The social changes in the country after the 1980s and the entry of independent directors into the cinema paved the way for the versatile representation of women in cinema.

The presentation of the daily lives of female characters to the audience and the representation of women in the cinema are a matter of debate for feminist theorists. Based on Smelik's (2008, p. 3) question about how liberating women's cinema should be, the new generation of female directors in Turkish cinema; they will be able to break the "fantasy magic" that is rooted in society and attributed to women, by including women as subjects rather than objects in their films, and by portraying women in more realistic places instead of portraying them in a magical world. Thanks to feminist women directors, women who go beyond the lifestyles declared by the patriarchal society will meet the audience as "free" and as a subject.

1.1. Sibel

As the directors said (2018), *Sibel* is a fictional work based on facts. *Sibel*'s story is on gender inequality and women's struggles, and mythological details are often included. The film takes place in Kuşköy, a district of Çanakçı in Giresun, but despite the fact that the story takes place in a tiny village in the Black Sea region, it has a universal narrative. Bird language, which is a kind of whistled language, is the local language of this village, and bird language is also recognized by UNESCO and is included in the Intangible Cultural Heritage List for Urgent Protection in 2017. UNESCO defines bird language as "a language that resonates between deep valleys and where people get along with each other" (2017).

A head X-ray is featured on the screen at the opening of the film. A doctor asks the person to say some sentences in the bird language. The pronunciation of the words spoken in bird language is shown on the x-ray. Bird language, which serves a practical purpose due to its geography, has an important place in *Sibel*. This bird language, which was developed to provide communication in the rough terrain of the Black Sea, creates a way out for *Sibel* over time. *Sibel* is a 25-year-old young woman who has been mute since she suffered from a febrile illness when she was 5 years old. The young woman communicates with the whole village, especially her family, thanks to this language. In other words, this bird language is the only bond that *Sibel* has established with life. Although bird language has an important place for the village, *Sibel*'s use of this language out of necessity rather than as an alternative is the most decisive role in her image in the village. This obligation causes him to be ostracized by the village and even to be seen as "sinister". *Sibel* who is outside the village norms, is seen by the people of the village as "to be excluded".



Picture 1: Sibel in the forest

Here, it is necessary to mention a little about the relationship between language and culture. Gordon Marshall mentions that culture is a general term describing the symbolic and learned aspects of society. In the social sciences, culture refers to everything that is transmitted by social means, not biologically (Marshall, 1994, p. 442). In other words, the primary factor that creates culture is society itself. It reproduces itself through the interactions it is in. At the same time, culture is of primary importance in shaping all social thought and behavior patterns. On the other hand, Bourdieu states that acculturation is the process of people gaining traditional habits, learning cultural patterns spontaneously, adopting their own culture from birth and belonging to this cultural area (1986, p. 248). The biggest indicator of the process of being included in this cultural field is the learning of the language belonging to the social group. According to Sapir, language is a purely human and non-instinctive method of communicating ideas, emotions and desires by means of voluntarily produced symbols (1921, p. 8). In this case, language becomes the priority of cultural activities and relations can be improved through language. Sibel, on the other hand, is increasingly lonely as a result of the relationship she cannot establish with people through language. She has difficulty in being included in the society she lives in and is also excluded by the society.

The most obvious thing that puts Sibel in the “to be excluded” situation is the fact that she can communicate with bird language. However, there are other reasons supporting this exclusion. Sibel’s boundaries are drawn differently from other women in the village, both because of her father’s power in the village and her father’s attitude towards Sibel. For example, Sibel does not have to tie her hair like other women or she can take her gun and go to the forest as she pleases. She can move much more easily than the other women of the village alone. These features are not seen in other women of the village. These situations not only cause reaction from men in the society, but also cause her to be ostracized and isolated by other village women.

Perhaps one of the most universal problems of today is the inequality between men and women. It is possible to observe this inequality in all walks of life, from the smallest unit to the largest unit. We have the opportunity to observe this inequality in Sibel as well. Sibel’s headman father has absolute authority in the house and in the village. As a matter of fact, the point of the headman father regarding gender roles is relatively better compared to the village people. However, the character transitions that the father experienced with the change of society are also in a dimension that cannot be overlooked. These character transitions are evident from time to time throughout the film.

An example of the character transitions experienced by the father can be said for the sister Fatma. It is also very important how Sibel, Fatma and the villagers resolved or failed to resolve the problems they experienced throughout the film. The various changes experienced by the characters at the beginning and end of the film can be easily examined one by one. However, these changes are presented in a natural and grounded cause-effect relationship, not underlined in the film. Thus, Sibel does not appear in the form of a fairy tale, but as a section of normal life. It meets the audience as the true story of a real woman.

Another issue that needs to be emphasized in the village is that women hold the most basic power elements in their hands. This paints an unusual picture overall. Tea production and various social functions form the basis of these power elements. The male character is rarely seen working throughout the film. On the other hand, in many scenes, women appear as individuals who produce. However, these women have taken their social roles for granted and are unaware of the fact that they hold power. Sönmez underlines that the Black Sea woman is both a brain and a muscle worker. She states that the characters who use their own physical strength in daily life but are not aware of that power take place in the film (Damla Sönmez, 2019). These features can be expected to create a strong female image, but we have difficulty seeing this in female characters other than Sibel. The efficiency of Sibel's efforts to raise this awareness is seen at the end of the film.



Picture 2-3: Peasant women working in the forest

2. TOWARDS THE HEART OF THE FOREST

Regarding the character she plays, Damla Sönmez says: "Sibel does not seem like a

character to me, but a part of us all. Someone who is not allowed to be herself. She's like the excluded side of all of us because she doesn't comply with certain conditions. The heart of the forest is the only place where Sibel can truly be herself, act like herself, and feel whole." (2019).



Picture 4: Sibel is in the forest with her gun

Sibel, who cannot find a place for herself in the society she is excluded from, often runs away from crowds and people. Every day, she takes her rifle with her and takes shelter in the ruined wooden hut in the forest. Thus, Sibel takes a place in the wild nature, not in the developed modern society. It can be thought that she used this hut to escape from her loneliness. Sibel escapes from people and wanders freely in the wild forest. As a result of the time spent in the wild, the practice of acculturation decreases and the young girl becomes more and more wild. At the same time, during Sibel's time in the forest, the film saturates us with every color of green and presents a visual feast to the audience.



Picture 5: Sibel in the forest

2.1. Reaching the Wolf by Collecting Bones

Sibel has only one goal in this life, and that is to catch and kill the wolf that everyone is after. Thus, Sibel plans to create a success story for herself where she is stuck. She aims to keep herself alive by killing the wolf. Thus, she thinks that she can gain a place in the village by proving herself. Sibel spends most of her time wandering around this forest area. In this part of the film, the directors wink at the story of Little Red Riding Hood. Sibel carries a red writing throughout the film. This inscription appears either in Sibel's hair or on her neck in every scene where Sibel comes to the forest. In addition, the red boots she wears every time she comes to the forest draw attention. Sibel continues to hunt for wolves every day, wearing a red scarf and wearing red boots. Sibel, wandering around the lush forest with her red goods, gives pleasure to the audience with the contrast of green and red.



Picture 6: Bones collected by Sibel

villagers, and has been excluded as she moves away. Narin is like the grandmother character in the story of Little Red Riding Hood and is Sibel's best friend. She is the only one who understands Sibel because she also has a story that she has been stuck with for a long time. The man Narin loved disappeared years ago. Narin patiently waits for his arrival. Narin's waiting for the man she loves and Sibel's search for the wolf is like waiting for Godot¹. Neither will come, like Godot.



Picture 7-8: Sibel and Narin

3. EXCLUDED CHARACTERS FROM THE SOCIETY

Sibel introduces us to the character of Narin during one of her forest visits. Narin has moved away from the village and the

In the later minutes of the film, Ali is included in Sibel's monotonous life, which we learn that he escaped from the military. This creates a breaking

¹ Waiting for Godot is a play written by Samuel Beckett in 1949. Two characters named Estragon and Vladimir are waiting for Godot in uncertainty. Estragon is forgetful, he seems aimless. Vladimir reminds him of their waiting and every time he starts waiting for Godot as if it were the first day. Vladimir, on the other hand, is more dreamy compared to Estragon. He never loses hope, his search never ends. Estragon and Vladimir are seen as different characters from each other, but the existential pains of both bring them closer together. On the side of a road that leads nowhere, they wait for Godot, who will never come.

point for Sibel. The directors Zencirci and Giovanetti show the scene where Ali and Sibel meet for the first time as if two wild creatures meet in the forest, because the forest symbolizes to be excluded. The forest is a living space where the society or the village cannot interfere with them. Two excluded characters met brutally. Sibel causes Ali to be injured by accident. The two characters begin to spend time with time. Our knowledge about Ali is limited and we can never have complete information. After a while, Sibel loses her heart to Ali. Thus, Ali becomes a character that causes Sibel to experience feelings that she has never experienced. Throughout the film, Sibel and Ali get along without speaking. Sibel cannot speak, and Ali does not know bird language.



Picture 9-10: Ali and Sibel

Ali's entry into the story both shakes the balances within Sibel and in the region. The emotional bond established between two excluded characters meets at a common point without the need for a common language.

3.1. "We Are Not Terrorists!"

Audience cannot be fully involved in Ali's story throughout the film. As Ali tells about himself, he is a deserter. But local people and gendarmes say he is a terrorist. The only thing we know for sure about Ali is that Ali is not a stranger to war. Ali can come out of a deep hole alone; knows the treatment of open wounds; he can recognize human bones and avoid hypodermia. Thus, we understand that Ali is no stranger to survival methods. Then, in addition to all these, Ali says something: "If I'm going to fight, I fight for myself."



Picture 11: Sibel and Ali in the shack

One day after meeting Ali, Sibel hears a voice says "Terrorists have been killed" while changing television channels. Then "Terrorists die..." "Terrorist..." and then a female voice; "We are not terrorists."

Collins expresses the concept of value as the standards, beliefs or moral principles accepted by a person or social group (1991, p. 1694). Values that make up a society and enable it to be together; it shapes the world of individuals by being passed down through generations. Thus, individuals have similar value judgments. The concept of military service is a value judgment that has been accepted by society for centuries and is highly regarded. The fact that Ali is a deserter makes him no different from a terrorist.

Director Çağla Zencidi (2019) states that we can say anything to Ali. "Every label is affixed to Ali in the film too: terrorist or deserter on the mountain. We fear what we know least about. Therefore, Ali is left as the person we have the least knowledge of. That was the purpose. The person we know the least about, but also highlighted as the most dangerous. However, the only unarmed one in the film is Ali. We call the ones we know the least about 'the other.'" Thus, Ali becomes the symbol of hatred and anger towards the unknown.

3.2. Who is the Wolf?

The film does not tell the audience whether Ali is a terrorist or from which war he fled, and who Ali is not told throughout the film. But the directors whisper to us: maybe Ali is the wolf Sibel has been looking for. Although Sibel collects wolf bones throughout the film, Ali insists on Sibel that the wolf is not real, and that the bones she collects belong to a human. Maybe those bones belong to the great love Narin has been waiting for years to return. However, this wolf story, like Ali's story, remains in suspense. We cannot fully understand either story. Thus, anyone who leads a life outside the general norms of society is cast aside as the other. In the same way, the so-called other is actually damaged when trying to normalize it.

After Ali runs away from his hiding place, Sibel is much more alone. Now a new front has been added to Sibel's struggle: people's thoughts about what happened between Sibel and Ali. While Sibel is looking for her own wolf, she suddenly has to fight the wolves inside people's heads. Thus, a new persecution begins and this situation surrounds Sibel.

One evening when Sibel attends the henana night of one of the village girls, she is excluded because of her make-up that

she cannot do and her appearance that does not suit other girls. Her pride is hurt because of she is humiliated by all the young girls of the village and her sister.

Sibel, on the other hand, escapes this marginalization and runs to Ali, where she thinks she belongs, namely the forest. She cries silently in Ali's arms and now sees Ali as a shelter as well as the hut in the forest. After Sibel and Ali make love, the taboo of "virginity", which Sibel has perhaps never experienced before and is positioned in a completely different place in her mind due to social pressures, is thus broken. This brings Sibel a little closer to liberation.

3 3. Killing The Wolf: There is Neither Wolf nor Honor

The name Sibel comes from the goddess Cybele, the symbol of fertility in Anatolian mythology. Sibel is the symbol of abundance, fertility, soil and reproduction. In many languages and societies, there is the name Sibel with different spellings: Sibebe, Sibela, Cybele. Thus, it is one of the common symbols in humanity's perception of mythology. It is rumored that he was born of stone. It is also claimed that the word Sibel carries the Greek meaning of sorcerer or oracles.

When her sister Fatma follows Sibel and sees their secret meeting with Ali, the individuality between the two turns into social. Fatma first tells her father about these secret meetings. However, when she cannot convince her father, he informs the village women of the situation. Thus the family is offended by everyone and the marginalization of Sibel takes on a new dimension with the words "dishonest". In addition, her sister Fatma gets her share from these marginalizations. The family of the young man, who wants to marry Fatma, gives up their wishes.

Realizing that there is no wolf in fact, Sibel can't stand it anymore after days of pressure. She grabs her sister's hand and shouts to the villagers with her head straight. Sibel says, screaming silently to both the village and the audience: "There is neither a wolf on the mountain nor honor in me." Because both honor and wolf are in the minds.



Picture 12-13 : Sibel with her sister Fatma in the village center

and dancing with women on the Gelin Kayası are considered a condition of marriage. Thus, a single woman gets married and rejoins the village with a new status. The marriage ritual is a necessity to be included in the society again and with a new status. However, Sibel disrupts the operation here. One night, Sibel's silhouette appears on the rocks as she defies the order of the village with the fire she lit alone on the Gelin Kayası. Sibel turns into a free, brave woman who will light the way for all women with the fire she stole from the spirit of the forest.



Picture 14-15: Sibel in Gelin Kayası

4. A RITE OF PASSAGE: GELIN KAYASI (BRIDAL ROCKS)

Sibel's arrival at Gelin Kayası with fire in her hand in the last scene also winks at a local legend¹. In this region, lighting a fire

²According to the legend of Bride Rock, which is located in the region where the film takes place, a beautiful young girl was wanted to be married to a man she did not love by an arranged method. The kind-hearted girl, who was very respectful to her family, could not object to this situation. But she actually wanted to marry another young man living in the village. However, she was too afraid to tell her family. The wedding day came and she left her father's house with the bridal procession. While she was being taken to her husband's house on horseback, she prayed and begged God: "My God, don't let me fall into the hands of a bad husband, freeze me," she said. The prayer of the good-hearted bride was accepted at that moment. The young girl turned into a stone on a horse in front of the bridal procession. This rock, named Gelin Kayası, has a facial silhouette. (<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/giresun/gezecekyer/gelin-kayasi>)

CONCLUSION

Sibel is an easy film to follow due to its linear editing. Despite having an event period of several weeks, the story occasionally extends into the past, along with what we have heard from primary and secondary sources. Thus, we can access information about the recent past of the village and analyze its dynamics more accurately. The use of dynamic cameras in the film also affects the language of the film. As the audience, we often see Sibel's world through Sibel's eyes. It allows us to enter into the story with the help of this feeling created with the perception of the actual camera (shooting using the camera without being placed on a tripod or any system). Sometimes we see ourselves as a shadow wandering silently next to Sibel. Especially in the forest scenes, the audience follows Sibel. We stand next to Sibel in the wild forest. We hug Ali in Sibel's arms, we experience Sibel's pain and anguish together. Together with the chase scenes, we can fully feel the harsh sides of Sibel.

Female directors in Turkish cinema have succeeded in bringing unusual new images to the cinema by getting rid of the sexual meanings attributed to women from the traditional family and society structure, from the masculine point of view produced and continued in the films with the 2000s. As Mulvey (1997) states, feminist films enable women to escape from patriarchal cinema. The oppressive order of Hollywood cinema can thus be overthrown (Smelik, 2008, p. 1). Bringing a different perspective to the concepts of morality and honor identified with women in mainstream Turkish Cinema, the film tells the struggle of Sibel both within herself and against the society.

Despite the fact that female characters are mostly confined to the private

sphere in Turkish cinema, Sibel can freely use the public space, especially the wild nature. At the same time, Sibel is portrayed as a struggling character who tries to stand on her own feet by being present in daily life. The fact that female directors include "real" stories of "real" women in their films may disrupt the common image of women in cinema and the fantasy magic that men have on women (Smelik, 2008, p. 3). In the film, Sibel's daily life is told and Sibel appears as a subject.

Mainstream cinema rewrites patriarchal traditions by giving privilege to men in both narrative and spectacle. While the woman is the passenger, the man is the driver of the narrative vehicle (Stam, 2014, p. 184). However, this time Sibel is sitting in the driver's seat of the vehicle.

REFERENCES

- Berger, J. (1995). *Görme Biçimleri*. Translate: Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. In Richardson, J. *Handook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT.
- Butler, J. (2006). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Collins, H. (1991). *Collins English Dictionary (Third edition)*. Glasgow.
- Hayward, S. (2014). *Sinemanın Temel Kavramları*. Translate: Uğur Kutay, Metin Çavuş. İstanbul: Es Yayınları
- İlbuğa, E. U. (2018). "Yeşim Ustaoglu Sinemasında Kadın Karakterlerin Özgürlük Arayışları". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* 11, 292-320.
- Mulvey, L. (1997). *Visual Pleasure and Narrative Cinema*. Grin Verlag.
- Marshall, G. (1994). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ed. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Öztürk, S. R. (2006). *Sinemada Kadın Olmak: Sanat Filmlerinde Kadın İmgeleri*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Ryan, M., Kellner, D. (1997). *Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*. Translate: Elif Özsayar. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Stam, R. (2014). *Sinema Teorisine Giriş*. Translate: Selda Salman, Çiğdem Asatekin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Smelik, A. (2008). *Feminist Sinema ve Film Teorisi: Ve Ayna Çatladı*. Translate Deniz Koç. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Spair, E. (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Harcourt.

ONLINE RESOURCES

- <https://www.birdunyafilm.co/sibel/>
- <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ugur-varidan/sessizligin-sesi-41125978>
- <https://m.bianet.org/bianet/sanat/206368-oyuncu-damla-sonmez-sibel-in-yolculugunu-anlatti>
- <https://filmhafizasi.com/kurdu-oldurmek-sibel-2018/>
- <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ugur-varidan/sessizligin-sesi-41125978?sessionid=2>
- <https://www.birgun.net/haber/oryantalist-bakis-acisi-sibel-248694>
- <https://www.cinerituel.com/sibel-2018-ormanın-ruhundan-atesi-calan-kadın/>

ONLINE MUSIC LISTENING PRACTICES AND USER MOTIVATIONS ¹

Res. Asst. Serkan Karatay

Istanbul Yeni Yüzyıl University Department of Communication,
New Media and Communication Department
Orcid No: 0000-0002-8637-1915, serkan.karatay@yeniyuzyil.edu.tr

ABSTRACT

With digitalization, music listening practices have also transformed and become realized through the Internet. Online music listening practices, which are realized through file sharing applications and music download pages, as well as online music platforms, have affected both the music industry and music listeners in various ways. Online music, which should be considered in connection with the culture industry and which affects the music industry in legal and economic dimensions, has brought music listeners to the position of users and combined practices such as interaction, sharing and content production caused by this position with listening to music. This study aims to address the transformation and effects of online music in terms of users. As a result of the research, it has been concluded that online music platforms have transformed music listening practices, made listeners a productive user, and that some features of online music platforms affect user motivations.

Keywords: Digital music, Spotify, Music listening practices, Online Music

Karatay, S .(2022). *Online Music Listening Practices and User Motivations*. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(4) ss: 77-95.

¹ This paper is a narrowed form of PhD thesis it written under the supervisor of Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele, Marmara University, Institute of Social Sciences, Department of Radio, Television and Cinema.

Received: 07.09.2021
Accepted: 26.11.2021
ISSN: 2757-7007

ÇEVİRİMİÇİ MÜZİK DİNLEME PRATİKLERİ VE KULLANICI MOTİVASYONLARI

Araş. Gör. Serkan Karatay

İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi,
İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü,
Orcid No: 0000-0002-8637-1915, serkan.karatay@yeniyuzyil.edu.tr

ÖZ

Dijitalleşme ile birlikte müzik dinleme pratikleri de dönüşerek internet aracılı bir şekilde gerçekleşir hale gelmiştir. Dosya paylaşım uygulamaları ve müzik indirme sayfalarının yanı sıra çevrimiçi müzik platformları aracılığıyla da gerçekleşen çevrimiçi müzik dinleme pratikleri, hem müzik sektörünü hem de müzik dinleyicilerini çeşitli biçimlerde etkilemiştir. Kültür endüstrisi ile bağlantılı olarak düşünülmesi gereken müzik endüstrisini hukuki ve ekonomik boyutlarda etkileyen çevrimiçi müzik, müzik dinleyicilerini ise kullanıcı konumuna eriştirerek bu konumun yol açtığı etkileşim, paylaşım ve içerik üretimi gibi pratikleri müzik dinleme ile birleştirmiştir. Bu çalışma da, çevrimiçi kullanıcılar açısından yarattığı dönüşümü ve etkileri aydınlatmayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda, çevrimiçi müzik platformlarının müzik dinleme pratiklerini dönüştürdüğü, dinleyicileri üreten bir kullanıcı konumuna getirdiği ve çevrimiçi müzik platformlarının barındırdığı özelliklerin kullanıcı motivasyonlarını etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Dijital müzik, Spotify, Müzik dinleme pratikleri, Çevrimiçi müzik

INTRODUCTION

Although music, which finds its historical foundations in language, has undergone various changes and transformations in oral and written cultures, its massification through the culture industry and its digitalization with internet technology have been the main factors affecting today's music listening practices. As a matter of fact, music produced in various standards and for the market as a commodity in the culture industry has preserved this form and expanded its inclusiveness since the 20th century.

The massification of music cannot be thought of independently of music listening technologies. Because the music produced in the culture industry reached the masses with tools such as records, radio and cassettes, and together with digital music, CDs, computers and smart phones were completely freed from being dependent on time and space. The equivalent of music, which can be listened to anytime and anywhere, in the Internet age has been online music. Online music, unlike other music listening technologies, requires the listener to be connected to the Internet. Online music can be listened to via streaming platforms, without the need to store music files on the device, placing its listener at the same time as the user. Combining listening to music with sharing, interaction and content production, online music platforms have become an important player in the music industry and have influenced this industry in legal and economic contexts.

While online music platforms provide users with opportunities such as sharing, making lists, making suggestions and adding friends, in addition to the music listening experience, it makes it possible to consider music listening practices in the context of productive consumerism, digital labor and participatory culture. In this respect, the motivation of the listeners in using online music platforms also gains importance.

Within the scope of the study, the user of the online music platform as a producer was examined in the context of digital labor and participatory culture, and online music listening practices and motivations were investigated by using the questionnaire technique, which is a quantitative method. With the data obtained from the survey results, the online music listening practices and motivations and their place in the transformation of music listening practices are discussed.

1. ONLINE MUSIC

Music listening and recording technologies have increasingly diversified the areas that music can reach. The resulting diversification has not only brought music to personal areas such as home, workplace and private vehicle, but also highly individualized it with portable music listening tools and headphones. Although technologies such as records, gramophones, radios and cassette players play a leading role in the transformation of music listening practices, tools such as Walkman, CD players, MP3 players and finally smart phones have made music listening practices more individualized and music accessible in every area where the listener is.

Internet technology has diversified the ways in which music is stored, reducing music to just one file format. Although these formats affect the sound quality of the music, their use is achieved through digital music players. Internet-mediated music that is stored digitally and played by digital players is divided into two as online music, where the listening practice takes place entirely through the Internet, and semi-online music, which requires the Internet only for the recording of the music file. While online music is available through streaming platforms, semi-online music involves recording music files through various applications and storing them on devices. In both listening practices, devices such as mobile phones, computers, tablets, etc. connected to the Internet are

required. But the point that makes the difference in listening practice is whether the music is streamed online or not.

The foundations of the practice of listening to music via the Internet are based on semi-online music. Access to this music was realized through file sharing applications that emerged with the development and spread of the Internet. It can be said that there is already access to this kind of music. The music file recorded via Internet and file sharing applications can be listened to from computers, mobile phones or mp3 players, depending on the device where it is stored.

Semi-online music listening practices operate through the aforementioned tools and file sharing systems. It can be said that these tools and systems “help create a market for digital music products” (Morris, 2018, p. 240). However, the legal owners of the digital music market, created with the contribution of free sharing, are the online music platforms and the producers they have contracted with.

Although online music platforms can provide some services offline, it is necessary to be online to benefit from all the features of the platforms. It is also possible to say that online music platforms are the most up-to-date version of internet-mediated music listening practices. The history of these platforms coincides with the early 2000s. Last.fm, founded in 2002, and Myspace, founded in 2003, are social platforms. The following major online music platforms are Pandora in 2005, Grooveshark in 2006, Deezer, Soundcloud and Amazon Music in 2007, Spotify in 2008, Napster with its new format in 2011, Audiomack in 2012, Tidal, Apple Music, Idagio in 2014, Youtube Music, on the other hand, started to serve in 2015. Among them, Last.fm has stopped streaming music in the form of artist radios, while Grooveshark has shut down. Other platforms continue to serve in various forms.

It can be said that online music platforms have left their mark on the Internet mediated music experience. The importance of these platforms is related to the value they carry for the music industry as much as the technologies they use. As a matter of fact, the importance of online music platforms, which are becoming increasingly widespread and diversifying their content, has also shown itself in digital information about the music industry. According to the most recent 2019 data of the Digital Media Association (DIMA), which represents the world’s leading online music companies, including Amazon, Apple, Google, Pandora, Spotify and Youtube; 80% of the revenues of the music industry came from streaming platforms and these platforms brought the music industry \$28.2 million in daily revenue (DIMA, 2020). According to the research of the same organization, between 2017 and 2019, digital music revenues increased by 14.1%, revenues of streaming platforms increased by 20.6%, and revenues from paid memberships of these platforms increased by 25.2%. The increase in the number of paid users was 19.8%. (DIMA, 2020, p. 9). These rates reveal how online music platforms are related to the music industry and how much they feed the music industry. In DIMA’s 2018 report, it was noted that backstreet music downloads have decreased by more than 50% since 2013. According to the organization, online music platforms are a powerful force in the face of backstreet music (DIMA, 2018, p. 30).

2. ONLINE MUSIC LISTENER AS PROSUMER

Those who want to receive service from the online music platform must be a member of the platform. The nature of the user’s membership affects the features and quality of the service he receives. Free users may have disadvantages such as being frequently exposed to advertisements and not being able to benefit from some features of the applications. Users who pay a fee, on the other hand, have advantages such as not seeing ads, listening to offline

music and unlimited usage. Accordingly, it is possible to say that the user does not have the opportunity to use online music platforms 'free of charge'. The user pays the service fee either as a fee or by being exposed to advertising.

The position of the music listener as a user in the new media can be handled with the concept of producing consumerism (prosumer). This concept means that users of social media platforms are producers as well as consumers of these platforms. As a matter of fact, user-derived content is of vital importance for social media platforms, as social media platforms cannot exist without the content produced by users. Social media users, who can be said to produce content by producing, sharing or disseminating the content produced, are also the consumers of the content on the platform and the audience that attracts the advertisers. In this direction, users who are called producers are in a position that can be considered semi-active both in terms of social media platforms and in terms of many digital media environments that allow content sharing on these platforms. While Jenkins looks at this position of the user from the perspective of participatory culture, Fuchs approaches it in the context of digital labor production.

Producing consumerism refers to activities where digital media users are not passive consumers and contribute to the production process on the Internet. Alvin Toffler introduced the concept of producing consumerism (prosumer). Emphasizing the blurring of the boundaries of production and consumption, Toffler conceptualized the rise of prosumer in the economy (Toffler, 1981). It was Axel Bruns who associated prosumer with new media. Bruns interpreted the concept of prosumer in the context of new media and shed light on the content production process of Internet users (Bruns, 2007). Prosumer, according to Bruns; it is a mixed and often inseparable combination of production and consumption. Despite this, Internet

users can remain only as a content producer or just a platform user (Bruns, 2007, p. 2-3). Therefore, it can be said that the position of prosumer emerges depending on the practices and activities of the user. It is possible to say that Bruns, while describing the activities in the production part of prosumer, is mostly based on organizations with open source software and collaboration communities such as Wikipedia and ccMixter. However, in addition to these environments where the content produced and shared by users is made for non-profit and community contribution, social and digital media platforms can also host consumer activities that produce in different ways. As a matter of fact, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube and other sharing sites can be seen as environments where examples of prosumer can be found. Chayko emphasizes that users on these sites demonstrate the existence of prosumer, and even that it has become massive (Chayko, 2018, p. 75-76). In this direction, it is possible to say that prosumer is now realized in a massive way in social media platforms, where the number of content rises in proportion to the number of users. Examples of mass-produced consumerism can be seen in the variety of creative posts made under any label, and in frequently shared music and videos.

Production practices in the context of prosumer can also be interpreted as participatory cultural activities. Because these events place viewers who are consumers of any commercial media show or people who are users of a digital platform, at the same time as producers. The content production in question can be motivated in terms of individual needs, community needs, personal satisfaction and social rewards in terms of users (Bruns, Bahnisch 2009, p. 5). In addition to these motivations, examples of which can be seen in fan communities, thought groups, culture and art formations, prosumer can also have an economic quality in relation to the place where they are produced and shared. While this economic feature may

benefit both commercial interest groups and users in some practices, it finds its economic equivalent only in terms of commercial groups in some practices. The economic quality, which leads to a crossroads in terms of both participatory culture and productive consumerism, is not considered much from Jenkins' liberal point of view, but it forms the basis of the concept of digital labor, which Fuchs constructs with a critical point of view.

Digital labor, in general, includes paid or unpaid work done over the Internet. As a matter of fact, the Internet, as "a very labor-intensive environment related to obtaining value from a continuity-based, updatable work" (Terranova, 2015, p. 358), is a place where labor is visible, from a personal blog to a social network. For-profit or not, every entity on the Internet operates through labor. While this labor is sometimes put forward in a paid and institutional way, sometimes it can appear in the form of voluntary free production and sharing.

From Fuchs' point of view, digital labor emphasizes the labor nature of user practices on the Internet and questions the value of this labor in the social media economy. Fuchs defines the Internet as a common information infrastructure based on the need for people to communicate in order to live and reproduce themselves. However, because the Internet is largely controlled by companies, online labor is exploited. (Fuchs, 2011, p. 299). According to Fuchs, the Internet, which should be used by the whole society in a common and free way, has become a techno-social system that includes technological and social systems.

The presence of users is essential for turning surveillance in Web 3.0 into profit. The fact that users become prosumer can be seen as the most basic point of the concept of digital labor. According to Fuchs, who set out from this point; if Internet users are web 2.0 prosumer, then this means

that they are productive labor according to the Marxist class theory (Fuchs, 2017, p. 75). In other words, the Internet user, as a prosumer, produces for Internet companies and at the same time consumes the services offered by them. In this way, the Internet user as a prosumer creates a digital labor. A large part of this labor is unpaid unemployed labor (Terranova, 2015, p. 357).

The use of social media, which is free, can inform, entertain and therefore seems quite innocent at first glance, becomes suitable for emphasizing commercial processes when evaluated with a critical view in line with prosumer. The fact that the use of social media is free does not mean that the party providing this service does not earn anything. Because even if no product is sold to users, users and their data are sold as commodities to companies that advertise (Fuchs, 2017, p. 76). Thus, platforms such as Facebook, Twitter and Google, which are known as social media giants, can make a profit. The formation of this profit cannot be considered independent from the sale of users' data to advertisers, and it cannot be considered independent of the content produced by users, because social media platforms are valuable thanks to their users. The more users use a platform, the higher the advertising rate can be determined, according to Fuchs, the golden rule of the capitalist Internet economy (Fuchs, 2017). This golden rule is of a nature that shows the economic reasons underlying the efforts of social media platforms or any formation serving in the digital environment to gain more users.

According to Fuchs, another aspect of commercial exploitation relations on the Internet is the taking and selling of personal information of users by violating their privacy. These violations, which "contain the surveillance of personal profile data, produced content, browsing and clicking behavior, social relations and networks and communication" (Fuchs, 2014, p. 71), are often specified in user agreements approved by users and are carried out with

the given consent. Therefore, it is possible to state that social media users are also commoditized through commodity relations on the Internet.

It can be said that prosumer and digital labor emerging in this direction are also encouraged by the technical structuring of social media applications. Because, with the Internet technology becoming portable and accessible from anywhere, the state of hyper-connectivity has increased and Internet addictions defined as nomophobia and fomo have emerged. When all this is interpreted in the context of digital labor, it can be said that mobile applications have become a ubiquitous factory and a production area of audience commodity (Fuchs, 2015, p. 168). In this direction, the ringtone that calls the factory to work is instant notification systems of social media applications. Users who are invited to spend time, like, retweet and share in the application through these notifications may even suffer from discomforts such as nomophobia and fomo if they cannot do this.

Fuchs' thoughts can be interpreted as an indication of how closely he thinks the economic relations that emerge in line with the Internet and its usage practices are in a close relationship with the social world. As a matter of fact, it is obvious that a political economy perspective towards the Internet also requires this. At the same time, it can be said that a critical view can illuminate the problems hidden in the details and provide a more equal and fairer direction to the society, as well as make the Internet freer and safer. Therefore, it can be stated that Fuchs' perspective adds value to new media studies as it brings up the points and issues that user-oriented approaches do not address or overlook.

Participatory culture can be expressed as the production by users of social and digital platforms on the Internet through their practices. Chandler and Munday define participatory culture as "the activities

that transform the experience of media consumption into the production of new texts by blurring the boundary between producers and consumers" (Chandler, Munday, 2018, p. 230). In this respect, participatory culture emphasizes the activity of Internet users and states that they are not mere consumers of digital media.

Henry Jenkins, one of the most important names in dealing with new media in the context of participatory culture, deals with the Internet in terms of users' production and consumption activities. According to him, the Internet makes the coexistence of participatory culture and commercial culture possible and visible (Jenkins, 2016, s. 207). Jenkins claims that joining forums, blogging, expressing ideas and developing content on social media, which are Internet usage practices, transform the Internet into a medium of participation, while improving the creative potential of users (Jenkins; Netchitailova, 2017, p. 2). Thus, it is possible to state that he concentrates on the positive gains of the Internet. While the interaction, production and consumption activities taking place in the Internet environment highlight the differences, this feature is also found useful by Jenkins. Because according to him; "The various communication possibilities that web 2.0 technology has brought to our daily lives have paved the way for the formation of different types of users in new media environments. The production of different types of content through different user types has also become a part of the participatory culture." (Jenkins, Clinton, Purushotma et al., 2009). Therefore, it can be said that participatory culture fosters the diversity of representation and content on the Internet. As a matter of fact, the participatory culture, which appears with different interests, different creativity features and different forms of expression, creates a 'multiplicity' situation by diversifying both the practices of the users and the types of content on the Internet. It can be stated that this multiplicity of ideas, information, music, photos, videos and news items is

supported by the technical possibilities offered by digital media platforms and the shaping and diversification of these opportunities by users. With the widespread use of social media, people who are interested in similar cultural products come together more and communities formed within the framework of their interests are also increasing. The result of all this is a participatory culture where people play an active role in the production and consumption of cultural products and can share them. This culture is also “an economy in which labor and money are, in a way, shared, exchanged and spent.” (Chayko, 2018, p. 73). Because these activities of users can be seen as a labor since they include production, and digital media platforms and amateur or professional content producers can gain various economic gains through practices that shape participatory culture.

In the context of participatory culture, Internet users are very active in the field of production and can also produce for their own benefit. For Jenkins, a participatory culture is “a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, and includes supports for creating and sharing.” (Jenkins, Clinton, Purushotma et al., 2009, p. 3). Based on this idea, it can be said that Jenkins sees web 2.0 and web 3.0 environments mostly as free environments. In addition, Jenkins thinks that there is an intense incentive to participation, production and sharing, and these incentives are social and economic. While economic incentives may include users to earn income from the content they produce and digital media platforms to generate income with the number of users and interesting content they host; on the other hand, it can be said that social incentives emerge in the context of users’ belonging to certain social groups, the expansion of their digital circles and their self-expression.

Jenkins, who sees the economic and cultural changes of the new media environment positively and argues that these

changes are in favor of the user, finds the concentration realized through multinational media companies dangerous. (Jenkins, 2017). Because with concentration, a more limited ownership structure emerges and this structure pushes users’ control over media content to a risky position. Users whose control over media content is at risk due to concentration may also face the risk of being deprived of the pluralistic structure of participatory culture. An example of this is that digital media platforms where visual and audio content can be produced impose limitations on the production of amateur music videos and the rearrangement of copyrighted images due to copyright control.

Media convergence is another important point that stands out in Jenkins’ ideas in the context of participatory culture. According to Jenkins, cultural changes, legal conflicts and economic empowerment trigger media convergence are the precursor changes in the technological infrastructure (Jenkins, 2017: p. 35). In this direction, it is possible to say that the convergence, which occurs with the effect of legal conflicts and economic reasons through technological changes that allow convergence, is strengthened through usage practices. When this situation is considered in the context of music listening practices, examples such as the transformations of music listening tools and thus the spatial expansion of access to music, the digitalization of music content and the development of technologies that allow free distribution of content are encountered. It can also be seen that these examples lead to legal and economic conflicts, as Jenkins points out. In addition, it can be stated that the spread of participatory culture on the Internet is an important factor affecting the production, distribution and control of the content in question.

It can be said that sharing and production, which Jenkins calls the art of world construction, “reveals an unprecedented accumulation in human history thanks to

a wide variety of individual contributions and the coordinating tools of the internet” (Saka, 2015, p. 42). In order to increase and diversify this accumulation, it is possible to state that the danger of concentration, which Jenkins also warned, should be taken into consideration.

The most basic practices of the users of online music platforms that can be interpreted in the context of prosumer are to prepare music lists within the platforms and share these lists or the music on the platform with people or on social media. Both of these practices are of economic nature only for commercial interest groups. Because, while a produced playlist or shared music can only find their counterparts in non-material motivations for the user, they are practices that have economic equivalents for online music platforms or social media platforms that mediate the sharing.

It is possible to look positively or critically at the activities of the users of online music platforms, as well as the prosumer activities on the Internet. According to the perspective viewed, traces of unpaid labor exploitation or a participatory culture in which cultural products circulate freely can be seen. The thing that cannot be changed according to the point of view is that the users are performing these practices. Therefore, it is important to know the motivations of these practices, which are beyond financial motivations.

3. RESEARCH ON ONLINE MUSIC PRACTICES AND MOTIVATIONS

In this study, it will be investigated what kind of motivations users have in listening to online music and whether these motivations vary according to demographic characteristics and listening practices, how users’ music listening practices are realized and whether these practices vary according to demographic characteristics. Answers will be sought to the questions of whether online music platforms fully meet the music listening needs of users. The

aim of the study is to reveal with the survey method that online music platforms bring about a change in music listening practices and that changing practices also transform listeners. In addition, this research will indicate the listener’s motivations and listening practices in listening to music online. The following questions are expected to be answered within the scope of the research:

1. Your age?
2. Your gender?
3. Your Education Status?
4. Do you use an online music platform?
5. Which online music platform do you use?
6. How many hours a day do you listen to music on online music platforms?
7. What is the type of your membership in the online music platform?
8. With which device do you use the online music application more?
9. Have you encountered music that you cannot find on online music platforms?
10. Do you share the music you listen to on the online music platform or the playlists you have prepared on your social media accounts?
11. How often do you listen to playlists suggested by online music platforms?
12. Do you make playlists yourself on online music platforms?

3.1. Research Hypothesis and Research Questions

Technological developments have digitized music products that can be considered within the scope of the culture industry. Within the scope of this digitalization, music listening practices have differentiated in terms of access to music. Digital music, which can be accessed free of charge through file sharing applications or with paid or advertising through online music platforms, has led to a change in music listening practices. In the study, the hypothesis that online music listening platforms

cause music listening practices to change by making music an internet-connected stream was revealed.

Within the scope of the research, answers to the following research questions were sought.

- What are the motivations of the participants in listening to online music?
- Do motivations for listening to online music vary according to demographics?
- What are the participants' music listening practices?
- Do online music listening practices vary according to demographics?
- Do the online music platforms fully meet the music listening needs of the participants?
- Do users' motivations for listening to music differ according to their music listening practices?

3.2. Research Method

In the research, a scale consisting of demographic questions, 9 questions measuring individuals' usage habits and 17 questions measuring individuals' motivations for use was used to measure the change in online music listening practices, and answers were sought on 440 people. Confirmatory factor analysis in AMOS 26 program and Cronbach's Alpha analysis in SPSS 26.0 program were used for validity and reliability analyzes of the scale. After the demographic factors and online music platform listening habits and motivations of the participants were revealed by frequency analysis, the online music listening habits of the participants were analyzed in detail by using cross tables within the framework of the research questions. Independent sample t-test and one-way Anova tests were used to analyze the distribution of the factors that make up the participants' online music listening motivation according to demographic characteristics. Independent sample t-test is used to analyze the differentiation of dependent variables between two independent variables and the Anova test between more than two independent variables.

3.3. Reliability Analysis

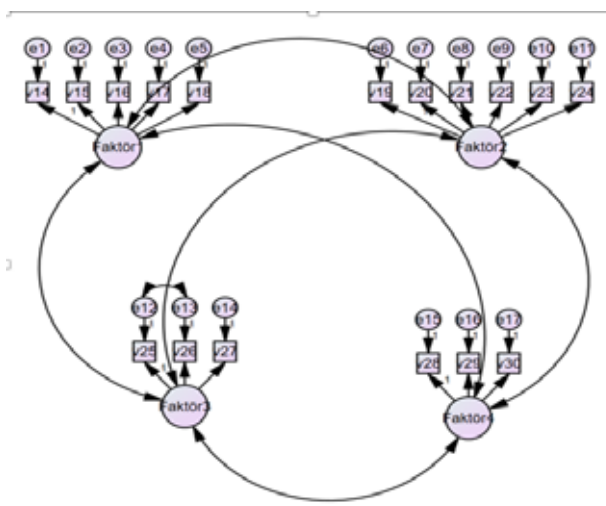
Cronbach's alpha coefficient is the coefficient used to determine the reliability of measurement tools. The unidimensionality of the Cronbach's Alpha coefficient determines the internal consistency of the measurement tools and reveals their reliability (Kartal & Dirlik, 2016). If the Cronbach's Alpha coefficient is greater than 0.7, the internal consistency of the scale is ensured (Gürbüz and Şahin, 2018, p. 333).

Table 1: Reliability Analysis (Cronbach's Alpha)

Cronbach's Alpha
0,870

Cronbach's Alpha coefficient is 0.870. Since it is greater than 0.7, the internal consistency of the scale was ensured.

Table 2: Confirmatory Factor Analysis



Confirmatory factor analysis was performed to show the accuracy of the scale used in the study in terms of sample. Confirmatory factor analysis is performed to test whether scales that has been discovered before and combined under fewer factors are similar in the sample in which the research was conducted. (Meydan and Şeşen, 2015: p. 21). As a result of the confirmatory factor analysis, covariance was assigned between the 25th and 26th questions and the validity of the model was ensured.

Table 3. Confirmatory Factor Analysis Model Validity

NFI	,905
CFI	,930
RMSEA	,075

The normed fit index (NFI) is found by dividing the chi-square value of the tested model by the chi-square value of the independent model. Values above 0.90 for the index indicate acceptable fit (Ullman; Meydan and Şeşen, 2015, p. 33). According to the table, the NFI is 0.905 and is greater than 0.9.

The comparative fit index (CFI) indicates a close fit of 1 (Meydan and Şeşen, 2015, p. 34). According to the table, the CFI is 0.930 and it is compliant because it is greater than 0.9.

RMSEA, which means approximately the root mean square, is up to 0.08, indicating acceptable fit (Meydan and Şeşen, 2015, p. 34). It is 0.075 in the table and the RMSEA value less than 0.08 is compatible.

3.4. Universe and Sample of the Research

The universe of the research consists of online music platform users residing in Istanbul and aged between 18-39. The sample includes a total of 440 people using an online music platform. The demographic characteristics of these 440 people and the distribution of their answers to the survey questions are shown in the tables below.

Table 4. Distribution of participants according to their use of an online music platform

	N	%
Yes	454	77,6
No	131	22,39
Total	585	100,0

Table 5. Distribution of participants by age

	N	%
18-22	200	45,5
23-39	240	54,5
Total	440	100

Table 6. Distribution of the participants by gender

	N	%
Female	225	51,1
Male	212	48,2
Doesn't want to specify	3	,7
Total	440	100,0

Table 7. Distribution of the participants according to their educational status

	N	%
Secondary School	2	,5
High School	202	45,9
Graduate	166	37,7
Postgraduate	70	15,9
Total	440	100

3.5. Findings and Evaluations

In this section, besides the answers to the demographic questions, the answers to the survey questions prepared to determine online music listening practices are examined. Analysis results are summarized and explained in tables.

Table 8. Distribution of the participants according to the online music platform they use

	N	%
Spotify	329	74,8
Youtube Music	67	15,2
Apple Music	20	4,5
Deezer	7	1,6
Other	17	3,9
Total	440	100

According to the table, 329 (74.8%) of the participants use Spotify. 67 people (15.2%) use Youtube Music and 20 people (4.5%) use Apple Music. Spotify, the online music platform with the highest number of users worldwide, was also the music platform with the most users in the research.

Table 9. Distribution of participants by frequency of listening to music on online music platforms

	N	%
Less than an hour	28	6,4
1-2 hours	137	31,1
3-4 hours	207	47,0
5-6 hours	58	13,2
More than 6 hours	10	2,3
Total	440	100,0

According to the table, 207 (47%) of the participants listen to music on online music platforms between 3-4 hours. 137 (31.1%) of the participants listen to music online for 1-2 hours.

Table 10. Distribution of participants by online music platform memberships

N	%	
Freemium (unpaid)	108	24,5
Premium (paid)	332	75,5
Total	440	100,0

Table 11. Distribution of participants according to their encounters with a music that they cannot find on online music platforms

	N	%
Yes	233	53,0
No	207	47,0
Total	440	100,0

When the table is examined, it is seen that 233 (53%) of the participants stated that they encountered a music that

they could not find on online music platforms. It is understood that 207 (47%) participants stated that they did not encounter a music that they could not find on the platform they used. Accordingly, it is possible to say that more than half of the participants could not find the music they were looking for on online music platforms.

Table 12. Distribution of the participants according to their social media accounts of the music they listened to on the online music platform or their playlists

	N	%
Yes	239	54,3
No	201	45,7
Total	440	100,0

According to the table, 239 of the participants (54.3%) share the music they listen to or their playlists on their social media accounts. It is seen that 201 (45.7%) participants did not share anything. According to this result; it is seen that more than half of the participants share the music they listen to or the playlists they have prepared on their social media accounts.

Table 13. Distribution of participants according to listening to music lists suggested by online music platforms

	N	%
Every day	129	29,3
Once two days	71	16,1
Once three days	65	14,8
Once a week	117	26,6
I don't listen the suggestions	58	13,2
Total	440	100,0

It is seen that 129 (29.3%) of the participants listen to the music lists suggested by music platforms every day. 117 (26.6%)

participants listen to the suggested music once a week. The results, which are distributed daily and weekly, show that some of the users listen to the suggested playlists frequently, while some of them rarely listen to the suggestions.

Table 14. Distribution of participants by making playlists on online music platforms

	N	%
Yes	383	87,0
No	57	13,0
Total	440	100,0

When the table is examined, it can be seen that 383 (87%) of the participants prepared their own playlists. 57 (13%) participants stated that they did not prepare their own playlists. Therefore, it can be said that a large number of participants prepare playlist content on Spotify.

Crosstabs

Table 15. Type of membership in online music platform used by age

		18-22	23-39	Total
What is the type of your subscription on the online music platform?	Free-mium (unpaid)	67	41	108
	Premium (paid)	133	199	332
Total		200	240	440

In the type of membership in the online music platform by age, it is seen that people between the ages of 23-39 uses more paid memberships. It can be claimed that the difference between the 18-22 age group is based on socio-economic factors.

Table 16. The situation of encountering a music that cannot be found according to the online music platform used

		Yes	No	Total
Which online music platform do you use?	Spotify	193	136	329
	Youtube Music	15	52	67
	Apple Music	9	11	20
	Deezer	6	1	7
	Other	10	7	17
Total		233	207	440

When the table is examined, it is seen that Spotify users are more likely to encounter a music they cannot find. This number is less in Youtube Music. It is thought that this difference occurs because Youtube Music uses the infrastructure of Youtube.

Table 17. Frequency of listening to suggestions by online music platform used

		How often do you listen to playlists suggested by online music platforms? (Weekly discovery, top lists, etc.)					Total
		Every-day	Once two days	Once three days	Once a week	I don't listen the suggestions	
Which online music platform do you use?	Spotify	87	50	53	101	38	329
	Youtube Music	30	12	5	8	12	67
	Apple Music	4	4	6	3	3	20
	Deezer	4	2	1	0	0	7
	Other	4	3	0	5	5	17
Total		129	71	65	117	58	440

The majority of Spotify users among the participants listen to their music suggestions once a week. It is seen that the majority of the participants who use Youtube Music listen to the suggestions every day.

Table 18. Comparison of music listening frequency and making playlists

		Yes	No	Total
How many hours a day do you listen to music on online music platforms?	Less than 1 hour	6	22	28
	1-2 hours	39	98	137
	3-4 hours	136	71	207
	5-6 hours	51	7	58
	More than 6 hours	7	3	10
Total		239	201	440

In cases where the frequency of listening to music is 3-4 hours and 5-6 hours, it is seen that the number of those who prepare playlists is high. Therefore, it can be said that as the frequency of listening to music increases, the practice of preparing a playlist is realized.

Motivations of Listening Music

In the survey asked 17 questions and they measure four factors used: ubiquity, new music discovery, social connection, and pleasure from use. The adapted scale is the scale developed by Matti Mäntymäki and published under the title "Gratifications from using freemium music streaming services: Differences between basic and premium users" (2015).

Factor 1: Ubiquity

Using an online music platform allows me to listen to music with my preferred device at the moment

Using an online music platform allows me to listen to music wherever I am

Using an online music platform allows me to listen to music at the most convenient time

Using an online music platform allows me to find and listen to a song I just thought of

Using an online music platform does not make me addicted to downloading music to a device

Factor 2: New music discovery

Using an online music platform helps me

find music that suits my musical taste

Using an online music platform expands my musical taste

Using an online music platform helps me discover music I wouldn't normally listen to

Using an online music platform allows me to discover artists/bands I didn't know before

Using an online music platform provides me with music recommendations based on my preferences

Using an online music platform helps me stay up to date with new releases from my favorite artists

Factor 3: Social connection

Using an online music platform allows me to see what kind of music other people are listening to

Using an online music platform allows me to connect with other people with similar music preferences

Using an online music platform allows me to share my favorite music with others

Factor 4: Pleasure from use

Blissful to use online music platform

Nice to use online music platform

Fun to use online music platform

When the answers given to the questions measuring motivations are examined, the highest rate of 4.38 among the answers to the ubiquity factor belongs to the question "using an online music platform does not make me addicted to downloading music to a device". In the new music discovery factor, the rate of answers given to the question "using an online music platform helps me stay up to date with the new releases of my favorite artists" is the highest rate in the factor with 4.25. In the social connection factor, the question with the highest rate is "using an online music platform allows me to share my favorite music with others". It is seen that the rate of this problem is 4.26. In the factor of pleasure from use, 4.41, which is the highest rate in all factors, emerged with the question "it is pleasant to use an online music platform".

The lowest rate in the ubiquity factor is 4.17. This ratio is encountered in the question “using an online music platform allows me to listen to music wherever I am”. The rate of the question “using an online music platform helps me discover music that I would not normally listen to” in the new music discovery factor emerged as 3.96. The rate of the question “using an online music platform allows me to connect with other people with similar music preferences” in the social connection factor stands out as 3.39, as the lowest rate in both the social connection factor and all the factors in the research.

Table 20. Distribution of Users' Online Music Listening Motivation by Factors

Factor	X
Factor 1	4,2623
Factor 2	4,1049
Factor 3	3,8167
Factor 4	4,3311

According to the table, the participants listen to music online with the motivation of pleasure from use (factor 4), which is the most common use, with an average of 4.3311. Second place is ubiquity with an average of 4.2623 (Factor 1); and third place is new music discovery (Factor 2) with an average of 4,1049. Finally, they listen to music online with the motivation of social connection (Factor 3) with an average of 3.8167.

Table 21: Interpretation of the P Value (Kul 2014: 12).

0.01<=p<0.05	Statistical significance
0.001<=p<0.01	High statistical significance
p<0.001	Very high statistical significance
0.05<=p<0.10	Significance bias (Borderline significance)
p>0.10	The difference is due to coincidence. (Statistically significant difference not detected)

In terms of the P value used to determine the presence and level of statistical significance, the results with statistical significance, high statistical significance and very high statistical significance are presented in the tables below.

According to the age distribution of the participants, their motivation to listen to music online was analyzed using an independent sample t-test. Independent sample t-test is a comparative analysis used to determine the difference between two groups.

Table 22. The Motivation of Listening to Online Music by Age Distribution of the Participants

FACTOR 1			
Age	x	Ss	P
18-22	4,1810	,77954	,023
23-39	4,3300	,59010	

According to the table, since the P value is less than 0.05, the motivation of listening to music varies with the motivation of ubiquity (factor 1) according to the age of the participants. Accordingly, individuals between the ages of 23-39 listen to music more with the motivation of ubiquity (factor 1).

Table 23. The Motivations of Listening to Online Music by Gender Distribution of the Participants

FACTOR 3			
Gender	x	Ss	P
Male	3,7259	,84717	,014
Female	3,9135	,73459	

According to the table, since the P value is less than 0.05, the motivation of the participants to listen to music for social connection (factor 3) motivation varies according to their gender. Accordingly, female participants listen to music with more social connection (factor 3) motivation than male participants.

Table 24. The Motivation of Listening to Online Music According to the Educational Levels of the Participants

FACTOR 3			
	x	Ss	P
Secondary School	4,1667	4,1667	0,01
High School	3,9868	3,9868	
Graduate	3,6687	3,6687	
Postgraduate	3,6667	3,6667	

According to the table, the social connection (Factor 3) motivation to listen to music shows a significant difference according to the educational status of the participants, since the p value is less than 0.05. Tukey HSD test, one of the Post-Hoc tests, was used to analyze the differing variables, since the data were homogeneously distributed. According to the analysis, there is a significant difference between high school graduates and graduates - postgraduates. According to this, high school graduates listen to music more motivated by social connection (Factor 3) than individuals with graduate and postgraduate degrees.

Table 25: The Motivation of Listening to Online Music Comparison by Duration of Music Listening

FACTOR 1			
	x	Ss	P
1-2 hours	4,1226	,80119	,001
3-4 hours	4,3845	,48567	
FACTOR 2			
	x	Ss	P
1-2 hours	3,9781	,76851	,001
3-4 hours	4,2142	,53089	
FACTOR 3			
	x	Ss	P
1-2 hours	3,6034	,90706	,001
3-4 hours	3,9662	,63214	

Online music listening motivations of users were compared according to their

listening time. There are great differences between listening times to music. For this reason, users other than those who listen to music for 1-2 and 3-4 hours were not included in the test. According to this, it has been determined that users who listen to music between 1-2 and 3-4 hours listen to music more with the motivations of ubiquity, new music discovery and social connection.

Table 26: The Motivation of Listening to Online Music Comparison by Membership Type

FACTOR 1			
	x	Ss	P
Freemium	3,9778	,94299	,001
Premium	4,3548	,54922	
FACTOR 2			
	x	Ss	P
Freemium	3,8148	,88113	,001
Premium	4,1993	,57969	
FACTOR 3			
	x	Ss	P
Freemium	3,4938	,90857	,001
Premium	3,9217	,73188	
FACTOR 4			
	x	Ss	P
Freemium	4,0926	,93154	,001
Premium	4,4086	,66970	

When the motivations for listening to music online by membership type are compared, it is understood that users using Premium (paid) membership have higher motivation than freemium users in all motivations of ubiquity, new music discovery, social connection and pleasure from use.

CONCLUSION

In the study conducted to reveal their music listening practices and motivations, it was seen that the majority of the participants used an online music platform. There was no significant difference between the Y and Z generations, which corresponds to the difference between the age groups of the participants. While the online music listening practices of the participants are mostly on Spotify, meeting the global statistics, it has been observed that the frequency of listening to music is between 1-2 hours and 3-4 hours. This concentration also showed its effect on all factors, and as the time of listening to music increased, so did the motivations for ubiquity, new music discovery, social connection and pleasure from use. In addition, it has been determined that the motivation of premium (paid) members in all factors is higher than that of freemium (unpaid) members. This shows that paid members' ad-free music listening practices can affect their motivation to use. In addition, 75.5% of the participants use a premium membership.

In the data on online music listening practices, it is possible to see that more than half of the participants are faced with the situation of not being able to find the music they are looking for on the platforms they use. This result can be interpreted as online music platforms may have a limiting effect on some users' access to the music they want.

To the question about the sharing of music or playlists on social media accounts, which is one of the important elements that shape the prosumer positions of online music platform users in the context of digital labor or participatory culture, 54.3% of the participants answered that they share. In this context, to the question about whether the users prepared their own playlists, 87% of the participants answered that they prepared playlists. These results are important in terms of associat-

ing online music listening practices with prosumer activities.

The frequency of listening to the music lists suggested by the platforms was concentrated in the choices of every day and once a week. In total, 86.8% of the participants stated that they listened to the suggestions. It can be said that the rates and frequencies of listening to the recommendations reveal the guiding role of online music platforms in music listening practices.

In the answers given to the questions regarding the determination of the motivations for listening to music online, the motivations of not having to download music, following the current content of the artists and sharing the popular music came to the fore. While individuals between the ages of 23-39 listen to music with more ubiquitous motivation; high school graduates listen to music with more social connection motivation than individuals with graduate and postgraduate education.

By transforming music listening practices, online music platforms have made these practices open to consumer activities that are mostly internet-mediated, where the listener is the prosumer. While the said transformation has made online music platforms an important player in the music industry, the listener has evolved into the user and has assumed a role that contributes to the platforms he uses with his material or intangible labor. Music listening practices of users have also become possible through financial or intangible costs. In line with the data used in this study and obtained in the research part of the study, it is possible to say that online music platforms may become more dominant over music listening practices, the oligopolization of Spotify, Youtube Music and Apple Music may deepen, and the addiction of music listening practice to online may increase.

BIBLIOGRAPHY

- Bruns, A. (2007). "Producers, Generation C, and Their Effects on the Democratic Process", Proceedings Media in Transition 5, MIT, Boston.
- Bruns, A. (2009), "Social Media: Tools for User-Generated Content", Smart Services CRC Volume 2 – User Engagement Strategies, Sydney.
- Chandler, D. - Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü. (Trans. B.Taşdemir), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Chayko, M. (2018). Süper Bağlantılı. (Çev. B. Bayındır, D. Yengin, T. Bayrak), İstanbul: Der Yayınları.
- Digital Media Association (2021, 23 Nisan), "2018 Streaming Forward Report". Retrieved from: <https://15z58v1dk1tg360t7w3les8e-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/07/DiMA-Streaming-Forward-Report-2018.pdf>.
- Digital Media Association (2021, 24 Nisan), "2020 Streaming Forward Report". Retrieved from: https://15z58v1dk1tg360t7w3les8e-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/08/DiMA_2020_Streaming_Forward_Report.pdf.
- Fuchs, C. (2011). "Web 2.0, Prosumption, and Surveillance, Surveillance & Society", 8/3: 288-309.
- Fuchs, C. (2014). "Critique of the Political Economy of Informational Capitalism and Social Media", Critique, Social Media and the Information Society, Fuchs, C., Sandoval, M. (Ed.), New York: Routledge: 51-65.
- Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx. (Trans. T. E. Kalaycı, S. Oğuz), Ankara: Notabene Yayınları.
- Fuchs, C. (2017). "Google Kapitalizmi", (Trans. Ç. Çavuşoğlu), F. Aydoğan (Ed.). Yeni Medya Kuramları, İstanbul: Der Yayınları: 71-83.
- Gürbüz, S. - Şahin, F. (2018), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Publishing.
- Jenkins, H. vd. (2009). "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century". London: MIT Press.
- Jenkins, H. (2017). "The Cultural Logic of Media Convergence", (Trans. E. Çizmecici), Aydoğan F. (Ed.), New Media Theories, İstanbul: Der Publications: 33-45.
- Kartal, S. K. – Dirlik, E. M. (2016). "Geçerlik Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Güvenirlikte En Çok Tercih Edilen Yöntem: Cronbach Alfa Katsayısı". Abant İzzet Baysal University Journal of the Faculty of Education, 16/4 1869-1870.

- Kul, S. (2014). "İstatistik Sonuçlarının Yorumu: P Değeri ve Güven Aralığı Nedir?", Plevra Bülteni, 8/1, 11-13.
- Mäntymäki, M. (2015). "Gratifications from using freemium music streaming services: Differences between basic and premium users", Thirty Sixth International Conference on Information Systems, Fort Worth 2015.
- Meydan, C. H. - Şeşen, H. (2015). Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Morris, J. W. (2017). "Anti Pazar Araştırması: Korsanlık, Yeni Medya Ölçümleri ve Meta Toplulukları", (Trans. S. Ercan, C. Sevimel), Aydoğan F. (Ed.), Yeni Medya Kuramları, İstanbul: Der Yayınları: 225-246.
- Netchitailova, E. (2017). "Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi", (Trans. F. Aydoğan), Aydoğan F. (Ed.), Yeni Medya Kuramları, İstanbul: Der Yayınları: 1-21.
- Terranova, T. (2015). "Bedava Emek: Dijital Ekonomide Kültür Üretimi", (Trans. E. Bulut, A. Ateş), Folklor/Edebiyat, 21/83: 343-363.
- Saka, E. (2015). "Armağanlaşmadan (Gift Economy) Kitle Kaynağa (Crowdsourcing) Dijital Gönüllülükler Üzerine," Aydoğan, F. (Ed.), İletişim Çalışmaları, İstanbul: Derin Yayınları: 37-44.
- Toffler, A. (1981). The Third Wave, New York: Bantam Books.

KİTAP İNCELEMESİ: “YAKIN DÖNEM TÜRK BASIN TARİHİ”¹

Prof. Dr. Aysel AZİZ
İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi

“Yakın Dönem Türk Basın Tarihi”, alanlarında uzman iki iletişimcinin ya da usta gazetecinin yaptığı bir çalışma... İletişimin Türkiye’deki duayeni ve gazetecilik alanında ilk doktoralı gazeteci, iletişimci, yazar Dr. Hıfzı Topuz ile yılların gazetecisi, TRT haber merkezinde uzun yıllar çalışmış, iletişim alanında doktorası bulunan ve uzun süre bir vakıf üniversitesi iletişim fakültesinde ders vererek öğretim üyeliği de yapan Dr. Recep Yaşar...

Önsözünü Dr. Hıfzı Topuz’un yazdığı bu çalışmanın alan çalışması olarak niteleyeceğimiz yazılı ve elektronik basın taramalarını Recep Yaşar yapmış; metin ise birlikte yazılmış... Çalışma, ‘iğneyle kuyu kazma’ deyişiyile nitelenebilecek bir çalışma... Yakın dönem Türk basınına ışık tutuyor; günün olayları içerisinde dikkatlerden kaçan kimi hususları çoğunlukla basın haberlerinde, yorumlarında, ilgili kuruluşların raporlarında ve karikatürlerinde irdeliyor. Bu irdilemede önemli olan husus ise siyasal iktidar yönetiminin medyayı doğrudan ya da dolaysız etkilediği olayların nasıl yansıtıldığını anlatmak için, olayların arkasındaki olguları Türk, hatta haberin niteliğine göre, uluslararası olguları da açıklaması. Türkiye’nin en az 20 yıllık geçmişindeki sosyal, siyasal, ekonomik tüm gelişmelerin yansımaları aktarılıyor; gelişmeleri özetliyor, bellek tazelemesi yapıyor.

Bişimsel inceleme: Önce kapaktan başlayalım tanıtıma... Kapak, hardal renkli bir fon üzerine klavye çizimli bir görsel olan sade bir kapak. Arka kapak çok daha ilginç; her iki yazarın tebessüm eden fotoğrafları; photoshop ile üzerinde oynanarak siyah-beyaz tarama yapılmış...



¹Dr. Hıfzı Topuz ve Dr. Recep Yaşar, Yakın Dönem Türk Basın Tarihi, Nota Bene Yayınları, İstanbul: 2021

Çalışma biçimsel açıdan bakıldığında 423 sayfa ve 3 bölümden oluşuyor. Her bölümün kendi içinde alt başlıkları var. Birinci bölümde 4 alt başlıklı kalın (bold) olarak şöyle belirtilmiş: “AKP İktidarına Giden Yol”, “AKP İktidarı”, “AKP’nin Güvenlikçi Politikalara Dönüşü”, “AKP İktidarının Medya Politikaları”.

İkinci bölümde “Yaşanan Olaylar/Neler oldu?” başlığı altında gazetecilerin, basınla ilgili olarak çeşitli olaylar üzerinden dönemin siyasal iktidarının basınla ilgili tutum ve davranışı irdeleniyor.

3. bölümde ise “2002-2019 Yılları Arası Yıllık Bilançolar” başlığı ile yapılan bölümlerde, yıllara göre medya ve ifade özgürlüğü konusunda yaşanan olayların sayısal verilerle açıklanarak kronolojik değerlendirmesi yapılıyor...

Çalışmanın başlangıcında kısaltma, şekil, tablo açıklamaları ile ilgili bilgiler bulunmamaktadır.

Metinde görsel kullanımı: Farklı bir uygulama yapılarak zaman zaman incelenen gazetelerin kupürleri kullanılmış, konuyla ilgili karikatür görsellerine yer verilmiştir. İncelenen karikatür sayısı 6. Bu karikatürler, Başbakan ve Cumhurbaşkanı olarak sayın Recep Tayyip Erdoğan’a “hakaret” savıyla açılmış davalarla ilgili karikatürler... Ayrıca görsel olarak anlatılan konularla ilgili olarak 30 civarında gazete kupürü de kullanılmış.

Çalışmanın kaynak gösterme biçimi. Çalışmada yararlanılan, alıntı yapılan kaynaklar klasik uygulama olarak sayfa altında gösterilmiş. Dipnot yalnızca kaynak gösterme amacıyla kullanılmış. Bunların çoğunluğunu sivil toplum örgütlerinin Web sitelerinde yer alan raporlar oluşturuyor. Bu kaynak dipnotları aynı zamanda çalışmanın kaynakçası niteliğindedir. Bir diğer söyleyişle, çalışmanın son kısmında ayrıca kaynakçaya yer verilmemiştir.

İçerik değerlendirmesi: Çalışma, “Yöntem” kısmında açıklandığı gibi Dr. Hıfzı To-

puz’un 2003 yılında yayınladığı “Türk Basın Tarihi” çalışmasının devamı niteliğinde... Ancak “Türk Basın Tarihi”, Türkiye’deki basını irdelerken toplumsal olaylara çok fazla girmemiş, basının daha çok kronolojik gelişimini verirken toplumsal olayları sınırlı şekilde incelemiştir. Bu çalışmada ise 1. bölümün 2. alt bölümü (117 sayfa) doğrudan, 2000 yılların başından AKP’nin siyasal iktidar öncesi hazırlıklarından başlayarak 2002 yılında hükümet olduktan 2019 yılına kadar geçen sürede önemli icraatlarını irdelleyerek, daha sonraki “AKP İktidarının Medya Politikaları” bölümüne hazırlık niteliğindeki olayları anlatmaktadır.

Birinci bölümün son alt bölümünde ise AKP iktidarının medyaya yönelik politikaları (s. 117-134) irdelenmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde medya ve ifade özgürlüğüne yönelik AKP iktidarının aldığı önemli kararlar, yürüttüğü politikalar kronolojik olarak yıllara göre 100 sayfa içerisinde 57 olayda ele alınarak anlatılmaktadır (s. 323-423).

Çalışmanın dördüncü bölümünde; 2002-2019 tarihleri arasında AKP iktidarının medya, fikir özgürlüğü, gazeteciler hakkındaki politikaları, kararları ve uygulamalarıyla ilgili olarak dernek, vakıf, sendika, TGS, SETA, BİA, Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) gibi sivil toplum örgütlerinin raporlarından yararlanılarak, medya ve fikir özgürlüğü ile doğrudan ilgili olaylar ayrıntılı olarak aktarılmakta.

Kitabın 372 dipnotunda yararlanılan kaynaklar gösterilmiş. Ancak bunların ne kadarının ilk kez ya da birkaç kez kullanıldığı ile ilgili olarak ayrı bir sayım yapılması gerekiyor... Salt kaynakçanın verilmesi durumunda bu sayının azalacağı açıktır.

Çalışmanın içeriği incelendiğinde, AKP iktidarının 20 yılı aşkın çalışmalarının fotoğrafı çekilmiş şekilde, o günkü yapılanlar, toplumda bunların yansımaları aktarılmış. Bu aktarmada, olaya verilen öneme göre, bu olaylar kimi kez gazetelerde, raporlarda ya da internet kaynak-

larından tüm olarak, kimi kez de kısaltılarak, özetlenerek verilmiştir.

Çalışmanın dili: Bir çalışmaya, hele bu denli kapsamlı bir çalışmaya ruh veren en önemli özelliklerden biri de, çalışmanın dilidir. Bu çalışmada yazarların dili akıcı, anlaşılır, okuyucuyu yormayan, edebiyata kaçmayan, söylenmesi gereken kadar söylenen bir dil kullanılmış. Kuşkusuz çeşitli kaynaklardan yapılan alıntılardaki dil o kaynağın sorumluluğunda...

Değerlendirme: Çalışmada verilen bilgiler özenle seçilmiş, her bölüm kronolojik bir sıralama ile verilmiş. Olayların anlatımı zaman zaman görsellerle desteklenmiş. Kitabı bitirdiğinizde aklınızda ne kaldı dediğinizde, ne kalmamış ki? Yaşadığınız onca yıl bir film şeridi gibi ve ayrıntıları ile belleğinizden geçiyor...

Bu çalışma daha işlevsel nasıl olurdu? Bir akademisyen, deneyimli bir hoca olarak şu hususları da gözlerim aradı. Aşağıda değindiğim hem biçimsel hem içeriksel bazı hususlarda eklemeler yapılması daha iyi olurdu. Şöyle ki;

- Kitabın sonunda kaynakça verilseydi; daha derli toplu ve bütün kaynaklar bir arada görülürdü.
- Okuyucuya kolaylık sağlama açısından "Dizin" ya da "İndeks" olması iyi olurdu. Okuyucu açısından aradığı bir olayı, sözcüğü hemen bulmak 423 sayfa içerisinde kolay olmayabilir. Bu tür bir çalışma, özellikle oldukça uzun bir süreyi kapsayan olayları ayrıntıyla inceleyen okuyucuya kolaylık sağlama açısından önemli...
- Kitapta kullanılan görsellerin listesi de "İçindekiler" in son kısmında yer alabilirdi. Görsellerin listesini görmek isteyenler için kolaylık olurdu...
- Her bölümün başında bir giriş olması çok yararlı olurdu... Daha bölümün başında o bölümde yazılanlar hakkında okuyucuyu hazırlardı...
- Çalışmanın sonunda bir sonuç ya da özet

gibi değerlendirme yapılabilirdi. Gerçi bu tür değerlendirmeler alıntılardan sonra yapılmış, ancak bu tür alan çalışmalarında en önemli kısımlarından biri olarak sonuç kısmıdır. Kimi okuyucu, sonuç kısmını okuyarak içindekileri okuyup okumamaya karar verir.

Sonuç olarak, yazarlarının da belirttiği gibi, "...Bu kitapta yeni bir şey yok, Hepsi gün gün yaşadığımız olaylar. Amacımız resmin bütünü bir arada görmeyi sağlamak. Hafızalarımızı tazelemek, unutmamak!"

Bu yaklaşım bir derece kadar da doğru! Tüm bu olayları yaşayan, basından izleyen biri olarak kitabı okuduğumda pek çok olayın hafızamdan uzaklaşmış olduğunu gördüm. Bu çalışma bunları tazeliyor ve basın özgürlüğü, fikir özgürlüğü denilince nerelerden nerele-re gelindiğini derli toplu belgelerıyla sunuyor. Ancak, çalışma bununla da yetinmiyor; konuları daha detaylı ve farklı kaynaklardan araştırarak okuyucuya sunuyor... Bu bakımdan unutulmuş yanardağların yanında bilinmeyenler de öğreniliyor...

Siyasal iktidarların basına karşı, medyaya karşı, sosyal medyaya karşı ilgileri hiçbir zaman azalmadı, azalmayacak, hatta artacak... Siyasal gücün en büyük payandalarından biri basın, medya, sosyal medya...

Çalışma, şu anda basın mesleğinde çalışanlar için, konuyla ilgili akademik çalışma yapmak isteyenler için; özellikle de bu olayları yaşamamış gençlerimiz için, gelecek kuşaklar için bir dönemi ayrıntılarıyla anlatan derli toplu bir çalışma... Ancak aynı zamanda dinamik, hareketli bir çalışma... Yazarları tarafından güncellenerek sürdürülmesi, belli aralıklarla güncellenmesi gereken bir çalışma...

"Yakın Dönem Türk Basın Tarihi" adlı çalışmayı yürüten, ortaya çıkaran her iki yazarımıza teşekkürler; ellerine, emeklerine sağlık...



Yeni Yüzyıl Üniversitesi

İletişim Fakültesi Dergisi Temmuz 2021

Yıl:2 Sayı:3 ISSN: 2757-7007

